

CAPITULO 1

INTRODUCCION

El más importante acontecimiento en la vida económica mexicana en los últimos años, han sido las políticas de negociaciones comerciales internacionales, que constituyen la estrategia para ampliar y mejorar el acceso de nuestros productos nacionales a los mercados externos. A la fecha México ha suscrito cinco tratados o acuerdos de libre comercio:

Con Canadá y Estados Unidos, con Chile, Venezuela y Colombia. Con el denominado grupo de los tres, con Bolivia y Costa Rica, con los países del Mercosur: Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay, México negociará la adaptación de las disposiciones que rigen el comercio entre estos países, mediante la aplicación de disciplinas de la OMC, En las materias que éste cubra.

El acta de Tuxtla, suscrita en Enero de 1991, destaca la importancia que tiene para la región el fortalecimiento de la integración de México con América Central.

En este contexto se desarrollaron negociaciones bilaterales destinadas a concertar tratados de Libre Comercio con Nicaragua y en un marco multilateral, con Honduras, El Salvador y Guatemala.

Durante la cumbre del grupo de Río, en Septiembre de 1991, México y Ecuador acordaron iniciar negociaciones para un tratado de libre comercio; en esa misma ocasión, México y Perú decidieron establecer consultas destinadas a iniciar un proceso de negociaciones par un tratado de libre comercio, misma que iniciaron en Marzo de 1996; también tenemos que señalar que existen Otros muchos tratados realizados con la Unión Europea formada por 15 países y constituyen el segundo socio comercial de México.

Bajo este marco de nuevas políticas implementadas por la creciente globalización de los mercados internacionales, y las perspectivas de nuestro país, la Universidad Autónoma de Nuevo León, se ha definido como una institución destinada a preservar, transmitir, y acrecentar el conocimiento, la cultura y el servicio a la sociedad.

Ya que nuestra Institución es una organización dirigida hacia la actividad humana, que modela la conducta de sus miembros y su estructura, ya que poseen distintas modalidades operando de manera diferente en nuestro entorno. La masificación a la que se ha visto sometida en los últimos años ha requerido una transformación de estos procesos, en donde la diferencia estriba entre lo que estamos haciendo adentro y el afuera que ya no se sostiene dentro de los marcos conceptuales de épocas anteriores.

Por eso las reformas a las que nuestra Universidad está obligada a realizar, tienen que ser acordes al nuevo orden social, económico, político y cultural, reconociendo la realidad mexicana y su entorno, para así fortalecer y adecuar los planes y programas de la curricula de todas y cada una de nuestras Escuelas y Facultades dentro de la nueva era de globalización, que demandan los sectores productivos, para que se incremente la competitividad de nuestros egresados y con ello su presencia en la economía global, bajo los principios fundamentales en busca de la calidad total.

1.1 ANTECEDENTES

Una de las consecuencias de la orientación exportadora de nuestra industria nacional, ha sido su gradual relocalización en nuestro territorio. La creciente participación de la industria en los mercados externos ha creado un incentivo desconcentrador de las actividades productivas, fuera de los centros económicos tradicionales que se desarrollaron durante el período de sustitución de importaciones: en especial en las ciudades de México, Guadalajara y Monterrey, lo anterior debido al aumento de las posibilidades de acceso ha los mercados de exportación y que los costos de transportación a la meseta central son muy elevados.

1.2 DESCRIPCION DEL PROBLEMA

1.2.A EL REZAGO DE LAS EMPRESAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS

El predominio de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas mexicanas en diversos sectores productivos eran posibles gracias a que el mercado nacional estaba cerrado a la competencia externa. Sin embargo, en un mercado abierto, en el cual se requieren inversiones importantes en tecnología de punta, maquinaria, equipo y capacidad gerencial para operar exitosamente, nuestras formas tradicionales de producción, a una escala muy reducida perdieron su competitividad; esta problemática ha sido particularmente muy aguda en nuestras Pequeñas, Medianas y Micro empresas. Por citar un ejemplo: En la manufactura ligera, las del vestido, calzado, juguetes, muebles, etc. Ha sido particularmente gravoso la competencia con los países del Sudeste Asiático.

1.2.B LA DESARTICULACION DE LAS CADENAS PRODUCTIVAS.

La apertura comercial redujo la integración de las diversas cadenas productivas

Nacionales, en la medida en que empresas que participaban en estas cadenas, ya sean como clientes o proveedores, perdieron terreno o fueron desplazadas, ante la competencia del mercado externo.

Para reconstruir todas estas cadenas productivas, ahora en un entorno de apertura a la competencia externa, será mucho el esfuerzo y el costo, sin embargo se tendrá que hacer.

1.2.C LA OBSOLESCENCIA DE PORCIONES DE LA PLANTA PRODUCTIVA

La planta productiva se había planeado y diseñado para operar en una industria aislada de la competencia externa, de tal suerte que inmersas en un medio habiente de apertura económica se volvieron obsoletas y el considerable esfuerzo de inversión de los últimos años, no ha incrementado el acervo de capital disponible en la misma proporción, si acaso ha compensado esta obsolescencia, de ahí que los aumentos de la inversión en estos años, no ha sido suficiente para incrementar la producción en forma acorde con la experiencia histórica.

1.3 OBJETIVO GENERAL

El presente trabajo de tesis tiene como objetivo principal lograr un mejor enlace con todas aquellas personas físicas o morales que tengan una actividad empresarial y que no cuentan con los recursos suficientes, para contratar los servicios de un especialista en comercio exterior, para que los asesore u oriente, y poder realizar proyectos de exportación, así como instruir a todos aquellos estudiantes de nuestra Alma Mater, para que se interesen e incrementen sus conocimientos en el área de comercio exterior, ya que el sector productivo requiere los servicios de profesionistas calificados, para desarrollar actividades relacionadas con el comercio exterior.

Por otro lado los empresarios de Nuevo León, requieren de los apoyos provenientes de las Instituciones Públicas como lo es la Universidad Autónoma de Nuevo León, para que contribuyan con proyectos de investigación, e involucren a los maestros y alumnos, para que coadyuven al desarrollo de estas empresas.

Dada la importancia que tienen todas las empresas de Nuevo León, en nuestro contexto nacional, debemos de ser un eslabón que fortalezca y aliente estas actividades, pero sobretodo busquemos su proyección internacional, estoy seguro que un número

muy importante de nuestras empresas locales principalmente las micro, pequeña y mediana, tienen el deseo y la intención de competir en el exterior, pero por razones de cultura, desconocimiento, conformismo y la falta de experiencia, no concretan operaciones en otros mercados.

Por eso creo que todos nosotros desde el más alto catedrático, estudiante, empresario hasta el más modesto artesano o empleado, estamos obligados a formarnos en mayor o menor grado en las disciplinas que rigen los mercados internacionales; no cabe duda que anunciar esta tarea es muy fácil, pero las dificultades comienzan en el momento de señalar las formas prácticas o los medios para alcanzar este objetivo.

Bajo este enfoque deseo proponer un “ MODELO DE EXPORTACION APLICABLE AL COMERCIO EXTERIOR, ENTRE MEXICO Y GUATEMALA, CON BENEFICIOS SUSTANCIALES PARA LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA”.

1.4 HIPOTESIS

Este modelo de aplicación practica, sostiene la Hipótesis de que en este momento un

Número muy considerable de empresas mexicanas, ya se encuentran operando y empleando modelos similares al propuesto, y realizando exportaciones a Centro, Sudamérica y el Caribe; y por lo tanto su utilización práctica, se puede comprobar fácilmente, con información que se puede solicitar o recabar en empresas como Bimbo del Norte, Vitro, Cemex, T.V. Azteca, etc., Ya que estas empresas están atacando al mercado Centroamericano, Sudamericano y el Caribe, como a ninguna otra parte del mundo.

El presente trabajo (de tesis), toma en consideración que puede éste modelo convertirse en una guía práctica para todos aquellos empresarios que se encuentran dentro de esta clasificación de empresas propuestas, y que desean iniciar proyectos de exportación hacia los mercados Centroamericanos, y puedan aprovechar las grandes ventajas que les ofrece la cercanía territorial, a todos estos países.

Todos los mexicanos debemos estar conscientes de que nuestro país es el líder de exportaciones en América Latina, exportamos más del doble que Brasil y cerca de cuatro veces más que Argentina.

Por lo que debemos de pensar que es muy peligroso a largo plazo permanecer atados a un solo mercado interno, porque las empresas deben romper la diferencia de los ciclos

económicos de un mercado y las fluctuaciones cambiarias, contando con ingresos en otras divisas.

He aquí el porqué las empresas mexicanas Micro, Pequeñas y Medianas, deben exportar, ya que pueden crecer muy rápidamente y a corto plazo obtener grandes beneficios económicos.

Se debe señalar que la economía Guatemalteca, al igual que otros países de Centroamérica están creciendo a ritmos sostenidos, a diferencia de hace diez o veinte años, y en la actualidad todos estos países Centroamericanos, no representan graves problemas de pago y la lista de productos mexicanos que se encuentran exportando es muy basta; desde globos, zapatos, lencería, automóviles, refrigeradores, petróleo, hasta pan.

1.5 METODOLOGIA

El Primer paso que tenemos que comprender para realizar proyectos de exportación, es el entorno internacional, y aprender y comprender la gran importancia que tiene para

cualquier país el Comercio Exterior, y ya aplicada al mundo de los negocios internacionales, es muy importante el conocer y comprender el cómo la Marketing Internacional clasifica el tamaño o magnitud de una empresa, para poder ubicarnos en que posición se enmarca a la empresa que nosotros representamos en un momento determinado. Desgraciadamente para la Mercadotecnia Internacional, en todos los modelos que propone para esta clasificación, siempre se toma como base a las empresas Norteamericanas, y eso ya para nosotros representa un gran problema, ya que nuestras empresas en comparación con las Norteamericanas, la mayoría caen dentro de la empresa micro o pequeña, con excepción de algunos grupos mexicanos, que se contemplan como medianas y otras pocas como grandes, por eso es muy importante al considerar un mercado específico externo, el evaluar las características económicas, políticas, marco legal, y la cultura de los pueblos, en Segundo lugar la empresa debe considerar, que proporción de ventas totales extranjeras se debe buscar; si se van a hacer negocios en pocos o en muchos países, y a que tipo de naciones deberá ingresarse, el Tercer paso por decidir, son los mercados específicos a los que se ingresará, con lo que nos conlleva a la evaluación de los rendimientos probables sobre la inversiones, y cuantificar los posibles riesgos. El Cuarto paso, la empresa deberá decidir como entrar en cada uno de los mercados meta, muchas empresas comienzan como exportadores directos o indirectos, y después pasan a las licencias, asociaciones en participación, y por último a la inversión directa; y a esta evolución, en diferentes textos de marketing, se le denomina "Proceso de Internacionalización".

A continuación, las empresas deberán decidir, hasta que punto deberán de adaptar sus productos, promoción, precio, y distribución en cada mercado extranjero específico; y por último, las empresas deberán desarrollar una organización eficaz, para buscar un marketing internacional.

La mayoría de las empresas comienzan con un departamento de exportaciones, y se gradúan con una división internacional, y muy pocas se convierten en empresas globales, lo que significa que la alta dirección planea y organiza a su empresa sobre una base global.

Para que se pueda apreciar en forma más clara la concepción de este modelo, diremos que el caso de aplicación práctica que se toma como prototipo en esta investigación, dentro de las clasificaciones que en varios textos de marketing internacional se señalan, se le denomina "Exportador experimental", ya que dentro de esta clasificación la empresa RUGO, S.A. DE C.V., Tiene Este Perfil; que aunque es considerada como una empresa Mediana y logra excelentes ventas nacionales, tiene la desventaja de que por primera vez en sus casi cincuenta años de vida está tratando de exportar, otra característica es de que este tipo de empresas cuentan con menos de 100 empleados, y se enfocan en promedio a 10 clientes, una tercera parte de este tipo de compañías buscan activamente su primer pedido de exportación, y su presidente es el ejecutivo principal, el cual piensa que exportar es una actividad favorable, pero existe poca

exploración acerca de las posibilidades de exportar; Los principales factores que los motivan a la exportación a este tipo de empresas normalmente son: que participan con una sola línea de productos, ventaja tecnológica y ventaja de utilidades, y los problemas de exportación, es percibida en las áreas del esfuerzo de ventas, obtención de información financiera, adaptación física del producto, recabación de la información de marketing, e información sobre prácticas de negocios.

Es muy importante para esta investigación, el haber realizado esta breve semblanza para que ubiquemos la importancia que se tiene, cuando un gobierno se preocupa por realizar tratados y Acuerdos comerciales con otras naciones, ya que permite que las empresas participen en el marco de las negociaciones comerciales internacionales, aprovechando los espacios que la Administración Pública logra en comercio exterior, para fortalecer su economía interna, y así buscar a la vez combatir el desempleo, la generación de impuestos, y elevar el ingreso nacional, etc.

Para una mayor comprensión de las ventajas que se tienen el aprovechar los convenios que en materia de Comercio Exterior realiza nuestro Gobierno, y para la empresa mexicana el saber sacar provecho de los Acuerdos Comerciales Internacionales, se presenta un proyecto de aplicación práctica en seis facetas, las cuales son las siguientes:

FASE I.- Marco teórico.

FASE II. - Modelo de aplicación práctica.

FASE III.- Naturaleza del producto a exportar.

FASE IV.- Aspectos característicos del país a exportar.

FASE V.- Plan de mercadotecnia, y

FASE VI.- Sistema de exportación.

Independientemente de las fases en las cuales se desarrolla la presente investigación, cabe señalar que todo el trabajo está apoyado por: Gráficas, diagramas de flujo, estadísticas, información real del proceso para realizar toda una exportación, así como el señalamiento oportuno para el lector de toda la información que requiere para realizar los trámites correspondientes y en que instancias de gobierno tienen que acudir, además se incluye información hotelera, agencias de viajes, líneas de transporte terrestre,

etc., Otro aspecto importante, es de que se incluye información de cómo se contacta uno con las embajadas, para asistir a una feria internacional de negocios, y todo tipo de información para que los interesados tengan una idea clara de la mecánica de una exportación, acompañada de los anexos correspondientes.

1.6 CONCLUSIONES

El modelo de exportación aquí propuesto, ya se encuentra operando en la actualidad en diferentes países de Centro y Sudamérica, con grandes ventajas para nuestras empresas que tienen las características señaladas en esta tesis; ya que Centroamérica es un mercado natural para nosotros en virtud de que:

Los hábitos de consumo en general son similares a los nuestros y por lo tanto los productos a exportar, no necesitan adaptaciones especiales.

Las escalas de consumo de estos países, se adaptan generalmente al tamaño de las fabricas mexicanas, ya que los pedidos no son tan voluminosos, las restricciones en

cuestión sanitaria y de empaque son mínimas en comparación con los de Estados Unidos, Asia y Europa.

Otras ventajas que se pueden señalar son las siguientes:

- Tenemos el mismo idioma
- Costumbres y tradiciones semejantes
- La religión, predominantemente es la Católica Romana
- Forma de gobierno
- Nos ofrecen grandes ventajas arancelarias
- La cercanía territorial colindante.
- Podemos conocer a nuestros clientes de manera directa y captar sus impresiones sobre nuestros productos.

- Podemos identificar a los competidores directamente, así como las formas en que ellos presentan sus productos, empaques, precios, etc., y así poder captar las necesidades de iniciar nuestras campañas publicitarias o encuestas comerciales.
- Conocer la amplitud del mercado y las necesidades de innovación de nuestros productos.
- Poder manejar personalmente las condiciones de pago y la mecánica más conveniente para negociar las formas y las fechas de entrega de las mercancías.
- Poder obtener ingresos a corto plazo en otras divisas.

Independientemente de todas las ventajas que se tienen al exportar a países de la región, es muy importante no olvidar, que este proyecto de aplicación práctica tiene como base legal teórica las negociaciones internacionales que nuestro gobierno ha realizado, y muy especialmente para esta investigación nos referimos a la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), de la cual México es socio, el cual surgió en 1960, con el tratado de Montevideo, el cual a su vez desarrolló un modelo de Libre Comercio cuyos principios fundamentales fueron el del otorgamiento de la cláusula de nación más favorecida, el de liberación gradual del intercambio, el de reciprocidad, el de

complementación, y el mejor trato para los países de menor desarrollo económico de la región, como es el caso de Guatemala quien no es socio de (ALADI), pero es un país con menor grado de desarrollo económico de la región.

Nuestras instituciones de nivel superior y nuestro gobierno, deben diseñar programas Específicos para apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas exportadoras o que deseen exportar, con estudios de mercado, asistencia para ferias y exposiciones internacionales, apoyos para el diseño de estrategias de exportación, búsqueda de representantes en los mercados externos, contacto y evaluación de los socios en coinversiones, localización de plantas subsidiarias, adquisición de compañías extranjeras y transferencia tecnológica, entre otros muchos aspectos.

Seguramente los beneficios pudieran tener una profundidad tal que puedan ser una parte muy importante del desarrollo y bienestar que tanto buscamos para nuestra sociedad.

LIC. y C.P. GABRIEL ESQUINCA MORENO

CAPITULO 2

MARCO TEORICO

La evolución que ha tenido la administración Pública Mexicana en los últimos años, nos permite conocer de mejor forma su situación actual en el contexto político, económico y social, en una economía globalizada, en la cual la administración Pública Federal se ha visto influenciada sobre todo en lo económico y en lo político; desde el punto de vista económico el comercio exterior y la mercadotecnia internacional, han venido a revolucionar todos los sistemas que en materia de negocios internacionales los gobiernos implementaban casi sin contratiempos, en cambio ahora se debe destacar que en este momento: la internacionalización de los mercados, la globalización de todas las economías, la liberación de los mercados, la creación de alianzas estratégicas, bloques regionales, convenios, acuerdos comerciales internacionales, tratados de libre comercio bilaterales o trilaterales; bajo estas condiciones se está configurando el nuevo sistema económico mexicano con los componentes de la sociedad civil sobre todo el del sector industrial y de la sociedad política.

En la actualidad los gobernantes reconocen que cada vez es más difícil separar la actividad económica nacional, de los acontecimientos de los mercados internacionales, ya que las medidas políticas de una nación pueden ser vetadas o contrarrestadas por las actividades de las fuerzas del mercado global; decisiones que antes eran claras en la esfera nacional, ahora han llegado a estar sujetas al visto bueno por los organismos internacionales como la OMC. y otras muchas más, por lo consiguiente, el comercio internacional ha cambiado muchos conceptos y nociones sostenidas desde tiempos añejos con respecto a la soberanía Nación-Estado y a la extraterritorialidad; ya que los países participantes en las negociaciones internacionales deben tener aspiraciones compatibles antes de ceder cualquier parte en que se inmiscuya su soberanía nacional, ya que la soberanía del Estado es una de las posesiones más preciadas de cualquier Nación y que sólo se cede a cambio de una promesa de mejora significativa de la posición nacional a través de la cooperación. Cada tipo de unión económica parte del hecho de que el desarrollo y el crecimiento de las oportunidades de mercado son un objetivo básico; generalmente los mercados crecen por medio de un tratamiento arancelario preferencial para los miembros participantes de la unión, o de barreras arancelarias comunes contra los países extraños o no pertenecientes a la unión.

Por ejemplo la función clave de crear un área de libre comercio, como es el caso de México con Estados Unidos y el Canadá, es el de proporcionar un mercado masivo sin barreras que impidan el flujo de bienes y servicios entre los miembros participantes; esencialmente, en un área de libre comercio se crea con la intención de reducir o eliminar las obligaciones aduaneras y las barreras comerciales no arancelarias entre los

países socios. En un área de libre comercio aunque no establece barreras comerciales comunes al exterior, ni obligaciones aduaneras, y de que tampoco se permite el libre flujo de mano de obra, ni de capital entre los países, como sucede en un mercado común, en realidad si existe una mayor comunicación y cooperación en asuntos económicos.

Por otro lado podemos comentar que los acuerdos sobre cooperación económica Latinoamericanos, antes de 1990, la mayoría de los grupos del mercado Latinoamericanos tenían diversos grados de éxito, el primero en surgir y el más ambicioso fue, el de la Asociación de Libre comercio Latinoamericana (ALCLA), que dio lugar a la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), conformado por México, Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay, y Venezuela.

Todos estos países asociados, atormentados por una deuda externa enorme, con sistemas económicos proteccionistas, con inflación de tres dígitos, propiedad Estatal de las industrias básicas y una sobrerregulación de la industria; la mayoría de estos países de la región se encontraban en un estado perpetuo de caos económico. En tales condiciones no existía mucho comercio o integración entre los países miembros, en cambio en la actualidad están sucediendo grandes cambios significativos en América Latina, y existe una gran ola de optimismo acerca del acontecimiento económico en marcha, propiciado claro por las reformas políticas y económicas que están ocurriendo desde México hasta Argentina.

La integración en Latinoamérica se ha dado a través de varios movimientos, entre los que se encuentran el Sistema Económico Latinoamericano (SELA), el Mercado Común Centroamericano (MCCA), la Comunidad del Caribe (CARICOM) y la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), entre otros.

Para fines de esta investigación, nos referiremos básicamente a la Asociación Latinoamericana de integración (ALADI).

Este movimiento integracionista surgió en 1960, con el Tratado de Montevideo, el cual desarrolló un modelo de zona de Libre Comercio, cuyos principios fundamentales fueron el del otorgamiento de la cláusula de nación más favorecida, el de liberación gradual del intercambio, el de reciprocidad, el de complementación y el mejor trato para los países de menor desarrollo económico de la región.

Con base en el principio de nación más favorecida, los países signatarios se obligan a conceder dicho tratamiento a todos y cada uno de los países de la Asociación, extendiéndoles automáticamente cualquier ventaja, favor, franquicia o privilegio que se considere a cualquier otro país no-miembro de la Asociación. De 1960 a 1980, la Asociación acordó cerca de 12 mil concesiones arancelarias, conformando una lista común de productos. Asimismo, se suscribieron 25 acuerdos de complementación, de

los cuales México participó en 20 y dio cerca de 800 concesiones arancelarias, beneficiándose con unas 1800.

En este mismo período y a través de este mecanismo, los países signatarios centuplicaron su intercambio intrazonal, se unificó la nomenclatura arancelaria y se estableció un sistema ágil de compensaciones de pagos, entre otros resultados.

En 1980, a través de la Asociación, se llevó a cabo una evaluación de los resultados obtenidos, encontrándose éstos altamente posesivos, por lo cual los 11 países signatarios decidieron continuar este proceso integracionista, suscribiendo un nuevo Tratado de Montevideo, en el que se señalan como características del mismo: pluralismo, convergencia, flexibilidad, tratamientos diferenciales y multiplicidad.

Al tratado de este Tratado, se revisaron todas las concesiones acordadas anteriormente, llegando a negociarse éstas como el patrimonio histórico de la ALALC.

De estas negociaciones surgieron acuerdos de alcance parcial bilaterales entre México y cada uno de los diez países signatarios, los cuales incluyeron el citado patrimonio Histórico y se negociaron los productos que a través del tiempo se habían vuelto críticos y sensibles por su afectación directa sobre las industrias locales.

Asimismo se revisaron los 25 acuerdos de complementación sectoriales negociándose nuevamente, pero dentro del contexto de acuerdos de alcance parcial de naturaleza comercial.

Dentro del tratado de Montevideo se contempla la concentración de acuerdos de alcance parcial con otro país y áreas de integración económica no signatarios del Tratado, a los cuales se les consideran una serie de preferencias no extensivas a terceros países para productos que se negocien previamente.

El objetivo de incluir este Marco Teórico, es de que el lector de éste trabajo de investigación, tenga una idea clara del porqué seleccioné para mi propuesta de modelo de exportación, a un país Centroamericano y en especial a Guatemala. Para el conocimiento del lector, México, como país miembro de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), y al amparo de Artículo N°. 25 del Tratado de Montevideo de 1980, ha suscrito varios acuerdos con países centroamericanos, entre ellos Guatemala. El 4 de Septiembre de 1984, México y Guatemala suscribieron un Acuerdo de Alcance Parcial que tiene por objeto fortalecer y dinamizar sus corrientes de comercio.

A continuación se presentan Las bases que sustentan la firma del Acuerdo de Alcance Parcial entre México y Guatemala.

**ACUERDO DE ALCANCE PARCIAL ENTRE LA REPUBLICA DE
GUATEMALA Y LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS:**

Los Plenipotenciarios de la República de Guatemala y de los Estados Unidos Mexicanos, debidamente autorizados por sus respectivos Gobiernos, según poderes presentados en buena y debida forma, convienen en celebrar el presente Acuerdo de Alcance Parcial.

CONSIDERANDO:

- 1) Que Guatemala es parte integrante del Mercado Común Centroamericano y que la celebración del presente Acuerdo de alcance parcial no contraviene los compromisos adquiridos en virtud de los convenios regionales vigentes;
- 2) Que los Estados Unidos Mexicanos son signatarios del tratado de Montevideo de:
- 3) 1980, que en sus Artículos 7, 8 y 9 de la Sección III prevé la celebración de

Acuerdos de Alcance Parcial y el Artículo 25 del mismo instrumento autoriza la concentración de dichos acuerdos con otros países y áreas de Integración Económica de América Latina; así como lo previsto en la Resolución 2 del consejo de Ministros que establece las normas generales para estos Acuerdos;

- 4) Que los resultados de la II Reunión del Consejo de Ministros de la Asociación Latinoamericana fueron atendidas las recomendaciones del plan de Acción de Quito, aprobado durante la Conferencia económica Latinoamericana en Materia de Cooperación Económica, expansión y diversificación del comercio y la eliminación de restricciones no arancelarias; acuerdan el otorgamiento de preferencias enmarcadas dentro del espíritu de integración económica de América Latina.

CAPITULO I

OBJETIVO DEL ACUERDO

ARTICULO 1

El presente acuerdo tiene por objeto impulsar el proceso de integración Latinoamericana basándose en lo establecido en el Tratado de Montevideo de 1980, y tomando en cuenta el grado de desarrollo económico de ambas partes, el otorgamiento

de concesiones que permitan:

- a) Fortalecer y dinamizar las corrientes de comercio entre los dos países;
- b) Promover en la mayor medida posible la participación de productos básicos y manufacturados en dicho comercio; y
- c) Considerar, en la medida de lo posible, la situación especial de algunos productos de interés de los países signatarios; y
- d) Adoptar las medidas y desarrollar las acciones que correspondan para dinamizar el proceso de integración de América Latina a cuyo fin se fomentarán entre los dos países, acciones de cooperación y complementación económica.

CAPITULO II

PREFERENCIA ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS

ARTICULO 2

El presente acuerdo se basará en el otorgamiento de preferencias con respecto a los gravámenes y demás restricciones aplicadas por parte de la importación de los productos negociados en el mismo, cuando éstos sean originarios provenientes de sus respectivos territorios.

Las preferencias acordadas podrán ser permanentes, de carácter temporal o estatal, estar sujetas a contingentes o cupos de importación o recaer sobre productos de unas más secciones de sus respectivas nomenclaturas arancelarias.

ARTICULO 3

Se entenderá por "gravámenes" los derechos aduaneros y cualesquiera otros recargos de efectos equivalentes que incidan sobre las importaciones. No quedan comprendidas en este concepto las tasas y recargos análogos cuando correspondan al costo aproximado de los servicios prestados.

Se entenderá por "restricciones" toda medida no arancelaria, de cualquier naturaleza, mediante la cual un país signatario impida o dificulte por decisión unilateral sus importaciones del otro país signatario. No quedarán comprendidas en este concepto las medidas adoptadas en virtud de las situaciones previstas en el Artículo 50 del Tratado de Montevideo de 1980 y aquéllas adoptadas con carácter general, no discriminatorias.

ARTICULO 4

En el presente Acuerdo, las preferencias arancelarias que se otorgan, consisten en rebajas porcentuales, cuyas magnitudes se aplicarán sobre los aranceles de importación aplicables a terceros países.

En el Anexo I que forma parte del presente Acuerdo se registran, para los productos originarios procedentes del territorio de las partes, las restricciones no arancelarias, las preferencias acordadas, la vigencia de las concesiones, los contingentes o campos comprometidos y los demás términos de la negociación.

CAPITULO III

PREVENCION DE LAS PREFERENCIAS PACTADAS

ARTICULO 6

Los países signatarios se comprometen a mantener las preferencias porcentuales pactadas cualquiera que sea el nivel de su arancel hacia terceros países para los productos negociados y a no adoptar medida de efectos equivalentes.

En caso de que se modifiquen los aranceles para terceros países se deberá ajustar automáticamente el gravamen para la importación de los productos incluidos en este Acuerdo, a fin de mantener la preferencia porcentual acordada.

ARTICULO 7

Cuando la alteración del arancel para terceros países afecte la eficacia de la concesión, a solicitud expresa del país afectado, deberán iniciarse negociaciones orientadas restablecer su eficacia.

CAPITULO IV

REGIMEN DE ORIGEN

ARTICULO 8

Los beneficios derivados de las preferencias otorgadas en productos originarios provenientes del territorio de las partes, cuyos productos deberán estar amparados por los Certificados de Origen correspondientes.

Para el caso de Guatemala, dichos Certificados serán expedidos por la Dirección de comercio y Exterior del Ministerio de Economía.

ARTICULO 9

Para los fines del Artículo anterior, las partes acuerdan adoptar el régimen de origen establecido en las Resoluciones 82 (III), 83 (III) de la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC) actualmente vigentes en la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

Independientemente de lo dispuesto en el párrafo anterior, las partes podrán establecer requisitos específicos de origen basados en criterios porcentuales o en otros criterios tales como los establecidos en el Tratado de Integración Económica Centroamericana.

Cuando cualquiera de las partes utilice en su producción insumos originarios provenientes de la otra parte se consideran como insumos nacionales.

ARTICULO 10

Los productos importados desde cualquier país por uno de los países signatarios no podrán ser reexportados a otros países signatarios, salvo cuando para ello hubiera acuerdo entre las partes.

CAPITULO V

CLAUSULAS DE SALVAGUARDIA

ARTICULO 11

Las partes se reservan el derecho de aplicar, unilateralmente y en forma transitoria, medidas de salvaguardia a las importaciones de productos amparados por el Acuerdo, cuando dichas importaciones causen o amenacen causar perjuicios graves a determinar actividades productivas. La aplicación de esas medidas no implica el pago de compensación alguna al país que aplica las medidas.

Una vez aplicadas las salvaguardias, las partes abrirán un periodo de consultas con el propósito de procurar que las medidas adoptadas afecten en la menor forma posible las corrientes del comercio recíproco.

ARTICULO 12

Las partes se reservan el derecho de aplicar unilateralmente, en forma transitoria y no discriminatoria, medidas de salvaguardia a las importaciones de productos amparados por el presente acuerdo, con el objeto de corregir los desequilibrios de su balanza de pagos global.

El país importador que acuda a la aplicación de salvaguardia deberá comunicar a los restantes países signatarios las medidas aplicables en virtud de la presente disposición, haciendo de su conocimiento la situación planteada y los fundamentos que le dieron origen.

CAPITULO VI

EVALUACION Y REVISION

ARTICULO 13

A partir de la vigencia del presente acuerdo, las partes efectuarán anualmente una apreciación conjunta de la marcha del mismo, con el fin de evaluar los resultados

obtenidos e introducir los ajustes necesarios que, de común acuerdo, ambas Partes consideren convenientes para su mejor funcionamiento.

CAPITULO 14

No obstante, solicitud de Parte y en cualquier momento, las partes podrán efectuar coordinadamente, las revisiones que sean necesarias para el mejor funcionamiento del presente Acuerdo.

ARTICULO 15

Los compromisos derivados de las medidas y ajustes a que se refieren los artículos anteriores, deberán ser formalizados, mediante la suscripción de protocolos adicionales o Modificatorios que se pondrán en vigor mediante el canje de cancillería.

CAPITULO VII
RETIRO DE CONCESIONES

ARTICULO 16

Durante la vigencia del presente acuerdo no procederá el retiro de las preferencias acordadas.

ARTICULO 17

No constituye retiro, a los efectos de este Acuerdo, la eliminación de las preferencias pactadas a términos, si al vencimiento de los respectivos plazos de vigencia no se hubiera procedido a su renovación, ni tampoco la exclusión de las preferencias, que pueden ocurrir con motivo de las negociaciones para la revisión a que se refiere el Capítulo VI del presente Acuerdo.

CAPITULO VIII
EXTENSION DE LAS PERIFERIAS ACORDADAS

ARTICULO 18

Las preferencias otorgadas por México en el presente acuerdo se extenderán automáticamente sin el otorgamiento de compensaciones a Bolivia, Ecuador y Paraguay, independientemente de negociación o adhesión al mismo, conforme a lo establecido en el Artículo 25 del Tratado de Montevideo de 1980.

ARTICULO 19

Los países de menor desarrollo económico relativo de la Asociación Latinoamericana de integración deberán dar cumplimiento a lo dispuesto en el Capítulo IV del presente acuerdo.

CAPITULO IX

ADHESION

ARTICULO 20

El presente acuerdo estará abierto a la adhesión de los restantes países miembros de la asociación Latinoamericana de Integración mediante negociación, en atención a lo establecido en la Resolución 2 del Consejo de Ministros.

ARTICULO 21

La adhesión se formalizará una vez que se haya negociado los términos y condiciones de la misma entre los países signatarios y el país adherente, Mediante la suscripción de un protocolo adicional que entrará en vigencia treinta días después de su depósito en la secretaría General de la Asociación.

CAPITULO X
CONVERGENCIA

ARTICULO 22

En ocasión de las Conferencias a que se refiere el Artículo 33 del Tratado de Montevideo de 1980, se procurará realizar negociaciones con los restantes países miembros de la asociación, con la finalidad de proceder a la multilateralización progresiva de las preferencias comprendidas en el presente.

CAPITULO XI
VIGENCIA

ARTICULO 23

El presente Acuerdo, que tendrá una duración de 4 años, se aplicará provisionalmente a partir de la fecha de su firma y entrará en vigor definitivamente en la fecha en que se realice el Canje de los Instrumentos de Ratificación, el cual se efectuará una vez que las Partes Contratantes hayan obtenido la aprobación que cada una de ellas requiera de acuerdo con sus respectivos procedimientos constitucionales.

CAPITULO XII**DENUNCIA****ARTICULO 24**

Cualquiera de las partes podrá denunciar este Acuerdo, mediante notificación a las demás, con 90 días de anticipación.

Formalizada la denuncia, cesarán automáticamente para el Gobierno denunciante los derechos adquiridos y las obligaciones contraídas en virtud del presente Acuerdo, salvo los referentes a las preferencias arancelarias y demás tratamientos pactados, los cuales continuarán en vigor por el término de un año, contado a partir de la fecha de formalización de la denuncia.

CAPITULO XIII**ADMINISTRACION DEL ACUERDO****ARTICULO 25**

Con el fin de lograr el mejor funcionamiento del presente acuerdo, las partes

convenientes en construir una Comisión Mista de Comercio integrado por representantes del Ministerio de Economía de Guatemala y de la Secretaría de Comercio y fomento Industrial México.

Dicha Comisión deberá quedar constituida dentro de los treinta días de suscrito el mismo, y establecerá su propio reglamento.

La Comisión tendrá, entre otras, las siguientes atribuciones:

- a) Velar por el cumplimiento de las disposiciones del presente acuerdo.
- b) Recomendar a los Gobiernos de las partes, modificaciones al presente acuerdo.
- c) Proponer a los Gobiernos de los países signatarios las recomendaciones que estime conveniente para resolver los conflictos que puedan surgir de la interpretación y aplicación del presente acuerdo.
- d) Proponer y revisar los requisitos de origen establecidos en el presente acuerdo y proponer su modificación.
- e) Fijar requisitos específicos de origen; y

f) Presentar a las partes un informe periódico sobre la evaluación y funcionamiento del presente acuerdo.

CAPITULO XIV

DISPOSICIONES FINALES

ARTICULO 26

Guatemala informará a la Secretaría permanente del Tratado general de Integración Económica Centroamericana sobre la ejecución y funcionamiento del presente acuerdo, y las modificaciones al mismo.

ARTICULO 27

Por su parte México informará anualmente al comité de representantes de los países de la Asociación Latinoamericana de integración, respecto a la ejecución y funcionamiento del presente acuerdo, así como de cualquier modificación que signifique un cambio sustancial de su texto.

Hecho en la ciudad de Guatemala, República de Guatemala, a los cuatro día del mes De Septiembre del año mil novecientos ochenta y cuatro, en dos ejemplares originales, en idioma español, siendo ambos textos igualmente válidos.

RUBRICA

**POR EL GOBIERNO DE LA REPUBLICA
DE GUATEMALA**

**LEONEL HERNANDEZ CARDONA
MINISTRO DE ECONOMIA.**

RUBRICA

**POR LOS ESTADOS UNIDOS
MEXICANOS**

**HECTOR HERNANDEZ CERVANTES
SECRETARIO DE COMERCIO
Y FOMENTO INDUSTRIAL.**

CAPITULO 3

MODELO DE APLICACION PRACTICA PARA EMPRESAS MICRO PEQUEÑAS Y MEDIANAS

Por lo general la internacionalización de las empresas es un proceso gradual, es muy raro que una empresa se constituya como tal, sólo y específicamente para involucrarse en procesos de exportación, sin embargo cabe la posibilidad de que algunas empresas puedan ser creadas con el propósito explícito de realizar operaciones de marketing en el extranjero, debido a la importancia que en los últimos años ha tenido el comercio exterior, y porque el mercado interno puede ya estar cubierta la demanda, pero que la situación económica del país les permite buscar otros mercados, para así lograr el equilibrio financiero, y se opta por buscar otros mercados; Sin embargo cabe destacar que la mayoría de las empresas sufren una serie de transformaciones al considerar este proceso de internacionalización, un ejemplo de este tipo de procesos lo está viviendo la empresa que a continuación describiremos, ya que en estos momentos esta pasando precisamente por la etapa de exportador experimental.

3.1 GENERALIDADES DE LA EMPRESA EXPORTADORA

3.1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA Y DOMICILIO FISCAL

RUGO, S.A. DE C.V.

Av. Los Angeles Oriente # 1005, San Nicolás de Los Garza, N.L..

Código Postal # 66480 Tels. 351-0016, 351-0908 Fax. 351-8240

3.1.2 GIRO DE LA EMPRESA

Fabricación y venta de válvulas para tomas domiciliarias de agua, gas y vapor, plomería en general, Exportaciones e importaciones.

3.1.3 PRINCIPALES ACCIONISTAS FUNDADORES:

Don Fernando Aldape López

Don Rodolfo Aldape Martínez

Don Ruperto González Bravo

Don Manuel V. Elizondo

Don Luis Taméz.

3.1.4 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

La empresa Rugo, S.A. de C.V., se constituye como una sociedad, el día 17 de Abril de 1950, según consta en escritura pública # 235 del Lic. José de la Luz Treviño González.

2.1.5 REGISTROS DE LA EMPRESA

R.F.C.	RUG-500417-883
I.M.S.S.	D50-47327-071
S.P.P.	60993314409
REG.EN EL EDO.	50-244413
CANACO.	50399

2.1.6 LINEA DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS QUE MANEJA.

- Tomas domiciliarias
- Piezas especializadas de fierro fundido
- Válvulas de compuerta de fierro fundido
- Válvulas globo de bronce
- Válvulas compuerta de bronce
- Llaves rosca para mangueras
- Llaves de paso
- Válvulas alimentadoras para W.C. de bronce
- Válvulas alimentadoras para W.C. con asiento
- Válvulas check.
- Válvulas Macho
- Etc.

PLOMERIA EN GENERAL

- Mezcladoras
- Lavados
- Fregaderos
- Regaderas.
- Llaves Industriales
- Trampas de Plástico
- Trampas de latón cromadas
- Contra canastas para fregaderos
- Llaves de control para lavabo
- Resumideros
- Llaves para regaderas
- Etc.

3.1.7 SUCURSALES

La empresa RUGO, S.A. DE C. V. desde su constitución ha trabajado en la ciudad de San Nicolás de Los Garza, N.L. México, pero se ha expandido para brindar servicio a toda la República Mexicana, y tiene dos nuevas instalaciones en:

SUCURSAL MEXICO, D.F.:

Obrero mundial No. 629 Col. Narvarte

México, (12), D.F. TELS.

530-1790 y 530-1795 fax. 530.1990

SUCURSAL GUADALAJARA, JAL. :

Dr. R. Michel No. 572, en Guadalajara

Jalisco. Teléfono 619-0679

Fax. 619-0542

CAPITULO 4

NATURALEZA DEL PRODUCTO A EXPORTAR

Los productos a exportar son de más alta calidad y son principalmente toda la línea de válvulas para tomas domiciliarias para gas, agua y vapor. La producción se efectúa con la maquinaria más moderna y con materias primas seleccionadas, con mano de obra altamente calificada en todos los procesos y se mantiene un estricto control de calidad, para así garantizar al 100% todos los productos RUGO.

La empresa se ha constituido en uno de los principales fabricantes y proveedores de válvulas y plomería en general, para toda la República Mexicana, cubriendo así la demanda del mercado interno; pero la situación económica del país les ha permitido buscar otros mercados, para así lograr el equilibrio financiero e intentar por primera vez, en la historia de la empresa penetrar en un mercado natural como lo es la República de Guatemala.

Aunque se sabe de antemano que RUGO, S.A. DE C.V. Es una empresa considerada como Mediana, actualmente sé esta empezando en la cuarta fase del proceso que marcan los diferentes textos sobre Marketing Internacional, que es la de "Exportador experimental", porque además de que mantiene el perfil de esta clasificación, se debe mencionar que la empresa en cuestión de ingresos promedios anuales, obtiene ingresos muy superiores en comparación de los límites establecidos para esta clasificación; pero sin embargo al seleccionar una sola línea de productos y a un país en especial como lo es la República de Guatemala, que es de la región, cae dentro de esta clasificación, aunque de acuerdo con los planes iniciales, la empresa ya ha rebasado en su etapa primaria concretar más operaciones comerciales a las previstas, inclusive ya se negocia con otros países.

En primera instancia se buscara la exportación de las válvulas y en la segunda etapa se penetrará con la línea de plomería en general.

También se tiene planeado, que para el mes de Septiembre de 1997, se realizará la primera exportación a Guatemala, y ya se iniciaron negociaciones con países como son: El Salvador, Colombia y la Habana Cuba, con los cuales inclusive ya se concretaron algunas operaciones.

CAPITULO 5

ASPECTOS CARACTERISTICOS DEL PAIS A EXPORTAR

Nombre oficial: República de Guatemala.

Su actual capital: La nueva Guatemala de la Asunción

Idioma oficial: Español.

Moneda : Quetzal.

5. A ANALISIS CULTURAL Y SOCIAL

5.A.1 UBICACION GEOGRAFICA

Guatemala tiene una extensión de 108,899 Kilómetros cuadrados, limita al norte y occidente con México; al Este con Belice, el Océano Atlántico, Honduras, el Salvador; y al sur con el Océano Pacífico.

El país está dividido en veintidós departamentos, que a su vez se subdividen en un total de 330 municipios.

5.A.2 BREVE HISTORIA DE GUATEMALA

Sus antepasados los Mayas habitaban Guatemala desde el año 200 aproximadamente, era un pueblo agrícola comerciante, y Lograron grandes conquistas en los campos de la economía, las matemáticas, la arquitectura, la escultura, la pintura, la alfarería, la literatura y en confecciones textiles.

Hacia el año 900, los Mayas abandonaron sus grandes ciudades, las razones son aún desconocidas hasta nuestros días.

En el siglo XVI, Los conquistadores españoles encontraron a una sociedad en transición, conformada por varios grupos salidos del tronco Maya: Quichés, Mames, Cakchiqueles, Tzutuiles, entre otros.

Por medio de la ocupación militar, los españoles sometieron a los indígenas y se apoderaron de sus tierras. Así se inició un régimen de destrucción de la cultura y de la explotación de los indígenas.

En 1821, los oligarcas criollos proclamaron la independencia de España, en un proceso en donde no hubo participación popular y que no hubo repercusiones sociales para la mayoría de los Guatemaltecos: los indígenas y los ladinos (mestizos) pobres.

En 1871. Ocurre la Reforma Liberal. El sector más de la oligarquía se impuso económica y políticamente, modernizaron algunos aspectos de la sociedad, pero no modificaron el sistema social.

En la primera mitad del siglo XX, se dieron gobiernos militares dictatoriales. Los dictadores Estrada de Cabrera y Jorge Ubico, sumaron 36 años en el poder, con los regímenes policíacos y dóciles a los intereses estadounidenses.

En Octubre de 1944, un movimiento ciudadano terminó con el régimen de Ubico, con lo que se inicia la Revolución del 44".

Los gobiernos de Juan José Arevalo y Jacobo Arbenz (1945-1954), fueron democráticos y progresistas. Cesó el estado policiaco y represivo, cesaron los trabajos forzados y se permitió la organización democrática y popular. Una ley de reforma agraria comenzó a beneficiar a los campesinos desposeídos.

Una intervención estadounidense, junto con los altos jefes militares, puso fin al único período democrático en la historia de Guatemala.

Se instaló un régimen oscurantista, antipopular y represivo, que con diversas modalidades llega hasta la actualidad.

5.A.3 POBLACION

La población de Guatemala era de 10.3 millones de habitantes en Septiembre de 1995, y el promedio familiar es de cinco miembros; es decir, que las familias suman aproximadamente dos millones. La densidad poblacional es de 92 habitantes por Kilómetro cuadrado.

La mayor densidad se da en el departamento de Guatemala (departamento central), donde se acercan a los 1,000 habitantes por kilometro cuadrado; les siguen los departamentos de Sacatepéquez, Quetzaltenango y Totonicapán.

La población actual de Guatemala se estima en 11,277.614 millones de habitantes, la mayor de Centroamérica, con una tasa de crecimiento poblacional del 2.88%. De continuar con esta tasa de crecimiento poblacional se duplicará para el año 2025 y alcanzara la cifra de 21.67 millones de habitantes. En la zona metropolitana de la ciudad capital se concentran aproximadamente 3.00 millones de personas o el 19% de la población total.

Aunque la mayoría de la población vive en las áreas rurales el 58.5%, la población urbana ha crecido a una tasa del 308%, la densidad poblacional es |de 925 habitantes por hectárea.(Ver. Tabla 5.1.)

La distribución por edades de la población indica que la misma es joven: el 44.3% es menor de 15 años y el 52.2%, se encuentra en el rango de 15 a 65 años.

TABLA 5.1

EVOLUCION CUANTITATIVA DE LA POBLACION

AÑOS	MILLONES	AÑOS	MILLONES
1778	0.4	1970	5.3
1880	1.2	1980	7.2
1921	2.0	1990	9.2
1940	2.4	1995	10.3
1950	2.8	1997	11.3
1960	3.9		

* Fuente: SIECA, sobre la base del INE/SIS.

Entre 1950 y 1970, la tasa anual de crecimiento de la población según la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), se mantuvo en el 3%, y subió entre 1970 y 1990, para situarse entre el 3.1 y el 3.2%, descendiendo a finales de 1990, situándose en 1994 en el 2.9%. Las mujeres representan el 49.5% de la población total.

La población rural, según las distintas fuentes, se sitúa entre el 62% y el 70%, la relación porcentual entre rural y urbana no ha variado prácticamente durante los últimos 40 años.

En la ciudad de Guatemala de la Asunción (capital de la República), viven más de dos millones de personas.

La edad promedio es de 22 años y el 54% de los Guatemaltecos tienen menos de 18 años, el 46% son menores de 15 años (17% entre 0 y 4 años, el 16% entre 5 y 9 años, el 13% entre 10 y 14 años). (Ver. Tabla 5.2)

TABLA 5.2

EDADES DE LA POBLACION, EXPRESADA EN PORCENTAJES

EDADES	PORCENTAJES
Entre 0 y 5 años	18.0%
Entre 5 y 10 años	16.6%
Entre 10 y 15 años	12.6%
Entre 15y 20 años	9.9%
Entre 20 y 25 años	8.0%
Entre 25 y 30 años	7.1%
Entre 30 y 35 años	6.5 %
Entre 35 y 40 años	5.4%
Entre 40 y 45 años	4.3%
Entre 45 y 50 años	3.4%
Entre 50 y 55 años	2.7%
Entre 55 y 60 años	2.0%
Entre 60 y 65 años	1.8%
Entre 65 y 70 años	1.2%
Más de 70 años	1.8%Fuente:

SIECA, basándose en el INE/SIS.

LA POBLACION INDIGENA

Diferentes censos y estudios oficiales cuantifican a los indígenas entre el 45% y el 60% del total de la población; el resto son mestizos y blancos (o ladinos), frecuentemente estas estimaciones se basan en aspectos externos, como la forma de vestir, de hablar, el apellido, etc., sin embargo si se atiende al pensamiento, el sentimiento, los valores, y la cultura, puede decirse que la población indígena o Maya oscila al rededor del 70%.

Los departamentos de mayor porcentaje de población indígena, según los censos oficiales son: Totonicapán con el 96%, Sololá con el 94.2%, Alta Verapaz con el 89.4%, El Quiché con el 85% y el departamento con menor concentración indígena es Zacapa con el 2.6%.

5.A.4 IDIOMA

La constitución política de la República Guatemalteca de 1985, establece el español

(Castellano), como el " Idioma Oficial " y señala que las lenguas vernáculas forman parte del patrimonio cultural de la nación.

Se cuentan hasta 25 dialectos indígenas en el país, entre los que tienen el mayor número de hablantes son él: Mam, el Kekchí, Quiché, Akchiquel, Tzutujil, Pocomchí, Ixil, Uspanteco, Sacapulteco, Ximca, Aguacateco, Kanjobal, Chuj, Jacalteco, Chortí, Sipacapeño, Pocoman, Mopán, Caribe, Chol, Lacandón, Iztá Acateco y Tectiteco.

Las cuatro lenguas o dialectos más hablados son: Quiché, el Mam, el Kekchí y el Kakchiquel. El 68% de los indígenas hablan una de las cuatro lenguas o dialectos, el 24% hablan el Quiché; el 20% el Mam, el 12% el Kekchí, y otro 12% el Cakchiquel.

Algunas lenguas o dialectos están en extinción, como el Pocomán, el Acateco, el Itza, Mopán y el Tectiteco.

5.A.5 RELIGION

Las religiones que imperan en Guatemala son: La Católica Romana, Protestante y

Maya tradicional. El 90% de la población es Cristiana y el 1% es secular.

5.A.6 CLIMA

El clima es templado en la mayor parte del país y varía hacia lo frío en algunos departamentos como son: Huehuetenango, San Marcos, Quetzaltenango, Sololá y Chimaltenango. Es más cálido en Escuintla, Zacatecas, Chiquimula, el Progreso e Izabal.

Cuando se viaja a Guatemala, se podrá notar la diversidad de climas que ahí existen, A pesar de que las tierras bajas y las costas son relativamente calientes y húmedas, con temperaturas de verano que oscilan entre los 30° y 36° centígrados (86° y 96.8° F), en el altiplano Guatemalteco suelen ser templadas. Por algo se conoce a Guatemala como el ¡País de la eterna primavera!

5.A.7 SALUD Y ALIMENTACION

LA NATALIDAD Y SU CONTROL.

La natalidad en Guatemala es de 41 por cada 1,000 habitantes, la más alta de Centroamérica y una de las más altas de Latinoamérica. Entre la población indígena, la natalidad supera el 55 por cada 1,000 habitantes. En 1986 nacieron vivos 319,321 niños y en 1990 nacieron 325,000 vivos. (Ver Tabla 5.3, y 5.4)

TABLA 5.3

DATOS E INDICADORES DEMOGRAFICOS DURANTE UN AÑO (1995)

CONCEPTO	CANTIDADES
* Número de nacidos vivos _____	375,144
* Número de defunciones totales _____	73,839
* Número de defunciones de menores de 1 año _____	16,450
* Número de matrimonios _____	54,879
* Número de matrimonios _____	1,716
* Tasa de natalidad por cada 1,000 habitantes _____	35.3
* Tasa bruta de mortalidad por cada 1,000 habitantes _____	7.0
* Tasa de mortalidad infantil por cada 1,000 nacidos vivos _____	43.9

*FUENTE: SIECA, basándose en el INE/SIS.

TABLA 5.4

TASA BRUTA DE NATALIDAD, POR CADA MIL HABITANTES

AÑO	GUATEMALA	CENTROAMERICA
1950	50.9	46.2
1960	49.5	46.5
1980	42.9	40.6

*Fuente: SIECA, sobre la base del INE/SIS.

Los departamentos de mayor natalidad son: Huehuetenango, Chimaltenango y Alta Verapaz.

Desde hace casi tres décadas, se han desarrollado en Guatemala intensos programas para reducir la natalidad, programas vinculados a los intereses Norteamericanos.

Antes de finalizar el año de 1960, Guatemala fue presionada por agencias internacionales para que adoptara medidas de control de natalidad.

Estados Unidos amenazó con suspender el programa "alianza para el progreso", si no aceptaba tales medidas.

En 1986, se denunció que la Agencia Estadounidense para el desarrollo Internacional (AID), patrocinaba esterilizaciones masivas en Guatemala.

Sectores eclesiásticos han denunciado frecuentemente excesos en la realización de tales programas, que incluyen la esterilización involuntaria.

A mediados de 1985, en una carta dirigida al presidente Ronald Reagan, el Arzobispo de Guatemala acusó al gobernador estadounidense de apoyar y financiar programas de esterilización masiva de indígenas, que constituían una afrenta a la moral, la dignidad y los valores éticos, religiosos y culturales.

Un informe elaborado por organismos sanitarios de Europa y Estados Unidos, precisó que Guatemala está a la cabeza de los programas de esterilización masiva en el mundo, y que se utilizan sistemas que constituyen un engaño a las víctimas, que en su mayor parte son mujeres indígenas de las áreas rurales. El programa gubernamental de planificación familiar, a cargo de la asociación pro-bienestar de la familia (APROFAM), llega a la encubierta esterilización masiva de mujeres, que se hace sin contar con la autorización de las afectadas.

Un congresista Guatemalteco aseguró que Guatemala ocupa el primer lugar en América Latina en esterilizaciones masculinas, realizadas por APROFAM.

Una ley de la población y desarrollo, promulgada en 1993, dejaba abierta la puerta a programas de esterilización masiva en Mujeres.

LA MORTALIDAD

La esperanza de la vida en Guatemala es de 63.4 años. Es la tasa más baja de Centroamérica.

La tasa de mortalidad general es de 9 por cada 1000 habitantes es decir, que por cada 1000 habitantes que tiene el país, mueren 9 anualmente y el 21% es de menores de un año. (Ver Tabla 5.5.)

TABLA 5.5

TASA DE MORTALIDAD POR CADA 1000 HABITANTES

AÑO	GUATEMALA	CENTROAMERICA
1950	23.0	15.7
1960	17.9	12.2
1970	15.0	10.5
1980	13.1	8.0
1990	9.0	

*Fuentes: SIECA basándose en el instituto Nacional de estadísticas (INE/SIS)

La tasa de mortalidad infantil de menores de un año, es del 84.1 por cada 1000 habitantes; Es la más elevada de América Latina, luego de Haití la mortalidad preescolar, entre uno y cinco años, suma otros 44 por cada 1,000 habitantes, con lo que la tasa entre 0 y 5 años es de 128 por cada 1,000 nacidos vivos.(Ver tabla 5.6)

Muere un niño menor de cinco años cada doce minutos, aproximadamente; es decir 120 al día y unos 40,000 al año. Otros 4,000 niños de entre cinco y nueve años mueren al año.(Ver Tabla 5.7, y 5.8)

TABLA 5.6

TASA DE MORTALIDAD INFANTIL, POR CADA 1,000 NACIDOS VIVOS

AÑO	GUATEMALA	CENTROAMERICA
1950	106.8	90.0
1960	91.9	65.8
1970	87.1	62.3
1980	69.2	49.0
1990	84.1	

- Fuente: SIECA, sobre la base del instituto Nacional de estadística (INE/SIS)

La tasa de mortalidad infantil es considerada mayor en algunos departamentos en donde las consideraciones generales de la vida son más precarias; en el departamento de Sololá, por ejemplo, mueren cuatro de cada cinco niños menores de 5 años, debido a la mala alimentación. (Ver Tabla 5.6, 5.7 y 5.8.)

La mortalidad materna es del 2% por cada 1,000 alumbramientos, tasa sólo superada en América Latina por Honduras y Haití.

TABLA 5.7

LAS PRINCIPALES CAUSAS DE MUERTE SON

CONCEPTO	PORCENTAJE
- Las enfermedades gastrointestinales	41.5%
- Las enfermedades respiratorias	11.7%
- Homicidios y guerras	11.3%
- Mortalidad prenatal	4.8%

- Fuente: SIECA, sobre la base del instituto Nacional de estadística (INE/SIS)

TABLA 5.8

EN CUANTO A LA MORTALIDAD INFANTIL, PRINCIPALES LAS CAUSAS SON

PORCENTAJE	CONCEPTO
*36%	Por diarrea
*30%	Por enfermedades respiratorias agudas
*14%	Por problemas relacionados por el parto
*12%	Por enfermedades previsibles por vacunación
* 8%	Por desnutrición

- Fuente: SIECA, sobre la base del instituto Nacional de estadística (INE/SIS)

Anualmente mueren unos 30,000 niños por diarrea y se calcula que el 70% de las muertes de los niños menores de 5 años, están asociadas directamente con la desnutrición.

A mediados de 1993, unos 30 niños morirían diariamente por diarreas, incluido el cólera.

ENFERMEDADES MAS COMUNES

La mayoría de la población no tiene acceso a los servicios de saneamiento básico, aunque la población urbana tiene mayores posibilidades de acceso que la población rural.

En 1990, el 92% de la población urbana contó con servicios de abastecimiento de agua y un 72% de la población con servicios de saneamiento, comparado con el 43% y el 52% de la población rural.

En cuanto a la atención médica, el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS), cubre el 25% de la población, el Instituto Guatemalteco de Seguridad (IGSS), cubre el 15% y el sector privado el 14%, significa que el 46% de la población, no cuenta con servicios médicos. El país tiene un promedio de 8.3 médicos por cada 1,000 habitantes.

En los últimos años aumentaron en forma significativa los casos de paludismo, salmonella, lepra, epilepsia, sarampión, dengue, y cólera.

En 1989, el Viceministro de salud habló de un dramático incremento de tuberculosis, que afectaba a 47,000 personas, lo que atribuyó principalmente al descuido en las campañas de prevención de esta enfermedad, por extrema pobreza, el hacinamiento y la emigración. En 1994, se informó que cada vez era mayor el número de pacientes que acudían a los hospitales aquejados por la tuberculosis.

No menos dramático es el incremento de casos de lepra. El instituto de dermatología atendió en 1982 a 1,582 casos y en 1988 atendió a un total de 23,000 pacientes.

La malaria, que se había prácticamente erradicada en 1970 apenas se registraron 800 casos, pero reapareció con más fuerza en 1980 y en 1992, se registraron unos 52,000 casos.

El 2.5% de la población o sea unas 250,000 personas padecen de epilepsia, en Estados Unidos y Europa el porcentaje de 0.5%.

El 98% de los niños Guatemaltecos del área rural padecen de infestación de parásitos de diferentes grados, otros 100,000 niños padecen de enfermedades de la vista, por falta de vitamina "A".

Entre el 20 y el 25% de la población padece bocio endémico y es el mayor índice en Centroamérica.

Entre 1987 y 1992, se registraron miles de casos de dengue, prácticamente en todo el país y para fines de 1991, se detectaron de 10,000 casos.

A fines de 1990, se registró una epidemia de poliomielitis.

Existen unos 85,000 niños minusválidos por esta enfermedad y por la parálisis cerebral.

DESNUTRICION GENERAL

El Instituto de Nutrición de Centroamérica y Panamá (INCAP), recomienda para toda la población del área el consumo de 2,250 calorías diarias, pero el 75% de los Guatemaltecos consumen menos de 1,500. En la dieta de los Guatemaltecos existe un servicio deficiente en casi todos los rubros, especialmente en proteínas, en el consumo de leche es el 90%; en el de carne el 80% y de huevo de 75%, sólo el 18% de los guatemaltecos tiene acceso al consumo de leche.

Guatemala es el país Latinoamericano que produce menor cantidad de leche por habitante, la producción nacional alcanza para un consumo anual de 1.23 onzas por habitantes de leche en polvo y 2.81 litros de leche pasteurizada.

En otro orden, el 99% de la población adulta ingiere bebidas alcohólicas, de los bebedores, el 15% son bebedores problema y de estos entre el 3 y el 5% son bebedores

cuya digestión psicológica y social ha llegado a excluirlos totalmente de la vida productiva.

DESNUTRICION INFANTIL

La desnutrición infantil (de 0 a 5 años), oscila según distintas apreciaciones, entre el 75 y el 85%, y ha consecuencia de ella unos 250,000 niños menores de 5 años presentan diferentes grados de retardo mental, el 63% de los niños desnutridos manifiestan retardos críticos en la talla y al menos un tercio de la población infantil sufre retrasos en su peso.

La desnutrición provoca que el 15% de los niños sufran enfermedades de la vista y de estos uno de cada 6 niños está ciego.

El Rector de la Universidad de San Carlos informó en 1991, que los niños del altiplano occidental estaban naciendo con el cráneo deficiente como consecuencia del subdesarrollo y la extrema pobreza.

CONTAMINACION AMBIENTAL

En 1986, el ministro de salud dijo que más de 300 de los productos medicinales prohibidos en Estados Unidos se vendían libremente en Guatemala, también el presidente de la Comisión Nacional del Medio Ambiente, admitió, que en Guatemala se utiliza al menos 3 de los pesticidas del grupo conocido internacionalmente como

"La Docena Maldita", por los efectos nefastos que provocan en la vida humana, animal y vegetal (Paraquat, EDB y metil paration).

En Febrero de 1988 fue inaugurada en Guatemala una planta industrial para fabricar el Paraquat, uno de la "Docena Maldita". La comisión del medio ambiente señaló que las instalaciones no satisfacían los requisitos para tal actividad.

En el estudio realizado con mujeres campesinas, se encontró que la leche materna contiene 70 veces del máximo tolerable de DDT permitido para la leche de vaca.

Todos los años, en el mes de Julio, ocurren en la Costa del Pacífico muertes y enfermedades graves por intoxicaciones provocadas por la utilización de insecticidas altamente tóxicos en el cultivo del algodón.

Todas las cuencas hidrográficas de Guatemala están altamente contaminadas, asegura la UNICEF. Los principales elementos contaminantes son: Fertilizantes y pesticidas, desechos industriales y altas cargas fecales.

Entre 1987 y 1991, según la Organización Ecológica Greenpeace, Guatemala recibió 10 propuestas para que los desechos tóxicos fueran descargados en el país y la descarga se hizo al menos una vez.

En otro orden las autoridades municipales de la ciudad de Guatemala estiman que hay unos 100,000 millones de moscas y cucarachas y 20 millones de ratas, 80,000 perros callejeros y unas 35 mil personas que realizan sus necesidades fisiológicas en la vía pública.

5.A.8 EDUCACION

ANALFABETISMO

Guatemala tiene los más altos índices de analfabetismo en América Central, con un porcentaje nacional del 52% en la población mayor de 15 años, pero se incrementa hasta un 70% en las zonas pobres.

El analfabetismo en las mujeres mayores de 15 años es del 60% y del 67% para las mujeres indígenas mayores de 15 años; en hombres adultos es del 37% y 49% de la fuerza laboral carece de escolaridad.

A escala nacional sólo el 72% de los niños en edad escolar asiste a la escuela primaria y en las áreas rurales este porcentaje sólo llega al 50%.

Según distintas estimaciones, el analfabetismo en Guatemala se sitúa entre el 58 y el 75% de la población mayor de 15 años.

La Universidad de San Carlos y la UNICEF, precisan que los Guatemaltecos que no saben leer ni escribir son el 55%, de los cuales hay que agregar otro 20% que, aunque maneja los códigos de lectura y escritura, son analfabetos funcionales.

Oficialmente se reconoce que Guatemala es uno de los países de América Latina con mayor número de analfabetos, y que solamente Bolivia, Perú y Haití se le comparan.

La tasa anual de crecimiento del analfabetismo es del 1.3%, que equivale a la mitad de la tasa de crecimiento de la población de 15 y más años, estimada en el 2.5%. En el caso de las mujeres, el analfabetismo supera el 85%.

Más del 83% de los indígenas son analfabetos, pero en el caso de las mujeres indígenas asciende al 95%. El analfabetismo es mayor en las zonas campesinas e indígenas más pobres y existe una relación directa entre el analfabetismo y la situación de pobreza; según el CEPAL, el 78.4% de los analfabetos son pobres, el 44.3% en extrema pobreza y sólo el 21.6% entra en la categoría de no pobres.

Entre 1986 y 1993, los programas oficiales apenas alfabetizaron a 168,000 personas, el sector privado por su parte, a través de la Asociación de Amigos del país, alfabetizaron a 25,000 personas entre los años de 1988 y 1993.

NIVEL DE INSTRUCCION

La constitución de la República atribuye al Estado la obligación de proporcionar y facilitar educación a sus habitantes, sin discriminación alguna. Los Guatemaltecos, agrega la Carta Magna, tienen el derecho y la obligación de recibir educación inicial, pre-primaria, primaria y básica, dentro de los límites de edad que fije la ley.

Guatemala es signataria de la declaración de los derechos del Niño cuyo principio séptimo establece: "El Niño tiene derecho a recibir educación, que será gratuita y obligatoria por lo menos en etapas elementales. , Sin embargo sólo el 13% de los Guatemaltecos, de 15 años y más, han terminado toda la educación primaria; el 44% no ha terminado o cursado ningún grado, y el 43% sólo algunos grados. Sólo el 7.9% de la población accede a la educación secundaria y el 2% a la Universidad.

ESCOLARIDAD

De cada 100 niños que ingresan al primer año de primaria, sólo 27 terminan el sexto año; pero en el área rural sólo 15 terminan.

El 50% de los niños que se inscriben en la primaria tienen que repetir el año, el ministro de Educación explicó que un estudiante promedio tardaría 18 años en terminar los seis cursos de primaria.

De los niños que finalizan la primaria, El 85% se inscriben en secundaria; y de estos sólo se gradúa el 36%.

El índice de escolaridad es de 1.7 grados de primaria. El mismo índice es de 5.0% en casi todos los países de América Latina en EU. Es el 9%.

En otro orden, del total de estudiantes que hay en el país, el 80% estudian primaria; el 17% secundaria y el 2.3 Universidad.

La cobertura educativa sólo alcanza el 55.6% de la población en edad escolar. El déficit en preprimaria es del 74%; en primaria de 42% en media del 84% y en superior es del 99%.(Ver Tabla 5.9)

TABLA 5.9

DATOS GENERALES SOBRE ESCOLARIDAD

NIVEL	POBLACION	ALUM. INSCRITOS	DEFICIT %
preprimaria (5-6 años)	550,409	145,185	73.6%
primaria (7-14 años)	1.878,417	1.138,553	39.4%
secundaria (13-20 años)	1.509,459	247,661	83.6%

*Fuente: SIECA basándose en USIPE.

Unos 2.5 millones de niños y jóvenes dejan de asistir a la escuela en los niveles de pre-primaria, primaria y secundaria.

La confederación Episcopal de Guatemala señaló "La exclusión de niños y jóvenes Guatemaltecos de la escuela, por motivos económicos o sociales, es un incumplimiento al mandato constitucional y una afrenta a los derechos del niño y de los padres de familia".

RECURSOS EDUCATIVOS

De acuerdo a las fuentes del Ministerio de Educación en 1989, había 13,558 centros educativos de pre-primaria, de ellos 11,503 eran oficiales y 2,055 privados, en secundaria los centros eran 2,430, de que 1,494 eran oficiales y 936 privados.

El 72%, del total de los estudiantes realizan sus estudios en los centros oficiales; pero en la ciudad de Guatemala los centros privados absorben el 55% del estudiantado de nivel Secundaria.

En 1989, en centros oficiales de pre-primaria, trabajaban 1,419 maestros, en primaria lo hacían 31,509 y en secundaria 4,858. Los maestros en 1992 eran 64,465, incluyendo a los que trabajan en los establecimientos privados.

La UNICEF, estima que el promedio de los niños en edad escolar hay al rededor de 400 por cada maestro activo.

Un dirigente Magisterial calculó en el año de 1992, que serían necesarias 34,000 nuevas aulas para atender a la población en edad escolar, que no recibe educación.

La Viceministra de Educación dijo en 1993 que era necesario crear 15,000 plazas para maestros, para hacer frente al déficit existente.

Las Naciones Unidas y otros organismos internacionales recomiendan dedicar a la educación como mínimo el 5%, del producto interno bruto para el caso de Guatemala, La UNESCO recomienda dedicar el 7%, pero Guatemala dedica entre el 1.5 y el 1.7%, lo que representa 12 Quetzales anuales por alumno (2.0 dólares USA), es el país que proporcionalmente gasta menos en educación de entre los países Centroamericanos.

De las asignaciones presupuestarias al Ministerio de Educación, el 95%, se dedica a gastos de funcionamiento y transferencias, y sólo el 5%, a inversión.

El presupuesto destinado en 1992 a la inversión fue de 4.3%.

En los años recientes se han producido numerosas manifestaciones de descontento, a cargo de estudiantes y padres de familia, por la grandes carencias educativas, especialmente por la inexistencia de escuelas, por las pésimas condiciones materiales en muchos de los establecimientos educativos, en los diferentes niveles y la falta de maestros y catedráticos.

EL SISTEMA EDUCATIVO DISCRIMINATORIO

De toda la población estudiantil del país, aproximadamente el 25% vive en el departamento de Guatemala. Sin embargo, en él se concentran el 33% de los servicios de educación primaria, el 61% de secundaria y el 90% de los de universitaria.

El 33% de las escuelas rurales son "unitarias", es decir, un sólo maestro atiende los 6 grados de primaria.

Pese al elevado número de la población indígena monolingüe, la educación se imparte en castellano, y sólo en 5% de las escuelas tienen programas de educación bilingüe.

En un documento sobre la educación, los obispos católicos escribieron: "Con pena se constata como a lo largo de la historia de la vida independiente de Guatemala, grandes mayorías, sobre todo en el área rural y en las entidades indígenas, han crecido y crecen aún ahora sin la menor oportunidad de asistir a la escuela, por la sencilla razón de que ésta no existe en su entorno social."

"Desgraciadamente, en la práctica, el Ministerio de Educación volcó y sigue volcando sus débiles fuerzas y magros presupuestos hacia la ciudad, erigiéndola en el centro monopolizador y en el modelo único de educación escolar, mientras deja en el olvido a las etnias indígenas y al sector rural, los grandes olvidados e injustamente marginados sociales".

"Una necesaria reforma en el sistema educativo de Guatemala, que quiera responder a las inquietudes y legítimas exigencias del pueblo, debe encaminarse hacia la atención del indígena y del campesino ladino, respetando sus peculiaridades culturales".

CALIDAD DE LA EDUCACION

La CEPAL, ha observado que los maestros Guatemaltecos del área rural tienen escasa capacitación técnico-pedagógica y metodológica, desactualización de conocimientos, insuficiente información socioeconómica sobre la realidad en que actúan, y las condiciones socioeconómicas inadecuadas para el ejercicio de la profesión docente.

EDUCACION UNIVERSITARIA

El 75% de los estudiantes universitarios cursan sus estudios en la Universidad de San Carlos (estatal), una de las más antiguas en América Latina; fue creada por cédula real en 1676. En el año de 1944 le fue reconocida oficialmente su Autonomía. La USAC cuenta con unos 75,000 alumnos, de los cuales 65,000 estudian en la ciudad de Guatemala y 10,000 en los centros regionales; el 70% de los inscritos son hombres.

Las facultades de mayor preferencia de los estudiantes son las de:

Ciencias Económicas con el 22.4% de los inscritos.

Ciencias Jurídicas y Sociales con el 15.4%

Ingeniería con el 12.3%

Odontología con el 1.4%

Medicina, Veterinaria y Zootecnia con el 1.2%

Historia con el 1.0%

En 1989, se graduaron 2,281 Universitarios.

5.A.9 VIVIENDA

DEFICIT HABITACIONAL

Oficialmente se ha situado el déficit habitacional entre 650,000 y 725,000 unidades, pero según sectores no gubernamentales, asciende a un millón, es decir, cerca de la mitad de las familias Guatemaltecas crecen en una vivienda con las mínimas condiciones de habitabilidad, el crecimiento de la población genera una demanda anual adicional de 60,000 unidades. De las familias que se forman cada año, sólo el 9% obtienen vivienda.

En la ciudad de Guatemala, el déficit es de unas 300,000 unidades y crece anualmente en 10,000 unidades aproximadamente.

Según fuentes universitarias, el cinturón de miseria que rodea a la ciudad de Guatemala, está constituido por más de asentamientos, en los que viven cerca de 800,000 personas, la cuarta parte de esos asentamientos están ubicados en barrancos y otras áreas de alto riesgo.

Otras fuentes, sin embargo, señalan que en esos asentamientos viven el 78.4% de la población capitalina.

Un funcionario gubernamental precisó que, según la Secretaria General de Planificación Económica y la UNICEF, el número de asentamientos en la ciudad de Guatemala era de 232 a mediados de 1994, sin tomar en cuenta otros que han surgido en los últimos días.

CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA

De acuerdo al censo de vivienda de 1981, las viviendas Guatemaltecas están construidas con los siguientes materiales:

El 19% son de construcción sólida; el 31% de adobe y el 50% de madera, caña, cartón o similares.

Según el Instituto Nacional de Estadística, el 50% de las viviendas carecen de energía eléctrica, pero otras instituciones independientes sitúan el déficit entre el 64 y el 73%.

Los departamentos en donde la carencia es más alta son: Alta Verapaz , El Petén, El Quiché y Huehuetenango con el 80%, San Marcos más del 70%, Chiquimula y Baja Verapaz más del 65%, y Jalapa más del 60%.

El 51% de la población tiene acceso al agua domiciliaria en diversas formas: conexión particular, chorro compartido, fuentes públicas, etc., pero sólo el 38% posee conexión particular; en la ciudad de Guatemala, únicamente el 68% de las viviendas tienen agua. El 85% de la población urbana y el 99% de la rural es dotada con agua no potable. Sólo la ciudad de Guatemala y los 25 departamentos más cuentan con agua potable. (Ver Tabla 5.10)

El 18.5% de todas las viviendas del país cuentan con servicio sanitario para uso exclusivo de sus habitantes. En otros casos, un sanitario es utilizado por varias familias, o se utilizan letrinas, y un 30% de los hogares no cuentan con ningún servicio.

TABLA 5.10

VIVIENDAS CON CONEXION DOMICILIARIA DE AGUA EN %

CONCEPTO	PORCENTAJE
- En todo el país	38.5%
- En el área rural	14.2%
- En el área urbana	75.9%
- En la ciudad de Guatemala	79.9%

*FUENTE: SIECA basándose en el INE/SIS

El 80% de las viviendas el mobiliario es insuficiente y más del 50% de las viviendas consisten de un sólo cuarto y está habitado por un promedio de 5.65 personas en cada hogar.(Ver Tabla 5.11)

TABLA 5.11

**GUATEMALA: NUMERO Y AREA CONSTRUIDA PRIVADA AUT. POR LA
MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA, POR USO O DESTINO, 1988-1995**

CONCEPTO	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
AREA METROPOLITANA 1/								
NUMERO DE CONSTRUCCIONES	4817	5303	4171	4810	5524	5971	7825	...
AREA CONSTRUIDA EN M²								
Total	686638	870955	596117	929445	988488	1083326	1005375	...
Comercio	126170	253153	161733	274247	309101	355981	271656	...
Industria	85505	67782	24660	34718	22741	26720	8161	...
Uso público	22162	25292	17403	24365	39951	36685	28654	...
Ampliaciones	87181	71517	24611	24271	48851	52755	40735	...
Paredes	41915	60290	49958	72953	89258	...
Vivienda	365620	453211	325795	511554	517886	538232	566911	...
Unifamiliar y en serie	290946	357512	288459	420528	427356	436029	469689	...
Multifamiliar	74674	95699	37336	91026	90530	102203	97222	...

1/ Incluye los municipios de Guatemala, Mixco y Villa Nueva.

FUENTE: SIECA sobre la base del Banco de Guatemala y Cámara de la Construcción.

5.A.10 EMPLEO

Con los pocos datos que se pueden conseguir con respecto a este tema, hemos tomado de diferentes fuentes lo siguiente:

La población económicamente activa (PEA), es algo superior a los 3.3 millones de personas y representa al 31% de la población total del país.

El desempleo total alcanza al 76% de la población económicamente activa (El desempleo abierto es del 7% y el subempleo es del 60%,).

El 36% de los niños comienzan a trabajar a partir de los 6 años entre 30,000 y 40,000 de ellos son utilizados como mano de obra barata en los latifundios de la costa sur.

5.A.11 SALARIOS

Al iniciarse la gestión democristiana en Europa en Enero de 1986, la Ministra de

Trabajo declaró que el gobierno era contrario a decretar la elevación del salario mínimo; que no presentaría a los empresarios en ese sentido, ya que ello obstaculizaría la "Reactivación nacional"; y que el papel del Estado en ese campo debería ser subsidiario, y de ninguna manera absorbente".

La posición democristiana se manifestó congruente con el sector empresarial. Al respecto, uno de los principales dirigentes empresariales, por ejemplo: Calificó la Implementación de salarios mínimos como una medida "Falsamente populista y el principio del colapso económico".

La Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos escribió a finales de 1989: "La Política salarial ha tenido como objetivo reducir las remuneraciones de los trabajadores, en favor de la recuperación y fortalecimiento del capital, beneficiándose de los altos porcentajes de desempleo y subempleo existentes en el país".

Los gobiernos de Serrano y de León, no modificaron la política salarial de los democristianos.

En otro contexto, el establecimiento de nuevos salarios mínimos y el requerimiento por aumentos salariales, siempre han ido acompañados por despidos masivos y por mayores exigencias a los trabajadores. A principios de 1991, fueron despedidos al rededor de 30,000 empleados públicos y otra cantidad no menor de trabajadores agrícolas por eso en 1991, la mayoría de las dependencias de los Ministerios y Estatales se encontraban emplazadas en los tribunales de trabajo.

Los precios desde 1984 hasta 1994, crecieron en un 225%. Desde 1991, el salario mínimo es de 11.20 Quetzales diarios, para las actividades agrícolas y de 13 Quetzales diarios, para las actividades no agrícolas; pero los salarios reales continúan lejos de los mínimos establecidos; el 90% de las empresas no pagan los salarios mínimos.

COSTO DE LA VIDA

El Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales de la Universidad de San Carlos, realizó a mediados de 1991, un estudio, que reveló que la canasta básica familiar

promedio tenía un costo de 1,125 Quetzales mensuales (37 Q. Diarios), pero el salario mínimo promedio estaba al rededor de 456 Quetzales mensuales (14 Quetzales diarios), con el que se alcanzaba a medir poco más de la tercera parte del costo de la canasta básica.(Ver Tabla 5.12)

En cuanto al costo del mínimo vital, el Instituto nacional de Estadística estimó en el año de 1993, que para una familia de cinco miembros era en promedio de 25.16 Quetzales diarios (750.80 Quetzales mensuales), pero los ingresos de los sectores populares apenas alcanzaban un promedio de 14.70 Quetzales (441.05 Quetzales mensuales).

TABLA 5.12

**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN LA CIUDAD CAPITAL, POR RUBRO
SEGUN PROMEDIOS ANUALES.**

CONCEPTO	CANTIDAD
1.- INDICE GENERAL	445.8
2.- ALIMENTOS Y BEBIDAS	514.8
3.- VIVIENDA USADA COMO HOGAR	371.4
4.- EQUIPO Y MANTENIMIENTO, EN EL HOGAR	389.2
5.- MUEBLES, VESTIDOS Y CALZADO	384.9
6.- ASISTENCIA MEDICA	606.9

- Fuente de información en base: SIECA al Instituto Nacional de Estadística INE/SIS.

5.A.12 FOLKLORE

El Cristo negro constituye la imagen de mayor veneración en Centroamérica. Antes de la conquista española Esquipulas formaba parte del gran reino Payaqui, cuya capital era Copán escenario del desarrollo del pueblo Nahuatl. En el pueblo de Esquipulas como se le conocía anteriormente, se construyó un centro ceremonial, en el cual se celebraban los ritos iniciados durante la primavera y que eran regidos por movimientos del sol.; Su fundación se hizo bajo la advocación de Santiago el Mayor apóstol de Jesús, por lo que su nombre fue Santiago de Esquipulas, uniendo así en ancestro español e indígena.

Esquipulas ubicada a 200 Kilómetros de Guatemala, es actualmente el centro de la fe, no sólo de la población Guatemalteca, sino también la de otros países de Centroamérica, los habitantes del lugar se dedican a trabajar tecomates, dulces en conserva, bordados de palma, coronas o gusanos de colores para adornar vehículos, tabletas de tierra bendita, elaboradas con barro blanco (caolín), y cerería.

5.A.13 COMUNICACIONES

El servicio básico que es el teléfono no cuenta con suficientes líneas, se tiene al rededor de 97,670 líneas principalmente localizadas en la ciudad de Guatemala, al nivel internacional está conectado con el sistema de Centroamérica; cuenta con un INTELSAT (Océano Atlántico), estación lunar.

GUANTE, reconoce que la demanda insatisfecha es de por lo menos 400 mil líneas y que no logrará instalarlas de aquí a fines de siglo.

En las áreas urbanas 7 de cada 100 Guatemaltecos cuentan con un teléfono, pero el promedio nacional es de 1.6 teléfonos por cada 100 habitantes, es uno de los promedios más bajos en América Latina y de los más bajos en el mundo, en el área rural es de 4 teléfonos por cada 1,000 habitantes.

En una encuesta realizada por la Gremial Exportadores de productos no tradicionales (GEXPRONT), el 50% de las empresas expresó su gran insatisfacción por la cantidad, calidad y costo de los servicios disponibles sobre todo en el interior del país.

Docenas de empresas exportadoras y nuevas empresas industriales en: Chimaltenango, Petén, Izabal, Escuintla y zacapa, no ha obtenido respuesta alguna luego de iniciar gestiones para la obtención del servicio telefónico. Esta situación fuerza al uso de otras opciones como es la telefonía celular y radio, que resultan muy costosa y que por lo tanto, inciden negativamente en la competitividad del producto.

La Gremial de exportadores de productos no tradicionales puntualiza “La deficiencia de las telecomunicaciones ha incidido negativamente en la inversión privada”.

Este y otros estudios realizados en varios países han demostrado que la cantidad de las líneas telefónicas son factores importantes para descentralizar la producción, genera exportaciones y atraer y retener a la inversión extranjera.

Nuevas industrias de información. Además, un sistema flexible de telecomunicaciones es imprescindible para operar las nuevas industrias de la información, como la maquina de servicios computarizados. Por ejemplo la Federal Expres scannea diariamente un millón de formas de envío en sus oficinas de Memphis, y distribuye las imágenes electrónicamente a cinco bureaus de Data Entry para que su contenido sea digitalizado. Uno de estos bureaus, la “Data Center del Norte” en Tijuana

México, emplea a más de 500 operadores que ingresan unos 500,000 documentos diarios.

En cuanto a la transmisión internacional, GUATEL ofrece desde 1992 el servicio IBS (International Business Service), cualquier empresa que esté dispuesta a pagar la cuota mensual promedio de \$8,000 dólares, tiene derecho al uso constante de un canal satelital de 64 Kbps (Kilobits por segundo), subdividido en un canal de datos (19.2 Kbps), y 4 líneas telefónicas. El canal de 128 Kbps constaría unos 12,000 dólares mensuales.

Las reformas de las telecomunicaciones en los países de América Latina muestran varias características comunes:

Generalmente se han establecido políticas reguladoras, separando las operaciones claramente de estas entidades. Para lograr esto, algunos países, como Brasil y Colombia, han tenido incluso que modificar la constitución, en el caso de Guatemala sería necesario modificar la ley de radiocomunicaciones de modo tal que el manejo de las bandas este a cargo de una institución distinta a los operadores este es uno de los ejemplos que Guatemala tendría que realizar, para que se puedan implementar medidas para las telecomunicaciones.

Finalmente, se ha buscado incrementar la participación de capital privado local e internacional. Esto último ha resultado bastante fácil, ya que el retorno sobre la inversión en estos proyectos se calcula que es en general entre 18% y 37%. En el caso específico de América atina, según AT&T, el mercado para estos servicios se triplicará, alcanzando los \$45,000 millones de dólares antes del año 2000.

Guatemala aún no tiene conexiones directas por fibra óptica a otros países, para las comunicaciones al resto de Centroamérica, se utiliza el sistema regional de microondas administrado por COMTELCA, la salida al resto del mundo se realiza por medio de satélite.

Guatemala forma parte de Intelsat (Internacional Telecommunications Satellite Organization), una cooperativa internacional creada en 1962 a iniciativa del Gobierno de Estados Unidos, con el propósito de ofrecer satélites no comerciales que impulsarán la armonía entre las naciones, está formada por 122 países, cada uno de los cuales posee un porcentaje de acuerdo con el uso que hace del sistema.

Hacia 1992, Estados Unidos tenía el 21.86%, seguido por el Reino Unido con el 12.05% y Japón con el 4.5%, el porcentaje más bajo permitido es 0.05%, que es el correspondiente a los países Centroamericanos, incluyendo a Guatemala.

El congreso de Estados Unidos creó Comsat (Comunications Satellite Corporation), que administra el consorcio de países interesados en Intelsat, y actúa como representante y signatario por parte de Estados Unidos. Si una empresa necesita servicio internacional de comunicaciones, los solicita por ejemplo a AT&T, que a su vez, compra acceso a Intelsat a través de Comsat o su representante en la compañía telefónica local.

En 1983, varias empresas solicitaron permisos para operar servicios satelitales transatlánticos y romper el monopolio de Intelsat, en 1985 se adjudicaron varios permisos limitados, incluyendo a uno para el mexicano René Anselmo, quien iniciará una demanda contra Comsat por sus políticas de precios exagerados y prácticas competitivas injustas en América Latina.

El primer satélite de René Anselmo el PAS-1 (PANAMSA), fue puesto en órbita en Julio de 1988.

Para Octubre de ese mismo año, la asamblea de Intelsat aprobó el uso de PANAMSAT, en Costa Rica y la República Dominicana, abriéndose así el primer

servicio alternativo a Intelast. Como resultado, las tarifas mundiales han bajado y se han introducido nuevos servicios.

Sin duda cualquier reforma en el sector de las telecomunicaciones atravesará por situaciones difíciles y los beneficios no se verán de la noche a la mañana, ya que los períodos de ajuste son inevitables.

Pero en el caso de América Latina, ya se han visto beneficios y sobretodo, se han ampliado las posibilidades de cada país de participar en la nueva economía global de la información.

Finalmente GUATEL, como otras empresas, exhibe una capacidad muy limitada para mercadear adecuadamente los servicios que presta. Las empresas que no han hecho uso de estas operaciones que ya están disponibles, es porque simplemente no las conocen.

4.A.14 TRANSPORTACION

El Territorio Guatemalteco cuenta con: Líneas aéreas, transporte terrestre, líneas férreas y marítimas.

LAS LINEAS AEREAS QUE PRESTAN SU SERVICIO EN GUATEMALA SON:

AVIACA, Aerónica, Copa, Continental Airlines, Eastern Airlines, Iberia, KLM, LACSA, Mexicana, Panamericana Airlines, Sahsa, Sam, TACA y la Aurora.

El aeropuerto internacional está ubicado en la ciudad capital, el cual permite la comunicación del país con Centroamérica y el resto del mundo.

También existen aeropuertos de segunda categoría en las ciudades de Cobán, Quetzaltenango y Huehuetenango.

TRANSPORTE TERRESTRE

La red de carretera básicas enlaza en las principales ciudades y puertos del país, tienen una longitud aproximada de 13,500 Kilómetros, de los cuales 3,000 Kilómetros están asfaltados.

LINEA FERREA

La línea férrea del país tiene una longitud de 780 Kilómetros y enlaza al Océano Atlántico con el Pacífico, contando también con un troncal que llega a la frontera con México.

TRANSPORTE POR VIA MARITIMA

Los puertos de mayor importancia en Guatemala son: En el Océano Atlántico, están él de Santo Tomás de Castilla y él de Puerto Barrios. En el Océano Pacífico, está él de San José (también conocido como Puerto Quetzal), y él Puerto de Champerico. Los puertos de Santo Tomás de Castilla y San José, tienen instalaciones y equipo necesario, para realizar operaciones de carga a granel y Líquida general, contenedores, lash, roll off, y transporte de pasajeros.

5.B ESTRUCTURA Y POLITICA ECONOMICA

5.B.1 LA TIERRA Y LA AGROEXPORTACION

La economía de Guatemala gira en torno a la tierra y la Agroexportación. La estructura productiva de Guatemala se basa fundamentalmente en el cultivo de: Café, caña de azúcar, algodón banano y cardamomo. La exportación de esos productos representan más de la mitad de las exportaciones; sólo el café representa alrededor del 35%. A su cultivo se dedican las mejores tierras, debido a que siempre es deficitaria la producción de granos básicos como el maíz, frijol, arroz, etc.

El 2.56% de los propietarios agrícolas concentra en sus manos el 65.7% de la tierra y unos 420,000 campesinos (El 78% de los propietarios), poseen en promedio 1.05 hectáreas cada uno, que no alcanzan para producir el maíz necesario para el consumo familiar, y otros tantos carecen absolutamente de la tierra.

Cada año aumenta el número de las microfincas, y por consiguiente disminuye su tamaño, debido a las divisiones provenientes del reparto familiar.

El crédito agrícola es absorbido en un 90.5% por los terratenientes agroexportadores, y el 82% se concentra en la Costa y Bocacosta suroccidental.

Aproximadamente 500,000 campesinos descienden cada año de las tierras altas a la costa y Bocacosta para trabajar los latifundios.

En no pocos latifundios persisten sistemas semif feudales, y los salarios son siempre bajos, independientemente de los precios de los productos en el mercado internacional.

Con frecuencia muchos latifundistas son despojados de sus pequeñas parcelas, por no poseer títulos de propiedad.

5.B.2 OTROS SECTORES ECONOMICOS

EL SECTOR INDUSTRIAL.

La industria tiene un escaso desarrollo, debido a que el mercado común Centroamericano, creado en los 60's, no propició el desarrollo de industriales Centroamericanos, sino la consolidación de las empresas transnacionales a través de subsidiarias.

En años recientes tomó auge la industria maquiladora: los artículos llegan al país semielaborados, para ser ensamblados o empacados, Es una modalidad de exportar mano de obra barata. Las empresas maquiladoras establecieron sus condiciones laborales y sociales sumamente precarias para sus trabajadores. Los salarios son muy bajos y no se permite la formación de sindicatos.

LA PRODUCCION PETROLERA

La producción petrolera en Guatemala es insignificante, en 1991 y 1992, la extracción alcanzó los 3,700 y 5,000 barriles de petróleo diarios.

EL TURISMO

El gran potencial turístico no puede desarrollarse debido a la inseguridad derivada de la represión política que prevalece en el país. En 1991 y 1992, ingresaron al país por concepto del turismo 212 y 224 millones de dólares respectivamente.

EL SECTOR COMERCIAL

Hace sus negocios básicamente con la importación de artículos industrializados, especialmente con: Automóviles, electrodomésticos, aparatos electrónicos y artículos suntuarios, se trata de una actividad que acentúa la descapitalización del país.

EL SECTOR FINANCIERO

Ha tenido un notable desarrollo en las dos décadas pasadas, debido en gran medida a la acumulación de excedentes por los precios que en general han tenido los productos de agroexportación en el mercado internacional, así como otros aspectos que hacen altamente rentables las inversiones; aunados al alto nivel de explotación salarial, hacen que las inversiones tengan una gran velocidad de recuperación y que casi inmediatamente puedan obtenerse grandes utilidades.

5.B.3 ESTRUCTURA ECONOMICA

La economía Guatemalteca está caracterizada por la distorsión y la injusticia, la estructura agraria, fiscal y el comercio exterior no corresponden a las de un Estado moderno, y tienen el desarrollo económico-social frenado; mostrando así mismo el carácter parcial y clasista del Estado, cuyas políticas, aparatos y Organismos están orientados a garantizar el enriquecimiento de las minorías poderosas.

En el presupuesto general de la nación destaca el elevado porcentaje destinado a gastos de funcionamiento y al pago de la deuda pública, en detrimento de los gastos de Inversión. En los presupuestos de 1992 y 1993, el 52% se destinó al funcionamiento del Estado, y al pago de la deuda pública, y tan solo el 21% a la inversión.

El sistema impositivo en Guatemala, es uno de los más injustos en el mundo, los impuestos indirectos constituyen el 75% de los ingresos tributarios del Gobierno y los impuestos directos el 25%, es decir, que la mayoría de los impuestos los pagan los consumidores y no los poseedores de la riqueza.

Ante la imposibilidad de resolver el déficit por la vía impositiva, los Gobiernos recurren al financiamiento externo y la deuda interna en 1980 que era de 480.5 millones de Quetzales, pasó a 3,946.8 millones de Quetzales al finalizar 1990.

En el presupuesto de gastos aparecen rubros destinados a encubrir la corrupción y el financiamiento de actividades represivas del Estado, tal es el caso de los rubros de "Gastos confidenciales", "Créditos por aplicar atenciones y festejos, transferencias presupuestarias y asignaciones globales". Los gastos en la mayoría de estos rubros, no necesitan comprobación, y su destino es desconocido. En 1990 el presupuesto que se

asignó fue de 28 millones de Quetzales para "Gastos confidenciales" al presidente de la República.

A continuación se presenta la tabla en donde se muestra la estructura presupuestaria en porcentajes del año de 1985 a 1993.(Ver Tabla 5.13)

TABLA 5.13

GUATEMALA: ESTRUCTURA PRESUPUESTARIA EN PORCENTAJES

AÑO	FUNCIONAMIENTO	INVERSION	DEUDA PUBLICA
1985	62.0	19.8	17.2
1986	50.0	25.4	24.6
1987	55.4	24.5	20.1
1988	59.9	19.3	20.8
1989	51.0	28.0	21.0
1990	3.0	26.0	21.0
1991	51.0	21.0	28.0
1992	65.0	20.0	15.0
1993	52.0	28.0	20.0

*FUENTE: ELABORACION PROPIA, SOBRE LA BASE DE DATOS DE EL CEPAL.

5.1 DATOS MACROECONOMICOS

5.1.1 PRODUCTO INTERNO BRUTO

El PIB, luego de sus cifras negativas en la primera mitad de los 80's experimentó un leve crecimiento a partir de la segunda; pero el PIB por habitante fue prácticamente nulo. Además, ese leve crecimiento estuvo asociado a las variables de la economía internacional, y no puede considerarse como un efecto de la políticas gubernamentales.(Ver Tabla 5.14)

Al respecto, una central sindical muy importante precisó. Que tal crecimiento “No llegó al pueblo, sino que se quedó, en las arcas empresariales; muchas empresas reportan que la mejores ganancias de su historia las han obtenido durante el Gobierno Democristiano”.

TABLA 5.14
GUATEMALA: PRODUCTO INTERNO BRUTO, EN MILLONES DE
DOLARES, Y TASAS DE CRECIMIENTO EN PORCENTAJES.

AÑO	PIB GENERAL		PIB POR HABITANTE	
1997	2,987	4.7	583	1.7
1980	3,106	3.7	589	1.0
1981	3,127	0.7	577	-2.0
1982	3,016	-3.5	541	-6.2
1983	2,939	-3.7	512	-5.4
1984	2,958	0.6	498	-2.7
1985	2,935	-0.1	390	-4.0
1986	2,935	0.0	379	-2.8
1987	2,986	0.5	342	-1.1
1988	3,060	2.4	347	0.2
1989	3,284	3.8	365	0.8
1990	3,403	3.0	370	0.1
1991	3,522	3.0	374	0.1

*FUENTE: Elaboración propia en base a datos de la CEPAL.

Tal crecimiento del PIB, coincidió con la debilitación de los sectores populares, con intensos conflictos sociales y con desequilibrios socioeconómicos básicos, como la iniquidad en la distribución del ingreso; en 1980, el 10% de la población con ingresos altos percibía, el 41% de los ingresos totales, mientras que en 1987, esta misma población percibió el 44% de los ingresos.

El PIB, esta compuesto en un 26% del sector secundario y el 56.50% del sector terciario.

5.1.2 COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior Guatemalteco continúa caracterizado por un fuerte predominio de los productos agropecuarios en las exportaciones, y de bienes de consumo y productos intermedios en las importaciones, así como un déficit crónico en la balanza comercial. (Ver Tabla 5.15)

El café, algodón, azúcar, plátano, cardamomo y otros productos agrícolas totalizan el 80% del valor de las exportaciones (el café alcanza el 40% del total), lo que hace a la economía Guatemalteca altamente dependiente de las variables de los precios en el mercado internacional.

TABLA 5.15

**GUATEMALA: COMERCIO EXTERIOR, EN MILLONES DE DOLARES Y
TASAS DE CRECIMIENTO, EN PORCENTAJES.**

AÑO	EXPORTACIONES		IMPORTACIONES		BALANZA
	MILLONES	%	MILLONES	%	
1980	1,789	17.50	1,964	9.00	-216
1981	1,479	-10.00	2,032	3.50	-553
1982	1,288	-16.00	1,634	-19.00	-346
1983	1,173	-10.00	1,341	-19.00	-168
1984	1,228	6.50	1,427	10.00	-199
1985	1,059	-6.00	1,174	-8.00	-115
1986	1,043	-1.00	959	-18.50	84
1987	980	-6.00	1,150	20.00	-170
1988	1,073	9.50	1,413	22.50	-340
1989	1,146	7.00	1,498	6.00	-352
1990	1,265	10.50	1,605	7.00	-340
1991	1,229	2.00	1,051		
1992	1,312		1,675		

*FUENTE: Elaboración propia sobre la base de datos del CEPAL

PRESUPUESTO GENERAL DEL ESTADO

En la estructura del presupuesto general de gastos de la nación, destaca el elevado porcentaje destinado a gastos de funcionamiento y al pago de la deuda pública.

En el presupuesto de 1992, el 655, se destinó al funcionamiento, el 15%, al pago de la deuda pública, y solo el 20%, a inversión, en 1993 y 1994, al funcionamiento destinó

el 52%, a la inversión el 28%, y la deuda pública el 20%. En los 80's el gasto social como porcentaje del PIB, representó un promedio del 5%, en 1991, descendió al 3%, esto significa que por cada Quetzal generado, se destinan 3 centavos al gasto social.

Dos de las causas fundamentales del déficit presupuestario son la obsoleta política tributaria y la corrupción administrativa, en los años recientes no obstante, el déficit ha disminuido, debido en buena medida a la mayor captación fiscal. (Ver Tabla 5.16)

TABLA 5.16

**GUATEMALA: PRESUPUESTO GENERAL DE GASTOS DEL ESTADO Y
DEFICIT FISCAL, EN MILLONES DE QUETZALES**

AÑO	PRESUPUESTADO	EJECUTADO	DEFICIT
1985	1,282	1,068	202
1986	2,481	1,704	298
1987	2,556	1,940	279
1988	2,593	2,400	467
1989	3,648	2,485	988
1990	4,154		1626
1991	5,516	5,134	1600
1992	6,463	5,400	1000
1993	7,938		

• FUENTE: ELABORACION PROPIA SOBRE LA BASE DE LOS DATOS DEL CEPAL.

POLITICA FISCAL

El sistema tributario Guatemalteco exhibe rezagos anacrónicos muy injustos: Los impuestos indirectos constituyeron en 1991, el 69% de los ingresos tributarios del

Gobierno, y los impuestos directos el 3%. El promedio en toda América Latina fue del 31% de impuestos indirectos y el 69% de los impuestos directos.

Se considera al I.V.A., Como el impuesto más justo, ya que es pagado por todos los sectores, sobre la base de quien consume menos, paga menos, y quien consume más pagará más.

A mediados de 1992, el Organo Legislativo, a propuesta del Ejecutivo, aprobó una modificación tributaria que afectaba a los impuestos siguientes: Al I.V.A., Al impuesto sobre la renta, timbres fiscales y petróleo.

La Universidad de San Carlos señaló que las modificaciones agudizarían al desempleo y a la subocupación, reduciendo el ingreso real de los asalariados y expandiendo la pobreza extrema.

Las más importantes centrales obreras denunciaron que se fortalecería la estructura regresiva del sistema tributario, pues la modernización beneficiaría a los sectores económicos más poderosos, e incrementarían la pobreza y eliminarían del esquema productivo a la pequeña y mediana empresa.

Se comentó a finales de 1991, que Guatemala tiene los niveles de impuestos más bajos del mundo, en cuestión de recaudación fiscal, ya que la evasión de impuestos, ha llegado a formar parte de la vida de los más adinerados.

La evasión fiscal en 1990 y 1991, fue de sólo 1,300 y 1,600 millones de Quetzales, equivalentes al 35% y al 29%, respectivamente, del presupuesto general del Estado.

5.1.3 DEUDA EXTERNA

La deuda externa de Guatemala ha descendido de 2,835 millones de dólares a 2,200 millones de dólares, las autoridades la consideran como una de las más bajas del continente, y aseguran que es manejable; pero aunque no parece tan preocupante como la de otros países Latinoamericanos, si es importante, en términos relativos. Atendiendo, a la capacidad económica del país. El Gobierno debe sacrificar el 20% del producto interno bruto al pago de la deuda. (Ver Tabla 5.17).

En 1992, y en la mitad de 1993, el Gobierno desembolsó 153.4 millones de dólares al pago de la deuda externa, cifra superior a un 70% a lo destinado a la educación y a la salud.

Al igual que en otros casos, la renegociación de su deuda, ha venido a dar vida a las finanzas Estatales, sin renegociación, en estos últimos años, la deuda habría absorbido el 60% aproximadamente del total de las exportaciones.

TABLA 5.17

GUATEMALA: DEUDA EXTERNA EN MILLONES DE DOLARES

AÑO	SEGUN EL CEPAL	SEGUN EL BANCO DE GUATEMALA
1981	1,385	
1982	1,841	
1983	2,149	
1984	2,505	
1985	2,694	
1986	2,674	2,468
1987	2,700	2,465
1988	2,599	2,341
1989	2,732	2,457
1990	2,835	2,386
1991		2,337
1992		2,135
1993		2,200

*Fuente: Elaboración Propia Sobre La Base de Datos de Sieca Tomados del Banco de Guatemala.

En los años recientes, la captación de divisas por exportaciones ha correspondido aproximadamente a un 52% a los productos tradicionales y a un 28% a los productos no tradicionales, y en las exportaciones a países de Centroamérica en un 20%.

En 1988 y 1993, la exportación de productos no tradicionales registró una tasa de crecimiento promedio del 22% anual; y a mediados de 1993, las reservas internacionales absolutas eran de 786.4 millones de dólares americanos y las netas a 499.4 millones de dólares americanos.(Ver Tabla 5.18, y 5.19)

TABLA 5.18

GUATEMALA: VOLUMEN Y VALOR DE LA EXPORTACION AL RESTO DEL MUNDO, SEGUN BLOQUES ECONOMICOS Y PAISES, 1990-1992, EN TONELADAS METRICAS Y MILES DE PESOS CENTROAMERICANOS.

REGIONES Y PAISES	(P) 1990		(P) 1991		(P) 1992	
	T.M.	MILES SCA.	T.M.	MILES SCA.	T.M.	MILES SCA.
TOTAL	1954822	1162970	2496596	1201609	2792393	1295291
AMERICA *	1592823	882721	2095828	936955	2151687	1009567
Mercado Común Centroamericano	329370	288195	556153	323626	475187	395376
Guatemala						
El Salvador	230818	144197	341583	154695	306877	182544
Honduras	32259	38006	85581	43854	48139	61050
Nicaragua	26640	32277	48982	49822	63735	62169
Costa Rica	39654	73716	80008	75256	56437	89612
Mercado Común Caribeño	95470	26649	90711	23640	94854	22048
Barbados	218	137	1038	2211	9468	2877
Belice	2627	2073	4824	3403	7809	4012
Guyana	19000	4699	23009	4412	8065	1497
Jamaica	56537	14649	24102	5167	35921	6954
Trinidad y Tobago	5020	1332	16027	3125	3386	682

CONTINUACION

Otros	12068	3760	21712	5322	30205	6026
Asoc. Lat. de Integración	101169	54353	189522	82170	232871	82093
Argentina	1	4	122	142	144	241
Brasil	52	118	327	541	71	63
Chile	27	104	7057	1506	22063	4555
México	48347	35638	119228	61946	134679	58745
Paraguay	0	0	4	3	0	1
Uruguay	22	13	12	33	9	18
Grupo Andino:	52720	18476	62772	18000	75905	18471
Bolivia	2	40	7	75	0	0
Colombia	4198	3184	4498	3696	4708	3353
Ecuador	48134	14983	51687	12823	67055	13428
Perú	12	19	5031	917	3478	1217
Venezuela	374	250	1549	489	665	472
Grupo de los Tres	52918	39072	125275	66131	140051	62569
Colombia	4198	3184	4498	3696	4708	3353
México	48347	35638	119228	61946	134679	58745
Venezuela	374	250	1549	489	665	472
Tratado libre Comercio	1071268	500861	1339823	521429	1449579	525784
Canadá	10038	15629	9645	15021	24582	13833
Estados Unidos	1012883	449594	1210951	444463	1290319	453206
México	48347	35638	119228	61946	134679	58745

CONTINUACION

Otros Países de América	43892	48299	38846	48036	33874	43011
Aruba	200	1149	191	1935	961	766
Panamá	19148	27613	21169	28241	8409	26447
República Dominicana	4469	5572	2608	6028	3630	6367
Resto de países	20075	13965	14879	11833	20875	9431
EUROPA	197711	169590	146443	150673	238127	162918
Unión Europea 1/	161819	145503	135340	134706	199456	138868
Alemania 2/	45847	63427	29797	45417	37569	44306
Bélgica-Luxemburgo	48111	17779	32353	15644	35829	18885
Dinamarca	1074	1504	1086	1014	1190	1339
España	3385	2421	1974	2114	4476	6434
Francia	4558	7515	5806	10676	4773	9092
Grecia	17	26	440	328	93	52
Irlanda (EIRE)	-	-	6	14	2	9
Italia	11340	17253	15508	19839	49547	23006
Países Bajos (Holanda)	22178	22890	25378	27363	27959	22217
Portugal	530	1392	5001	2614	2560	3369
Reino Unido	24778	11294	17990	9685	35458	10159
Asoc. Europea Libre Comercio	9233	16045	10259	15191	13687	18192

CONTINUACION

Austria	222	710	230	643	231	690
Islandia	-	-	-	-	-	-
Finlandia	4310	7120	4933	6480	5436	7552
Liechtenstein
Noruega	392	687	308	441	874	864
Suecia	2466	4406	2979	4793	4496	5598
Suiza	1843	3122	1807	2833	2649	3488
Consejo Ayuda Mutua Económica	26102	7697	558	594	24984	5859
Albania	-	-	-	-	-	-
Bulgaria	35	68	106	219	35	44
Checoslovaquia 3/	-	-	-	-	87	108
Hungría	139	221	69	96	138	195
Polonia	-	-	382	279	475	347
Rumania	-	-	-	-	99	190
Unión Soviética 4/	25928	7408	-	-	24150	4974
Otros Países de Europa	557	345	287	183	-	-
Yugoslavia 5/	394	100	197	44	-	-
Resto de países	163	245	90	139	-	-
ASIA	90637	86660	122614	86555	75175	61916
China-Taiwán	1996	2700	959	1115	98	81
Japón	25316	34577	27304	34060	20983	21928

CONTINUACION

Resto de países	63326	49383	94352	51381	54094	39907
AFRICA	73290	22982	131313	26774	257698	47839
Marruecos	-	-	35	60	83391	15401
Sudáfrica, Rep. de	323	574	830	665	352	364
Resto de países	72967	22408	130448	26048	173955	32074
OCEANIA	361	1017	398	651	69707	13048
Australia	253	311	324	509	220	478
Nueva Zelanda	0	3	55	57	214	243
Resto de países	108	703	19	85	69273	12327
RESTO DEL MUNDO	-	-	-	-	0	3

*Fuente: SIECA basándose en datos proporcionados por el Banco de Guatemala.

TABLA 5.19

**GUATEMALA: VOLUMEN Y VALOR DE LA EXPORTACION AL RESTO
DEL MUNDO, SEGUN BLOQUES ECONOMICOS Y PAISES, 1993-1995 EN
TONELADAS MÉTRICAS Y MILES DE PESOS CENTROAMERICANOS**

REGIONES Y PAISES	(P) 1993		(P) 1994		a/ 1995	
	T.M.	MILES SCA.	T.M.	MILES SCA.	T.M.	MILES SCA.
TOTAL	2597143	1338222	2804388	1502556	1804551	1020635
AMERICA *	2147346	1078668	2329525	1177472	1388974	712807
Mercado Común Centroamericano	492291	418218	591204	474993	413815	277849
Guatemala						
El Salvador	303675	191162	376730	228979	266397	139196
Honduras	67258	77013	82127	87036	78977	58505
Nicaragua	63549	54578	67559	61355	33905	32481
Costa Rica	57810	95465	64788	97623	34536	47667
Mercado Común Caribeño	50386	16211	29753	13122	7039	7115
Barbados	9914	3436	160	1677	118	1046
Belice	10874	6159	7504	5141	2893	2031
Guyana	21	33	0	0	20	28
Jamaica	2584	873	741	818	753	934
Trinidad y Tobago	5030	1181	120	299	101	355
Otros	21963	4529	21227	5186	3153	2721

CONTINUACION

Asoc. Lat. de Integración	227250	78219	446619	141642	147406	55238
Argentina	114	390	66	174	210	491
Brasil	16370	2980	23881	5037	647	525
Chile	580	282	47560	11261	60537	16710
México	105941	47619	151834	67168	19151	15355
Paraguay	-	-	0	0	0	0
Uruguay	9	20	32	89	0	0
Grupo Andino:	104235	26929	223246	57913	66862	22157
Bolivia	-	-	1	6	1	14
Colombia	4676	4411	5206	4588	2705	3128
Ecuador	10041	2006	25132	5899	107	292
Perú	71128	16444	68759	17888	49339	14526
Venezuela	18389	4068	124148	29532	14709	4197
Grupo de los Tres	134371	53693	281188	101288	36565	22679
Colombia	10041	2006	5206	4588	2705	3128
México	105941	47619	151834	67168	19151	15355
Venezuela	18389	4068	124148	29532	14709	4197
Tratado libre Comercio	1435931	562282	1387175	561456	823463	357734
Canadá	12065	12605	9433	14896	6253	13502
Estados Unidos	1317925	502058	1225908	479392	798059	328877
México	105941	47619	151834	67168	19151	15355
Otros Países de América	47429	51357	26608	53428	16402	30226
Aruba	363	572	707	916	132	215
Panamá	10317	28520	10374	32679	5923	17937

CONTINUACION

República Dominicana	22549	11972	12805	14818	7783	7818
Resto de países	14199	10293	2723	5014	2564	4255
EUROPA	287150	174613	192816	190308	156013	183688
Unión Europea 1/	239439	149802	164877	164509	143252	150317
Alemania 2/	52088	59281	45976	65266	47169	63616
Bélgica-Luxemburgo	13195	15142	10768	16601	10439	19309
Dinamarca	1137	1022	1101	1397	398	500
España	3091	4886	4105	6440	2373	4819
Francia	6843	15372	6917	14981	5128	13440
Grecia	111	111	17	26	18	57
Irlanda (EIRE)	23	46	1	2	1939	1256
Italia	17263	14540	18800	18309	14785	13188
Países Bajos (Holanda)	23454	20752	26692	27943	23789	24924
Portugal	2123	2801	1199	2308	1149	3259
Reino Unido	120111	15848	49301	11235	36063	5950
Asoc. Europea Libre Comercio	13558	17570	13471	21551	11822	30836
Austria	416	791	149	208	144	172
Islandia	-	-	-	-	-	-
Finlandia	5642	7528	4946	7256	4851	12954
Liechtenstein	-	-	-	-	-	-
Noruega	831	963	357	496	442	1160
Suecia	4596	5396	5977	10288	5023	12808
Suiza	2072	2893	2042	3303	1362	3742
Consejo Ayuda Mutua	34151	7228	14429	4139	869	2292

CONTINUACION

Económica						
Albania	-	-	-	-	-	-
Bulgaria	-	-	-	-	56	190
Checoslovaquia 3/	-	-	0	0	123	285
Hungría	37	28	-	-	37	34
Polonia	621	408	359	846	653	1739
Rumania	13168	2935	20	63	1	44
Unión Soviética 4/	20326	3858	14050	3230	0	0
Otros Países de Europa	2	12	39	109	70	242
Yugoslavia 5/	-	-	0	0	-	-
Resto de países	2	12	39	108	70	242
ASIA	55646	62561	190523	111766	246634	118806
China-Taiwán	97	38	22479	4759	40810	9833
Japón	21812	23254	28559	38801	17193	34847
Resto de países	33737	39270	139485	68206	188632	74125
AFRICA	106150	21423	78662	19242	12281	4575
Marruecos	23537	4827	104	146	208	557
Sudáfrica, Rep. de	34067	6794	278	423	11887	3651
Resto de países	48545	9802	78280	18673	186	367
OCEANIA	852	956	12838	3653	649	760
Australia	547	681	472	545	448	555
Nueva Zelanda	305	272	364	370	201	205
Resto de países	1	3	12001	2739	-	-
RESTO DEL MUNDO	-	-	24	114	0	0

*/ Los valores correspondientes a México, Colombia y Venezuela sólo han sido incluidos una vez en el

TOTAL AMERICA a/ Período enero-junio/95.

1/ A partir de febrero de 1993, la Comunidad Económica Europea se denomina "UNION EUROPEA". 2/

Incluye Alemania Democrática y Alemania Federal. 3/ Checoslovaquia dividida en República Checa y

República Eslovaquia. 4/ Unión Soviética en: Estonia, Letonia, Lituania, Armenia, Arzerbaián,

Bielorrusia, Georgia, Kasajstán, Kirguisia, Moldavia, Rusia, Tadjikistán, Turbemenistán, Ucrania y

Uzbequistán. 5/ Yugoslavia en Bosnia o Herzegovina, Croacia, Eslovenia, Kosovo, Macedonia,

Montenegro. Serbia, Voivodina y Yugoslavia.

FUENTE: SIECA basándose en datos proporcionados por el Banco de Guatemala

5.1.4 INFLACION

Entre 1986 y 1992, la inflación acumuló un crecimiento del 192%, los principales impulsos inflacionarios provinieron de los rubros, como son los alimentos y la atención médica, lo cual repercute negativamente, en la economía de la mayoría de los Guatemaltecos. (Ver Tabla 5.20)

La evolución de los salarios no correspondió a ese elevado nivel de inflación, que constituyó un severo castigo para la economía familiar de los Guatemaltecos.

TABLA 5.20

LA INFLACION AL FINAL DEL AÑO INDICADO EN PORCENTAJES

AÑO	PORCENTAJE
1985	31.5
1986	25.7
1987	20.0
1988	12.3
1989	23.5
1990	84.0
1991	12.0
1992	14.2

*Fuente: Sieca Sobre La Base Del Banco De Guatemala

5.1.5 PRESENCIA EXTRANJERA

La presencia extranjera en la economía Guatemalteca, iniciada en el siglo XVI, con la conquista de los españoles, ha sido constante a lo largo de la historia, en el primer tercio del siglo XIX, tras romperse el vínculo colonial, se produjo la penetración Inglesa, a mediados de ese siglo los capitales y técnicos Europeos, principalmente los Alemanes tuvieron gran influencia en la producción y comercialización del café.

Coincidiendo con el nacimiento del siglo XX, los Estados Unidos de América, entran a jugar un papel determinante, durante la primera mitad del siglo, los Gobiernos de Guatemala hacen importantes concesiones a las compañías Estadounidenses, en el campo de la agricultura, las comunicaciones, el transporte terrestre y marítimo, la comercialización de las frutas, la producción de electricidad, entre otras cosas. En los años 70's, las inversiones Norteamericanas se han concentrado más en el comercio y los servicios como: Las minas, los hidrocarburos, pero se han concentrado más en el turismo y la banca.

Uno de los aspectos más sobresalientes de la evolución económica de Guatemala desde el inicio de los 80's, fue la de los recursos provenientes del exterior, Los Estados Unidos aportaron entre 1986 y 1991, alrededor de 1,000 millones de dólares a Guatemala, de los cuales el 90% fueron en donación.

El Gobierno del Presidente Cerezo(1986-1991), recibió en total unos 3,000 millones de dólares en préstamos y unos 2,000 millones de dólares en donación, tales recursos se convirtieron en el principal motor de la economía. Según los informes oficiales los fondos captados, se destinaron en su mayoría a apoyar la balanza de pagos y a fortalecer al sector empresarial, y en menor medida, a la ampliación de los servicios y programas de seguridad, asistenciales y humanitarios; sin embargo, parece más exacto afirmar, que esos fondos se canalizaron en su mayoría, a cubrir los gastos de funcionamiento del control poblacional. (Ver Tabla 5.21)

TABLA 5.21

GUATEMALA: BALANZA DE PAGOS, 1988-1995

EN MILLONES DE PESOS CENTROAMERICANOS.

CUENTAS	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	(E)1995
CUENTA CORRIENTE								
Exportación de bienes, servicios y renta	1301.2	1452.9	1621.1	1752.3	1941.1	2084.6	2339.8	2868.5
Mercancías (FOB)	1073.4	1126.1	1211.5	1230	1283.6	1363.2	1525.3	2005.3
Servicios y renta	227.8	326.8	409.6	522.3	657.5	721.4	814.5	863.2
Embarques	0.4	2.1	7.2	6.7	2.2	4.5	6.6	7.0
Otros transportes	16.5	22.0	12.2	17.4	24.9	30.0	26.0	39.0
Viajes	62.1	108.9	117.9	145.2	186	204.4	171.7	221.6
Renta de la inversión	28.7	14.6	9.2	24.0	25.4	25.7	33.6	44.5
Otras transacciones	120.1	179.2	263.1	329.0	419	456.8	576.6	551.1
Importación de bienes, servicios y renta	1943.2	2073.0	2095.4	2226.2	3055.3	3149.7	3447.2	4053
Mercancías (FOB)	1413.2	1484.4	1428.0	1673.0	2327.9	2384	2545	3130.3
Servicios y renta	530.0	588.6	667.4	553.2	727.4	765.7	902.2	922.7
Embarques		148.3	220.8	178.2	229.1	259.1	278.1	334.5

CONTINUACION

Otros transportes	6.5	19.2	14.3	13.9	0.0	0.0	0.0	0.0
Viajes	95.3	123.5	99.5	100.2	103.0	117.0	229.7	161.2
Renta de la inversión	209.9	205.3	201.7	195.1	203.7	177.1	129.6	185.2
(Intereses)	[159.1]	[139.7]	[154.0]	[150.5]	[167.3]	[.7]	[92.6]	[120.7]
Otras transacciones	80.0	92.3	131.1	65.8	191.6	212.5	264.8	241.8
Saldo de mercancías	(339.8)	(358.3)	(216.5)	(443.0)	(1044.3)	(1020.8)	(1019.7)	(1125.0)
Saldo de servicios y renta	(302.2)	(261.8)	(257.8)	(30.9)	(69.9)	(44.3)	(87.7)	(59.5)
Saldo de mercancías, servicios y renta	(642.0)	(620.1)	(474.3)	(473.9)	(1114.2)	(1065.1)	(1107.4)	(1185)
Transferencias unilaterales (netas)	224.0	249.8	231.2	260.0	390.6	363.3	448.8	561.8
Privadas	98.5	146.6	178.7	220.0	289.6	310.6	383.8	480.4
Oficiales	125.5	103.2	52.5	40.0	101.0	52.7	65.0	81.4
Saldo en Cuenta Corriente	(418.0)	(370.3)	(243.1)	(213.9)	(723.6)	(701.8)	(658.6)	(622.7)

CONTINUACION

CUENTA DE CAPITAL								
Capital privado (neto)	460.2	223.6	184.7	847.7	616.7	952.6	740.5	524.0
Largo plazo	332.4	53.8	69.0	304.8	218.4	418.5	384.4	466.6
Inversión directa	96.2	62.2	59.3	90.4	89.9	138.1	151.7	69.7
Préstamos	236.2	(2.6)	5.5	53.8	40.4	120.5	135.6	222.6
Otros 1/	...	(5.8)	4.2	160.6	88.1	159.9	97.1	174.3
Corto plazo 2/	127.8	169.8	115.7	542.9	398.3	534.1	356.1	57.4
Capital oficial y bancario (neto)	(106.5)	219.7	209.8	(119.9)	(70.9)	(241.4)	(83.4)	(146.1)
Largo plazo	64.3	134.8	(2.1)	(78.1)	76.0	(71.4)	14.1	(93.9)
Gobierno central	38.8	62.3	22.2	(20.9)	(16.3)	(51.4)	80.5	(42.4)
Banco Central 3/	25.5	56.1	(12.6)	(38.9)	92.3	(20)	(66.4)	(51.5)
Resto sector público	...	16.4	(11.7)	(18.3)	0.0	0.0	0.0	0.0
Otros 4/	0.0	0.0	0.0	0.0
Corto plazo 5/	(170.8)	84.9	211.9	(41.8)	(146.9)	(170.0)	(97.5)	(52.2)
Asignación derechos especiales de giro	0.0	0.0	0.0	0.0
Errores y omisiones	(19.0)	(152.2)	(169.3)	85.8	152.6	196.2	61.3	244.8
Saldo en Cuenta	334.7	291.1	225.2	813.6	698.4	907.4	718.4	622.7

CONTINUACION

de Capital								
SALDO								
BALANZA DE	(83.3)	(79.2)	(17.9)	59.7	(25.2)	205.6	59.8	0.0
PAGOS								

1/ Incluye Inversión de Cartera (neta) y Repatriación de capitales. 2/ Comprende Obligaciones comerciales y diversos. 3/ Desde 1983 incluye obligaciones vencidas pendientes de pago (PRESA). 4/ Comprende financiamiento por renegociación de deuda externa. 5/ Constituye líneas de crédito del Banco de Guatemala. Financiamiento del FMI. Depósitos. Bonos de Estabilización y otros.

FUENTE: SIECA sobre la base del Boletín Estadístico 1994. Consejo Monetario Centroamericano. Banco de Guatemala (1994-95).

5.C ANALISIS DE MERCADO

**5.C.1 BENEFICIOS Y VENTAJAS DE PENETRACION DEL
PRODUCTO A EXPORTAR**

1. Poder ofrecer los productos a precios competitivos, por la cercanía territorial, con relación a la competencia internacional.

2. Los productos de RUGO, S.A. DE C.V. tienen un nivel alto de calidad, en relación con los que se venden actualmente en Guatemala.

3. Los productos mexicanos gozan de gran prestigio y aceptación, por los consumidores Guatemaltecos.

4. Son productos de uso doméstico, por lo que el consumidor no necesita mucho soporte técnico.

5. Les permite obtener ingresos en otras divisas.

6. Les sirve de plataforma para buscar otros mercados de la Región Centroamericana, y del Caribe.

7. Se habla nuestro idioma.

8. Tienen costumbres parecidas a las nuestras, y por lo tanto, no se tienen que adecuar nuestros productos, ni empaques.

9. Las promociones y publicidad, se pueden aplicar indistintamente, ya que son culturas semejantes.

10. RUGO, S.A. DE C.V. Puede reconocer a sus clientes de forma directa, y así captar sus impresiones con respecto a los productos que la empresa ofrece.

11. Pueden manejar personalmente las condiciones de pago, y la mecánica de envíos de la mercancía.

12. Pueden percatarse de la amplitud real del mercado y las necesidades de innovación en sus productos.

13. Pueden identificar a los competidores, así como también las formas de sus empaques, y la forma de presentación de productos similares de otras empresas que exportan a Guatemala.

14. En Guatemala casi no existen impedimentos para el ingreso de los productos de esta empresa.

5.C.2 BARRERAS DE ENTRADA

1. La empresa RUGO, S.A. DE C.V. No cuenta con una imagen corporativa.

2. Los clientes potenciales de Guatemala no conocen toda la línea de productos de manera integral.

3. El público consumidor de Guatemala tampoco sabe que esta empresa existe.

4. Existe mucha competencia internacional en Guatemala para los productos de esta empresa, sin embargo no tienen ni las características de sus producto, ni tampoco la misma calidad que respaldan a esta empresa Mexicana.

5. RUGO, S.A. DE C.V., No tiene representación, ni oficinas en Guatemala, por lo tanto, no pueden atender pedidos en el momento que lo requiere el demandante.

6. Los responsables de las ventas al exterior, Tienen eventualmente que realizar viajes a Guatemala, con los costos que estos implican.

7. No disponen de datos sobre el mercado o condiciones que afectan o puedan dañar la comercialización.

8. Existe mucha escasez de lugares adecuados para el establecimiento de oficinas de representación en Guatemala.

9. No disponer de tiempo suficiente para atender cobros, controversias, etc., que normalmente surgen en toda actividad comercial.

10. Existen muy pocas fuentes de información confiables sobre Guatemala en cuestión de estadísticas comerciales verídicas.

11. Todavía no existe un tratado de libre comercio entre México y Guatemala.

12. Guatemala no pertenece a la Organización Mundial del Comercio.

Al analizar las barreras de entrada, muchas empresas creerán que es demasiado difícil realizar operaciones comerciales en Guatemala; sin embargo nosotros creemos que es más el beneficio que se puede lograr, que los costos que haya que soportar, y sobre todo a corto plazo.

CAPITULO 6

DESCRIPCION DEL MODELO

6.1 PLAN DE MERCADOTECNIA

6.1.A RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de la empresa RUGO, S.A. DE C.V., para el año de 1997, consiste en introducir las líneas de sus productos al mercado Centroamericano, iniciando la incursión en la República de Guatemala, con el fin de alcanzar un volumen de ventas de alrededor un 30%, o más con respecto a 1996.

Para lograr su objetivo, la estrategia de mercadotecnia consiste en dar a conocer sus productos en Centroamérica, primeramente en Guatemala, así como también en Nicaragua, el Salvador, en Sudamérica, en Colombia, y en el Caribe de la Habana Cuba.

Las condiciones del mercado interno y la de esta empresa son muy favorables, por lo que se encuentran en el momento oportuno para superar la competencia primaria y llegar a alcanzar el liderazgo del mercado, dentro de los próximos años.

Para lograr este objetivo, la empresa deberá realizar, las actividades siguientes:

- Consolidar todos sus planes de Financiamiento.
- Realizar una campaña publicitaria intensa en Guatemala.
- Elegir las ciudades más importantes de Guatemala, para localizar los centros de comercialización claves, para colocar su línea de productos.
- Participar constantemente en ferias industriales con exhibidores y regalos promocionales.
- Enviar y distribuir catálogos y listas de precios a los distribuidores más importantes y casas comerciales de Guatemala.
- Mantener precios altamente competitivos en toda su línea de productos

6.1.B SITUACION ACTUAL DEL MERCADO LOCAL

La empresa RUGO, S.A. de C.V., se ha constituido como una de las principales proveedoras de materiales de plomería en general y válvulas de tomas domiciliarias para agua, gas y vapor en toda la República mexicana, ya que abastece a los principales centros de distribución nacional incluyendo: ferreterías, plomerías, tiendas especializadas en acabados residenciales, compañías constructoras, tiendas de auto servicio, mayoristas, etc.

La empresa RUGO, S.A. de C.V., aunque no necesita publicidad masiva para dar a conocer sus productos, ya que se ha dado a conocer por medio de sus clientes y proveedores y de la visita directa de sus agentes de ventas distribuidos en el ámbito nacional, si cuenta con planes concretos mediatos, para penetrar en los medios masivos de comunicación como son periódicos de mayor circulación nacional, revistas especializadas en el área de acabados residenciales para la industria de la construcción, radio y televisión.

6.1.C COMPETENCIA NACIONAL

En nuestro contexto Nacional las empresas más importantes en su ramo son:

URREA, S.A. de C.V.

FABRICAS ORION, S.A. de C.V.

ROMZCO, S.A. de C.V.

METAL FLU., S.A. de C.V.

Pero aún así la empresa RUGO, S.A. DE C.V., cuenta con la preferencia de sus clientes ya que en primer lugar sus productos tienen un gran prestigio y excelente calidad, además cuenta con personal capacitado a nivel profesional, para que sus técnicos proporcionen asesoría especializada a sus clientes.

6.1.D ANALISIS FODA

(FUERZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES, Y AMENAZAS.)

6.1.D.1 FUERZAS

La empresa maneja una línea de productos, que posee el respaldo de 47 años de prestigio y calidad en la República Mexicana.

Cuenta con imagen de marca en la mente del consumidor que día con día se incrementa.

Excelentes relaciones públicas en el ámbito directivo, con los principales clientes potenciales.

Cuenta con una red de distribución que cada día logra mayor consolidación y crecimiento.

La fuerza de ventas está integrada por un equipo con gran experiencia en su ramo, consolidado y eficiente que brinda la atención profesional a los distribuidores; además.

- Posee centros especializados de servicio técnico en Nuevo León, Guadalajara, y en México, D.F.
- Tiene el nivel de inventario adecuado, y.
- Políticas crediticias competitivas.

6.1.D.2 OPORTUNIDADES

- Son en su ramo de las líneas más completas.
- Son productos de excelente calidad y poseen alta tecnología.
- Son fáciles de identificar.
- No requieren los usuarios conocimientos técnicos muy especializados.

- Son de uso doméstico e industrial.
- Son productos indispensables en los hogares, fábricas, oficinas, etc.

6.1.D.3 DEBILIDADES

- Se carece de campañas publicitarias y de promoción adecuada tanto en México como en el extranjero.
- Se da poco apoyo a los distribuidores, a pesar de poseer una relación estrecha.
- Falta de capacitación a los distribuidores y por lo tanto al usuario.
- La empresa fuera de nuestro territorio nacional no es muy conocida.
- En el mercado de consumidores no se conoce toda la línea de productos.
- Durante toda su existencia jamás ha realizado operaciones en el extranjero.
- Es la primera vez que inicia proyectos de exportación.

- Se desconoce con exactitud la competencia que tiene esta empresa en la República de Guatemala, por la nula referencia que hay en estadísticas de fabricas existentes y de las compañías que no están registradas legalmente en ese país; así como las empresas de otros países que operan en Guatemala.

6.1.D.4 AMENAZAS

- Mayor diversidad de productos similares, al incrementares los niveles de importación, debido a la apertura económica de Guatemala, incrementándose así la competencia.
- Posible incremento en el deslizamiento cambiario y por lo tanto de precios, o bien, reducción en el margen de utilidades.
- Inestabilidad política por problemas constantes de la guerrilla Guatemalteca
- Falta de planeación en las políticas del Gobierno Guatemalteco, para la construcción de viviendas.

6.1.E OBJETIVO DE EXPORTACION

A corto plazo introducir el mayor número de productos que maneja el mercado Guatemalteco, así como también proyectar las ventas de la empresa utilizando a los clientes potenciales en Guatemala, para que ellos introduzcan nuestros productos a otras Regiones de Centro, Sudamérica, y el Caribe, también para los planes de exportación a corto y mediano plazo, la orientación de las estrategias básicas de mercadotecnia, deberán de estar en función del mercado, como son la del producto y línea de producto, precio, canales de distribución y promoción, debido a que la empresa debe utilizar sus recursos sobre la base de las necesidades de su mercado meta y las tendencias del medio externo. Todo esto con el fin de monitorear todas las actividades seguidas y los resultados obtenidos, estableciendo con ello los controles necesarios.

A largo plazo exportar nuestros productos a toda Centroamérica, Sudamérica y el Caribe.

6.1.F ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA

Las estrategias de mercadotecnia en Guatemala y la elaboración de las mismas, no garantizan completamente el logro de los objetivos deseados pero si reduce en gran medida la incertidumbre e incrementan las posibilidades de éxito, ya que permite contar con información oportuna.

Se recomienda en este caso, que una vez que el plan sea aprobado y puesto en operación, sea revisado trimestralmente, para evaluar si se están alcanzando los resultados previstos y si no, ajustarlos en caso de que sea necesario.

ACTIVIDADES

A.- Campaña Publicitaria y plan de medios, incluyendo, revistas y directorios.

B.- Programa de publicidad compartida desglosada por clientes.

C.- Programa de exposiciones en ferias nacionales e internacionales.

D.- Elaboración de folletería y artículos promocionales.

E.- Elaboración de muebles y exhibidores especiales para los productos.

F.- Elaboración de programas de promociones durante todo el año, especificando el material publicitario y puntos de venta necesarios.

G.- Elección de locales comerciales en ciudades claves e importantes.

H.- Ofrecer precios accesibles y competitivos.

6.1.G PROGRAMA DE ACCION EN GUATEMALA

- FEB-97. - Investigar la ubicación de posibles clientes y ofrecer la línea de productos a importar, convirtiéndolos en clientes potenciales.
- MAR-97. - Elección del lugar para instalar oficina de representación.
- ABR.97.- Iniciar campaña publicitaria y plan de medios para penetración en el mercado Guatemalteco.

- **MAY-79.** - Iniciar venta masiva de nuestra línea de productos.
- **JUN-97.** - Observar nuevos territorios para ampliar la cobertura.
- **SEP-97.** - Determinar el posicionamiento logrado de la línea de productos dentro del mercado, iniciando un estudio de investigación de mercados.
- **OCT-97.** - Seguir impulsando nuestras ventas y promover la imagen de la compañía en todas las ciudades claves de Guatemala.
- **NOV.-97.** - Incrementar el apoyo promocional y publicitario con los distribuidores.
- **NOV-97.** - Promoción de ofertas para Navidad y año nuevo.
- **DIC-97.** - Crear programa de cuotas de ventas y comisiones para vendedores de mostrador para incrementar la venta de nuestra línea.
- **DIC-97.** - Establecimiento de las bases para la realización de concursos de ventas para promotores.

- ENE-98. - Realización de juntas de evaluación para revitalizar y fortalecer las políticas, normas y procedimientos, elaboración de programas y estrategias de mercadeo.

La planeación no representa un acto Homogéneo para todos los productos de una empresa, sino que cada uno de ellos debe ser visualizado en forma independientemente.

En las empresas investigadas, entre ellas grandes entidades carecen de planes formales de mercadeo, limitándose a simples planes de actividades que no integran completamente a la empresa con su entorno, lo cuál significa que no todas las empresas visualizan las ventajas estratégicas de la planeación y continúan trabajando al día.

No existe un modelo estándar que se ajuste a todas las necesidades de una organización, sin embargo el análisis del entorno, la empresa, y la competencia, son los elementos básicos que lo forman.

Cada empresa posee un medio interno y externo específico por lo cual es necesario que adopte un modelo específico; por ejemplo: El plan de mercadotecnia de una empresa de computadoras, diferirá totalmente de una que se dedique a la venta de productos del mar.

CAPITULO 7

SISTEMA DE IMPORTACION

Cuando una empresa mexicana desea exportar a Guatemala, debe investigar inicialmente las posibilidades de comercialización de sus productos, y obtener información con respecto a:

- Tratamiento arancelario específico.
- Relación de clientes potenciales.
- Evaluación sobre penetración comercial.

- Persistencia comercial externa y producción local.

- Cualquier otra información que requiera la empresa para exportar.

Así la empresa contactará con sus posibles clientes; cotizará sus productos y enviará muestras de las mismas, y posteriormente efectuará un programa de visitas promocionales, para concretar posibles cierres de ventas.

Al iniciar una exportación a Guatemala, las mercancías están sujetas a un reducido número de barreras arancelarias, por lo que puede considerarse, como un mercado abierto, en muchas áreas a la competencia internacional.

7.1 MEDIDAS ARANCELARIAS

La importación de productos en Guatemala, está regida por la Nomenclatura Arancelaria Unificada Centroamericana (NAUCA II), mediante la cual hasta el Segundo semestre de 1989, se aplica una protección arancelaria relativamente alta sobre los productos importados de terceros países, quedando gravados principalmente

aquellos artículos que pudieran ser producidos en Centroamérica, los productos de lujo y en general, los bienes de consumo.

El 9 de Marzo de 1990, a través del acuerdo Gubernativo N° 294-90, el Gobierno de Guatemala, de manera unilateral, modificó substancialmente los niveles arancelarios a los productos de importación proveniente de terceros países, determinando niveles de: 1% 2% 5% 7% 27% y 37%, para el cobro de los derechos arancelarios sobre el valor CIF (Costo, Seguro y Flete), de las mercancías importadas. A estos niveles arancelarios determinados en la NAUCA II, actualizada, habrá que adicionar el gravamen dispuesto por el decreto legislativo 62-85, de Guatemala, que para el año de 1990, es del 3%, y para el año del 91, del 2%.

Los cambios unilaterales antes expuestos, obedecen a que los Gobiernos Centroamericanos han convenido en adoptar medidas que coadyuven a resolver los diversos problemas de carácter económico a los que se enfrentan, por lo que el Consejo Arancelario y Aduanero Centroamericano, en la sexta reunión en 1988, autorizó a los países signatarios, a efectuar modificaciones arancelarias de carácter unilateral, acordes a los programas de desarrollo económicos dispuestos por cada país.

Cabe señalar que Guatemala no fue miembro del Acuerdo General Sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), por tal razón su legislación comercial carece de disposiciones específicas acerca de prácticas desleales de comercio tales como: El dumping o la aplicación de derechos compensatorios.

Sin embargo el Gobierno Guatemalteco anunció que en 1991, iniciaría el proceso para la adhesión al GATT, con lo que se prevé que se reducirán los niveles arancelarios y se introducirían en la legislación compromisos específicos en materia de normas, valoración aduanera, subsidios y uso de licencias de importación.

También se hace la aclaración que Guatemala no pertenece a la Organización Mundial del Comercio (OMC), y las pláticas iniciadas durante 1991, con el GATT, ahora se está realizando con la OMC, por lo que se espera que las exportaciones mexicanas tengan mayores beneficios con la disminución arancelaria.

7.1.A CANALES DE COMERCIALIZACION.

Las formas tradicionales de venta que operan en el mercado Guatemalteco son las siguientes:

1. - Representantes y/o distribuidores - comisionistas, que pueden ser:

a. - Empresas especializadas en representaciones de casas extranjeras, y

b. - Comerciantes mayoristas.

2. - Ventas directas.

3. - Establecimiento de oficinas de representación permanente.

Los agentes - representantes - comisionistas trabajan en base a comisiones que fluctúan de acuerdo con las características y volúmenes de venta del producto generalmente, es necesario un contrato de representación legislado; por lo que se

recomienda la consulta de un abogado, para la elaboración del convenio de representación en Guatemala. (Ver Figura 7.1 pp.160)

Este sistema de comercialización, a través de representantes comisionistas, tiene la ventaja de que la promoción del producto se hace de manera permanente; además de que el agente puede realizar cobros, trámites, atender pedidos urgentes y reclamos.

Algunas empresas mexicanas utilizan el sistema de venta directa, que consiste en la visita periódica de un vendedor o representante para realizar actividades de promoción de venta.

La empresa RUGO, S.A. de C.V. inicialmente operará realizando sus ventas a través de representantes y distribuidores mayoristas, Así ellos se encargarán de cubrir todos los gastos arancelarios de importación, a mediano plazo la empresa tiene planes para establecer una oficina de representación permanente en Guatemala, ya que las negociaciones con la República Salvadoreña, La Colombiana y con la Habana Cuba están muy avanzadas y se espera que para el mes de Enero de 1998, se estén iniciando las primeras exportaciones a estos países.



1.- TIPO DE CONTRATO
De acuerdo a éste, serán los derechos y obligaciones de los contratantes.



2.- DATOS GENERALES
Nombre y domicilio del comprador, vendedor y representantes legales
Datos de quien tiene poder para obligar a la empresa, y si éste no ha sido revocado a la fecha de la firma.



3.- OBJETIVO
Descripción clara y precisa de los actos jurídicos que deberán otorgarse recíprocamente



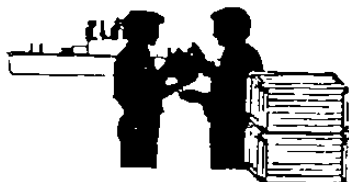
4.- PRECIO.
Determinar el valor de las mercancías y fórmulas de ajuste, en caso de precios no estables que sean fijables a la fecha de entrega de la mercancía.



5.- PAGO.
Establecer forma lugar y de pago, además de intereses moratorios o por financiamiento, de ser necesario.



6.- GARANTIAS
Para protegerse, el exportador podrá solicitar además del contrato, ya sea una carta de crédito, la reserva de dominio del bien vendido, fianza, hipoteca, etc.



7.- RIESGO DE LA CARGA.
Debe de quedar claramente definido el momento de entrega de la mercancía, por el exportador al importador, pues ahí pasa toda la responsabilidad de la carga a éste último.



8.- COMPETENCIA LEGAL.
En caso de intervención legal por incumplimiento del comprador, debe establecerse un domicilio legal, donde se deslinden responsabilidades judiciales

Figura 7.1

Puntos fundamentales en todo contrato de compra-venta y exportación

7.1.B VALORACION ADUANERA, REVISION ADUANAL Y MEDIO DE TRANSPORTE

Como primer paso a exportar a Guatemala, es recomendable contratar a un agente aduanal que tenga sus oficinas en Ciudad Hidalgo Chiapas, siempre y cuando los embarques se realicen por vía terrestre, como es el caso de la elección de empresas RUGO, S.A. de C.V., porque estos agentes, son los únicos autorizados para realizar tramites en esta aduana.

El punto anterior es muy importante, principalmente para las empresas que no tienen experiencia en trámites de exportación, ya que el agente aduanal es experto en lo relacionado con los trámites relativos al despacho de mercancía tanto de exportación como de importación, subsidios, finanzas, permisos, transportes, seguros, etc.

La contratación del agente aduanal, significará para la empresa exportadora el tener a un asesor a quien consultar en detalle sobre temas como clasificación arancelaria de la mercancía que se pretenda exportar, lo cual determinará si el producto está sujeto o no a licencia de exportación; si paga o no impuestos; si requiere o no de algún requisito

fitosanitario, o de cómo asegurar la mercancía de exportación, y la forma de contratar al transporte más adecuado, entre otros.

7.1.B.1 VALORACION ADUANERA

En Guatemala no hay, expresamente una disposición, para que cuando existan dudas sobre el costo de una mercancía se utilice la Valoración Aduanera, Lo Más recomendable para evitar problemas de retraso es realizar lo siguiente:

- Legalizar ante el consulado de Guatemala, para empresas de Nuevo León, como en este caso se hace aquí en la ciudad de Monterrey, N.L., Todos los documentos requeridos por el importador, acción que de alguna manera garantiza la fidelidad de la información expresada en los documentos, esta acción le beneficiará en demasía a la empresa exportadora, para cualquier problema de controversia que se pudiera presentar, en la aduana de Guatemala.
- En segundo lugar enviar la lista de precios y catálogo de productos, esto se realizará cuando los documentos no se hubieran legalizado, de esta forma la

información será utilizada por los agentes aduanales, para formalizar la acción de Valoración Aduanera.

Los documentos que la empresa deberá entregar al importador son:

Envío de factura vía fax, para que se puedan tramitar divisas y/o forma de pago ante el Banco de Guatemala; esta factura proforma deberá contener los siguientes datos:

- A: Nombre del Importador

- De: Nombre del exportador

1. - Factura proforma número:

2. - Vendido a: Nombre de la empresa Importadora

3. - Embarcado a: nombre de la empresa Importadora

4. - Marcas: si los contenidos tienen alguna clave, lista y número de empaque.

5. - Descripción del producto:

Producto precio unitario unidades cantidades Kg. Importe en dólares.

6. - Planta: Lugar donde fue embarcado.

7. - Condiciones de venta: CIF, FOB, C y F.

8. - Condiciones de pago:

9. - Entrega: Poner el número de días conforme a la fecha de la factura proforma.

10. - Fecha de embarque en bodega o planta.

11. - Fecha estimada de arribo a Ciudad Hidalgo, Chiapas, México.

12. - Fecha de factura proforma tiene validez a partir de:

Datos de la empresa

Nombre

Dirección

Teléfono

Fax.

R.F.C.

Factura proforma certificada por: (consulado de Guatemala en Monterrey, N.L.)

Una vez efectuado el embarque se requiere entregar copia de la siguiente documentación al importador:

*Copia del pedido.

*Factura proforma y/o Factura comercial.

*Lista de embarque.

*Conocimiento de embarque.

*Carta de porte original.

7.1.B.2 REVISION ADUANAL

Todo vehículo que llega a Guatemala es revisado por la autoridad aduanal y supervisado por las autoridades migratorias y sanitarias.

Una vez revisado el vehículo, se descarga la mercancía y se verifica de que se ajusta a las disposiciones del código aduanal, se procede a la aprobación o rechazo de la mercancía.

El código aduanero Guatemalteco no expresa claramente la condiciones para que una mercancía sea rechazada, sin embargo, las razones más comunes que provoca el rechazo, son las siguientes:

*Cuando la mercancía a importar pueda afectar a la salud.

*Cuando la mercancía registre daños detectables a la vista.

***Cuando la mercancía no cumpla con las condiciones requeridas por el importador.**

Cuando se emita una disposición Gubernamental, que impida la entrada de materiales que pongan en peligro la inseguridad nacional.

7.1.B.3 MEDIOS DE TRANSPORTE

La mayor parte del comercio exterior de México con Guatemala se realiza a través de la aduana Mexicana ubicada en CD. HIDALGO, Chiapas, ésta población ubicada a 38 Kilómetros de la Cd. De Tapachula en el Estado de Chiapas; el movimiento comercial restante se realiza por vía aérea y marítima.

En Cd. Hidalgo, Chiapas, existen varias agencias aduanales, también hay una terminal de Ferrocarriles Nacionales de México, que entronca con el Ferrocarril de Guatemala.

Desgraciadamente, todas las mercancías mexicanas con destino a Centroamérica tienen que transbordarse, ya sea al ferrocarril de Guatemala, por ser éste de vía angosta, o a líneas de transporte terrestre, en virtud de que los transportistas mexicanos no pueden circular por el territorio Centroamericano y viceversa.

En el caso de furgones o cajas de trailers mexicanos, éstos si pueden circular por Centroamérica, siempre y cuando sean remolcados por tractocamiones o tractores de empresas Centroamericanas.

En términos generales, todos los países Centroamericanos cuentan con un magnífico equipo y servicio de autotransporte.

La empresa RUGO, S.A. de C.V. ha seleccionado el transporte terrestre, por ser de bajo costo, y para tener mayor seguridad en las fechas pactadas para la entrega de mercancías con las empresas importadoras.

7.1.C TRAMITES Y LEGISLACIONES ADUANERAS DE GUATEMALA

En la actualidad, el Gobierno Guatemalteco no exige al importador la licencia cambiaria de importación, en virtud de que a partir del 6 de Noviembre de 1989, mediante decreto/ley, el Banco de Guatemala, permitió a la banca comercial de este país, intervenir en el mercado de divisas.

Para el retiro de las mercancías que se encuentran en la aduana, para uso o consumo definitivo en Guatemala, se solicitará al exportador mexicano que al cerrar una operación deberá enviar a su cliente en Guatemala los documentos siguientes:

1. - Factura comercial en original y cinco copia.
2. - Conocimiento de embarque y carta porte en original y cinco copias.

Estos documentos deberán ser legalizados por el consulado de Guatemala en Monterrey, N.L., el precio actual de este tramite es de 30 Quetzales. (6.50 Q. x 1 dólar aproximadamente).

De no contar con este requisito, el importador pagará una multa del 6% sobre los derechos arancelarios de importación.

Cabe señalar que la mercancía que se envía por línea aérea, no debe necesariamente de contar con el requisito antes mencionado, porque el trámite no es exigible cuando se utiliza este medio de transporte.

Al contar con los documentos anteriores, el importador puede acudir a la aduana y proceder a liberar la mercancía, de no haber dudas sobre los valores declarados la aduana otorga una póliza y con ella se procederá a la liquidación de los impuestos de la importación.

El pago de derechos cuenta con un plazo máximo, para su liquidación de doce días o bien, hasta dos meses, cuando esta se traslada de la aduana a un depósito fiscal..

La póliza que otorga la aduana Guatemalteca constituye una declaración del importador, en la que especifica las características del producto:

- Peso
- Valor
- Descripción, y
- Fracción Arancelaria, entre otros que marca el reglamento de la ley orgánica de la aduana de Guatemala.

Otros documentos que el importador deberá presentar con la póliza son:

- El conocimiento de embarque
- La carta de porte
- La factura comercial
- Lista de embarque
- Documento de Aseguramiento y
- Permiso de exportación.

El tratamiento arancelario a los productos de RUGO, S.A. de C.V. están sujetos a reducidos impuestos y solo hay que cubrir los gastos de trámite arancelario que fluctúan entre el 10 y 12%.

Otro aspecto que se tiene que señalar es que los productos de esta empresa no están sujetos a restricciones por parte del gobierno de Guatemala, solo en cuestión de la revisión en la garita, se revisará que no se presenten daños visibles o de consideración en la mercancía.

PROHIBICIONES

Actualmente, la NAUCA II (Nomenclatura Arancelaria Unificada Centroamericana II), sólo establece que con excepción de las drogas que dañan la salud, y las armas, no existe ninguna otra prohibición para exportar productos a Centroamérica.

PRODUCTOS EXENTOS

Solo los medicamentos y las materias primas para la fabricación de medicinas, quedan exentos de pago del impuesto adicional del 3%, en 1990, y del 2% para el año de 1991.

LEY SOBRE ZONAS FRANCAS

Con el objeto de desarrollar áreas específicas, que aporten beneficios a la economía de Guatemala, recientemente se presentó al congreso Guatemalteco el “Proyecto de la ley sobre zonas francas”, con el cual se pretende impulsar el establecimiento de empresas, apoyándolas y brindándoles tanto beneficio fiscales, como importantes apoyos paralelos.

REGULACIONES NO ARANCELARIAS

El arancel es un instrumento que proporciona transparencia y certidumbre al exportador y al importador. En cambio las barreras no arancelarias no son tan transparentes, ofrecen poca certidumbre y muchas veces resultan difíciles de interpretar adecuadamente, lo que dificulta su cumplimiento.

Las barreras no arancelarias relativas al: Etiquetado, medidas sanitarias, fitosanitarias y técnicas, el exportador puede verse obligado a cumplir otras regulaciones dependiendo del producto que vaya a exportar.

Este grupo comprende las regulaciones sobre protección del ambiente, mejor conocidas como ecológicas.

Es importante conocer, por ejemplo, las regulaciones ecológicas que se aplican en el mercado de la Unión Europea, principalmente en Alemania, a la comercialización de frutas y vegetales frescos.

En el caso de estos productos el empaque debe estar elaborado con material reciclable y biodegradable, y las tintas que se usen tienen que ser a base de agua.

Entre otras regulaciones están las normas de calidad que se refieren al grado, el tamaño y la madurez del producto, también se requiere ser inspeccionados o certificados antes de embarcarse.

Es importante señalar que existen normas internacionales de calidad adoptadas por un número cada vez mayor de países.

Destacan entre estas normas de calidad las conocidas como ISO 9000, el objetivo que se persigue con estas normas es obtener la calidad total o la más alta posible de los productos.

Las regulaciones de toxicidad, son también utilizadas en algunos países para los productos en cuya elaboración se incorporen insumos peligrosos o dañinos a la salud humana, cada país elabora listas en donde se especifican qué insumos se consideran tóxicos. Se suelen incluir los derivados del petróleo, plomo, bario, selenio, etc.

Para evitar problemas en el cumplimiento de regulaciones no arancelarias, es muy conveniente, que antes de realizar una operación comercial y hacer el embarque, el exportador se informe y se asesore para comprobar que, en la medida de lo posible, su producto cumpla con las disposiciones no arancelarias del mercado de destino, el exportador puede consultar al agente aduanal o a la autoridad comercial del país importador.

7.1.D MECANISMOS DE PAGO

Las principales formas de pago que se utilizan en Guatemala son: Carta de Crédito, giro a la vista, También llamadas cobranzas, y al contado.

El procedimiento que deben llevar al cabo los importadores Guatemaltecos, dentro del mercado regular, para el registro y pago de sus importaciones son:

a.- Dentro de este mercado se otorgarán divisas para el pago de todas las importaciones de mercancías, debiendo registrarlas previamente ante el departamento de Cambios del Banco de Guatemala. El registro tendrá una vigencia de 180 días.

b.- Las importaciones podrán pagarse a través de cartas de crédito, cobranzas, giros o transferencias bancarias y éstas no podrán ser de un monto mayor al valor CIF (costo, seguro y flete), de la mercancía a importar. El registro lo solicita el importador con la documentación siguiente: Forma A-20132 DC-32 (solicitud de licencia cambiaria de importación), copia del pedido, factura proforma o cualquier documento que evidencie la transacción comercial.

c.- El importador que desee efectuar pagos anticipados por concepto de importaciones, deberá establecer una garantía equivalente al 50% del monto de las divisas solicitadas a favor del Banco de Guatemala o algún banco del sistema, esta garantía puede constituirse en cualquiera de las formas siguientes:

- Depósitos en efectivo

- Fianzas.

- Bono del tesoro nacional que goce de garantía de recompra inmediata.

d.- Para que el importador pueda solicitar divisas en el Banco de Guatemala, deberá presentar la documentación siguiente:

- Copia de factura comercial y/o proforma

- Copia del conocimiento de embarque.

- Copia del certificado de origen.

- Cuadruplicado de póliza aduanal liquidada y su comprobante de pago.

- Compromiso de importación (En el caso de pagos por anticipado o que no cuenten con documentos de importación requeridos).

El 20 de Abril de 1987 el banco de Guatemala informó lo siguiente:

“El departamento de cambios del Banco de Guatemala se complace en informar que la honorable junta Monetaria con fecha 13 de Abril de 1987, emitió su resolución JM-6787, ha aprobando disposiciones de la política cambiaria que entraron en vigor el día 15 del mismo mes. “Las de aplicación a la importación y exportación de mercancías se mencionan a continuación”:

1. -Importaciones.- En el mercado regulado se atenderá el pago de todas las importaciones.

2. -Exportaciones.- Las divisas generadas por exportaciones a países fuera del área Centroamericana se liquidarán en su totalidad en el mercado regulado.

3. - Liquidación de importaciones y exportaciones con los demás países del área Centroamericana.- Se liquidarán conforme a los convenios especiales de pago vigentes y que en el futuro celebre el banco de Guatemala. En todo caso los tipos de compra y de referencia para todas las operaciones de importación y exportación de y hacia Centroamérica serán los del mercado regulado.

4. - Autorizar al departamento de cambio para atender con divisas del mercado regulado.- El pago de aquellas importaciones de mercancías, que estando en el mercado bancario se encuentran en tránsito a la entrada en vigor de la resolución

JM-67-87. - Los importadores deberán comprobar ante dicho departamento que el pago se encuentre pendiente de efectuar.

5. - Las cartas de crédito para las importaciones contempladas en el mercado regulado se continuarán liquidando al tipo de venta vigente en la fecha de apertura de las mismas.

6. - Tipos de compra y venta en el mercado regulado.- En el mercado regulado el tipo de compra será de 6.49 Quetzales por dólar el tipo de venta será de 6.525 Quetzales por dólar. Este último incluye una comisión bancaria del 1%.

“Cualquier asistencia o información adicional les será proporcionada en las secciones de importaciones, y registros del departamento de cambios del Banco de Guatemala, en el vestíbulo de las oficinas en el centro Cívico, o por la vía telefónica a través del teléfono N° PBX. 534053”.

7.1.D.1 INFORMACION ADICIONAL DE LAS FORMAS DE PAGO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

Sin duda uno de los puntos claves para el éxito de las operaciones de comercio internacional es elegir la forma mas adecuada para recibir o efectuar los pagos en las transacciones comerciales. Por lo general los participantes en una operación de este tipo se encuentran en países diferentes y por lo mismo pueden presentarse grandes diferencias. Una de ellas es el marco legal que regula el comercio internacional en los respectivos países de las partes.

También, se deben considerar otros aspectos que pueden influir en forma negativa en las transacciones si no se utiliza una forma de pago adecuada, por ejemplo: Embarcar las mercancías a una empresa al extranjero sobre la que se carece de referencias, aceptándose el compromiso solamente de ésta, a veces vía telefónica de que enviará el pago correspondiente en cuanto reciba el pedido en su fábrica o bodega.

También es pertinente mencionar que la forma y el plazo de los pagos es uno de los muchos acuerdos que deben negociarse para concretar una venta en los mercados internacionales. Por ello las empresas u hombres de negocios que tengan o deseen tener negocios en el exterior, ya sea para exportar o importar productos, deben evaluar la forma de pago que les convenga para asegurarse de que recibirán o harán sus pagos con toda oportunidad.

En el comercio internacional se cuenta con varias formas para realizar o recibir los pagos de las mercancías.

A continuación se describen algunas de ellas:

- Cheques.

- Giros.
- Ordenes de pago.
- Cobranzas bancarias Internacionales.
- Cartas de crédito.

CHEQUES

No es raro que en algunas operaciones de comercio internacional se convenga en que los pagos se efectúen con cheque, porque se tiene la confianza de que se cobrarán sin dificultad. Sin embargo, en muchas ocasiones esto no sucede.

Hasta en las operaciones nacionales es muy frecuente que los bancos no paguen los cheques por diversos motivos, como por la falta de fondos para cubrir la cantidad establecida en esos documentos.

Las empresas o personas físicas que reciben cheques con cargo a los bancos establecidos en el extranjero difícilmente podrán estar seguras si en ese momento esos cheques, o si la cuenta que los respalda existe o tiene fondos suficientes, o bien si quien firma el documento está autorizado para hacerlo, en estos casos el exportador recurre a un banco de la localidad y por lo general deposita ese cheque “Salvo buen cobro”, el banco abonará la cantidad equivalente en moneda nacional sólo cuando cobre ese documento en el banco del extranjero, por lo regular son tres o cuatro semanas lo que se tarda.

También es práctica común que compradores y vendedores se entreguen cheques posfechados, pues el beneficiario confía en que el deudor contará con fondos en la fecha propuesta. Sin embargo existe la posibilidad de que jamás se pueda cobrar el documento por falta de recursos en la cuenta. Los riesgos de esta práctica son evidentes.

Si el exportador decide aceptar esta forma de pago, deberá prestar mucha atención a lo siguiente:

- Que el nombre del beneficiario se anote correctamente.
- Que las cantidades anotadas con números y con letras coincidan.

- Que el documento no presente enmendaduras o alteraciones.

GIROS BANCARIOS

El giro se define como un título de crédito nominal, en virtud de que debe expedirse invariablemente a nombre de una persona física o moral, pues no existen giros al portador.

Esta forma de pago tiene gran aceptación en el comercio internacional, ya que se pueden emitir giros casi en cualquier divisa, además de que es necesario tener cuenta con ningún banco.

Estos documentos también se caracterizan por ser de negociabilidad registrada, ya que los bancos sólo los reciben para abono en cuenta del beneficiario, por ello el beneficiario no recibe efectivo y se le exige identificarse a satisfacción de las instituciones bancarias. Por lo general no se permite que estos documentos se endosen a terceros.

Es una practica común que los exportadores que aceptan esta forma de pago embarquen las mercancías antes de recibir el original del giro, lo cual no es nada aconsejable, pues no debe despacharse mientras no se reciba el documento original y se presente para cobro.

ORDEN DE PAGO

Otro medio empleado en el comercio internacional es la orden de pago para utilizarla es necesario que el beneficiario, por lo general el exportador, posea una cuenta bancaria a fin de que los fondos se abandonen precisamente en esa cuenta. Es pertinente destacar que no existen órdenes de pago condicionadas, por lo que es posible que el banco exija al exportador que pruebe, por ejemplo, que las mercancías se han embargado a fin de efectuar el abono. Por tal motivo esta forma de pago es recomendable sólo en los casos en que haya mucha confianza entre las partes involucradas.

Las partes que intervienen en este tipo de operaciones son:

- **Ordenante:** La persona que compra la orden de pago. (El importador).
- **Beneficiario:** La persona física o moral que recibirá en la cuenta previamente establecida el importe de la operación.
- **Banco Ordenante:** El que recibe en sus ventanillas el importe de la operación por parte del importador.
- El que acepta efectuar el pago mediante el depósito a uno de sus cuenta-habituales.

Por último, no debemos olvidar el negociar con el cliente quién y como se cubrirán los gastos y las comisiones de los bancos que intervienen en la instrumentación de esta forma de pago.

7.1.D.2 COBRANZAS BANCARIAS INTERNACIONALES

Los exportadores pueden emplear el servicio de cobranza bancaria internacional, los cuales ofrecen los bancos para gestionar aquellas a su nombre.

El exportador acude a un banco generalmente de su localidad y solicita el servicio de cobranza Internacional. Para ello deberá instruir al banco por escrito qué gestiones deberá realizar por encargo del exportador.

CARTAS DE CREDITO

Por su gran utilización en la práctica moderna del comercio Internacional, la carta de crédito se ha convertido en un pilar fundamental de aquel; en otras palabras, es una verdadera Institución.

No obstante que la bibliografía en Español sobre esta materia es muy poca debido a que se trata de un instrumento de reciente empleo en México sobre las operaciones de comercio Internacional, la apertura comercial y financiera que nuestro país ha experimentado en los últimos años ha provocado que día con día esta forma de pago sea más estudiada por los empresarios mexicanos.

Ante la ausencia de normas sobre esta materia, la Cámara internacional de Comercio, organización Gubernamental al servicio del comercio mundial, cuyos miembros son más de 120 países, representan a millares de compañías y organismos comerciales, trabaja

desde hace varias décadas para hacer una compilación de reglas conocidas mundialmente como “Reglas y usos uniformes relativos a los créditos documentarios” (Uniform Customs and Practice of Credits) o en su forma abreviada “UCP-500”.

Los UCP-500 rigen las relaciones entre compradores, vendedores y banqueros en todos aspectos de créditos documentarios. Por ello resulta muy recomendable que antes de iniciar una operación con carta de crédito se analice profundamente este documento o bien se busque la asesoría de un banco sobre las particularidades de esta modalidad de pago.

Si usted exporta, se le aconseja que trate de negociar que el pago de sus productos se realice mediante una carta de crédito documentaria, irrevocable, confirmada y pagadera a la vista contra la entrega de los documentos respectivos, sobre todo cuando no exista confianza con su cliente.

*****(Toda esta información fue proporcionada por BANCOMEXT , delegación Monterrey, N.L.)

CAPITULO 9

CONCLUSIONES

Ante la creciente globalización de la economía, las negociaciones comerciales cobran una gran dimensión estratégica, ya que permiten obtener reciprocidad, dan claridad en las reglas del comercio, y a la vez crean nuevas oportunidades y mayores flujos de mercancías, así como más servicios e inversión.

La expansión y diversificación de las exportaciones mexicanas que se han observado en los últimos años, explican la importancia de la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, ya que hoy en día cerca del 90%, de las exportaciones no petroleras de nuestro país se destinan a los Estados Unidos y Canadá.

Sin embargo, además de aprovechar, el enorme potencial exportador que existe hacia esas dos naciones, el empresario mexicano requiere abrir otros mercados y beneficiarse de las oportunidades que presentan otras Regiones, como Centroamérica, Sudamérica y

El Caribe, ya que representan un mercado potencial de alrededor de 440 millones de consumidores, que en 1991, importó casi 140 mil millones de dólares, México goza de una posición muy privilegiada en éstos mercados por la similitudes en: Idioma, cultura, costumbres y patrones similares de consumo.

Los tratados de Libre Comercio suscritos por México con éstos países y los Acuerdos Parciales con Guatemala, hicieron un registro de 403 millones de dólares, de los cuales 347 millones correspondieron a exportaciones de productos mexicanos, y sólo 55 millones a importaciones de productos Centroamericanos.

El país Centroamericano con el que México tiene más intercambio comercial es con Guatemala; éste país representa el 36%, del total del comercio con Centroamérica, le siguen el Salvador con el 23%, y Costa Rica con el 21%.

Además del petróleo los productos de exportación son de diversa índole como: Automóviles de pasajeros y para transporte de mercancías, zinc, hilos de nylon recipientes de vidrio, etc.

Como hemos podido constatar a lo largo de toda esta investigación, es de vital importancia para la Micro, Pequeña y Mediana empresa mexicana que quiere crecer y ganar dinero a corto plazo, iniciar proyectos de exportación lo más pronto posible, ya que las tendencias indican que el crecimiento de las importaciones será un hecho en los próximos años y por lo tanto el mercado interno mexicano registrará una competencia enorme por la llegada de capitales y de todo tipo de materias primas y productos terminados del extranjero, logrando así que nuestras empresas sobre todo aquellas que participan al final de la cadena productiva, tengan mayores repercusiones, no solamente en sus finanzas, sino que en un momento determinado puedan llegar al cierre de las mismas.

No me resta más que resaltar que la promoción de nuevos exportadores y la búsqueda de nuevos mercados de exportación, reviste la importancia fundamental de las estrategias que la industria mexicana deberá emprender, con esquemas y programas de importación temporal, para producir artículos de exportación, y un programa maquilador, que es fundamental para el desarrollo exportador de nuestro país, los apoyos oficiales en cuestión financiera orientados al desarrollo de nuevos mercados, requieren ser fortalecidos y consolidados, para poder afrontar exitosamente las condiciones cambiantes de los mercados internacionales, y ser equivalentes a los mejores que puedan obtener nuestras empresas exportadoras, de las naciones con las cuales competimos actualmente, y con las que competiremos en el futuro.

Nuestras instituciones de nivel superior en conjunto con nuestro Gobierno, deberán diseñar programas específicos para apoyar a las Micro, Pequeñas y Medianas empresas exportadoras o que deseen exportar, con estudios de mercado, asistencia a ferias y exposiciones internacionales, apoyos para el diseño de estrategias de exportación, búsqueda de representantes en los mercados externos, contacto y evaluación de los socios en coinversiones, localización de plantas subsidiarias, adquisición de compañías extranjeras y transferencia tecnológica, entre muchos aspectos, que son vitales para un desarrollo integral de la industria Mexicana.

Es por eso que éste modelo de aplicación práctica, de **“Exportación aplicable al Comercio Exterior entre México y Guatemala, con beneficios sustanciales para la Micro, Pequeña y Mediana empresa”**, propuesto en ésta tesis, tiene su aplicación real; ya que todas aquellas empresas que se encuentren en ésta categoría tienen ahorita, la gran oportunidad de iniciarse en el campo del Comercio Exterior, ya que no solamente lograrán crecer rápidamente, sino que también lograrán obtener ingresos en otras divisas y no permanecer atadas solamente al mercado nacional, ya que si sus desventajas en éste momento son grandes, a corto plazo, serán superlativas.

BIBLIOGRAFIA

LIBROS

Michael R. Czinkota/Ilkka A. Ronkainen. *Marketing Internacional*. Ed. Mc. Graw Hill. México 1998

Cateora Philip R. *Marketing Internacional*. Ed. Mc. Graw Hill. México 1999

Robinson Richard D. *Administración de Empresas Internacionales*. Ed. I C.E.C.S.A. México 1970

Mercado H. Salvador. *Comercio Internacional II*. Ed. Limusa. México 1991

Rachman David J. *Introducción a los Negocios*. Ed. Mc. Graw Hill. México 1994

Harold Koontz & Heinz Wehrich. *Administración una Perspectiva Global*. Ed. Mc. Graw Hill. México 1999

Lamson Whitney Lamson Whitney. *Elementos de Investigación*. Editorial Omega, S.A. Barcelona 1970

Guerrero Orozco Omar. *La Administración Pública Mexicana*. Ed. Harla. México 1984

Gómez Díaz de León Carlos. *Administración Pública Contemporánea*. Ed. Mc. Graw Hill. México 1997

Secunza y Sandoval. *Lecturas de Contabilidad Administrativa*. Ed. Instituto de Contadores Públicos de Nuevo León, A.C. México 1973

BANCOMEXT. *Guía Básica del Exportador*. Ed. BANCOMEX. México 1996

Instituto Mexicano de Comercio Exterior. *Como Utilizar el Acuerdo de Alcance Parcial Entre México y Guatemala*. Ed. Unica. México 1985

Fuentes de información en Internet:**NETSCAPE:**

<http://www.geocitis.com/thetropics/6886>

<http://www.pronet.net.gt/bases/sieca/industria>

<http://www.pronet.net.gt/bases/sieca/comercio>

<http://www.pronet.net.gt/bases/sieca/poblacion>

<http://www.pronet.net.gt/bases/dsieca/economia>

<http://www.pronet.net.gt/bases/sieca/educacion>

<http://www.pronet.net.gt/bases/sieca/notasexplicativas>

<http://www.guate.net/zolic/indez>

<http://www.concyt.gob.gt/camaras>

<http://www.pronet.net.gt/leyes>

<http://www.webpres.com/quetzalinet/bus-guide.htm/>

<http://dgcnesyp.inegi.gob.mx><http://dgcnesyp.inegi.gob.mx>

<http://www.odci.gov/cia/publications/nsolo/factbook/gt.htm>

http://ourworld.compuserve.com/homepages/sqarik_/n3dic.htm

<http://www.database.iadb.org/int/basicrep/bagtm.htm>

<http://www.guate.net/zolic/index.html#1>

<http://www.eclac.cl/bp95/bpca1.html>

INVESTIGACION DE CAMPO

Ing. Arturo Morán Bravo, Vicecónsul de la República de Guatemala en N.L.

Ing. Roger González Moreno Cónsul General de la República de Cuba en N.L.

Lic. Humberto Fornaris, consejero comercial de la Embajada de Cuba en México.

Lic. Alberto Espinosa Butanda, Director de Comercio Exterior de la empresa Separadores Internacionales, S.A. de C.V. en Monterrey, N.L.

Ing. Reynaldo Ocampo Jaimes, Gerente General de Ventas Nacionales y Exportaciones de la empresa RUGO, S.A. de C.V., en Monterrey, N.L.

Srita. Cristina Ordáz Ovilla, Representante de la Agencia Aduanal Servicios Integrados del Suréste, en Ciudad Hidalgo, Chiapas.

Srita. Rosalinda Goicochea, Ejecutiva de BANCOMEXT, en Nuevo León.

Lic. Dolores Albuérne de Covarrubias, Rep. De Convenciones de Cuba en México.

Lic. René Ortiz Muñiz, Coordinador Nacional de la Comisión Mixta para la Promoción de las exportaciones de la SECOFI. En México, D.F.

Lic. Ulises de la Garza Valdéz, Director del Centro de Negocios Internacionales, de la presidencia de San Nicolás de los Garza, N.L.

Lic. Gustavo Lozano Cano, Director de Fomento Económico, de la presidencia Municipal de CD. Guadalupe, N.L.

RESUMEN AUTOBIOGRAFICO

Gabriel Esquinca Moreno
Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Contaduría Pública y Administración

Fecha de Graduación: Febrero del 2000

**Título de Estudio: MODELO DE EXPORTACION APLICABLE
AL COMERCIO EXTERIOR ENTRE MEXICO
Y GUATEMALA, CON BENEFICIOS
SUSTANCIALES PARA LA MICRO,
PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA**

Número de Páginas: 327

**Candidato para el grado de Maestría en
Administración Pública**

Area de Estudio: Administración Pública

Propósito y Método del Estudio: Es el de destacar la importancia que tiene para la empresa Mexicana Micro, Pequeña y Mediana , en materia de Comercio Exterior, la actuación del Gobierno Mexicano en los últimos diez años, con la firma del Tratado de Libre Comercio no solamente con los Estados Unidos y Canadá, sino que también, destacar el movimiento integracionista con la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), con el Tratado de Montevideo de 1960, en el cual se desarrolló un Modelo de Zona de Libre Comercio cuyos principios fundamentales fueron el otorgamiento de la Cláusula de Nación más favorecida, el de liberación gradual del

intercambio, el de reciprocidad, el de complementación y el mejor trato para los países de menor grado de desarrollo económico de la región, el cual dio pie para la firma de Acuerdos de Alcance Parcial bilateral entre México y cada uno de los diez Países signatarios, México como País Miembro de la (ALADI), y al amparo del Artículo 25 del Tratado de Montevideo de 1980, ha suscrito varios Acuerdos con Países Centroamericanos, entre ellos Guatemala. El Método del Estudio es presentado en seis fases las cuales son: Marco Teórico, Modelo de Aplicación Práctica, Naturaleza del Producto a Exportar, Aspectos característicos del País a Exportar, Plan de Mercadotecnia, y Sistema de Exportación.

Contribuciones y Conclusiones: Se propone un Modelo de Aplicación Práctica, para empresas Micro, Pequeñas y Medianas, para realizar operaciones comerciales con Países Centroamericanos, y en especial a un País como lo es Guatemala, en donde estas empresas Mexicanas pueden tener grandes ventajas a corto plazo, ya que Guatemala es un mercado natural para nosotros, en virtud de que los hábitos de consumo en general son similares a los nuestros y por lo tanto los productos a exportar, no necesitan adecuaciones especiales, las escalas de consumo son similares, y se adaptan al tamaño de nuestras empresas, ya que los pedidos no son tan voluminosos, y las restricciones en cuestión sanitaria y empaque son mínimas en comparación con los Estados Unidos o Europa, y así lograr obtener divisas en otra moneda a corto plazo.

FIRMA DEL ASESOR: _____