



Facultad de Ciencias Económicas  
Licenciatura Gestión Aduanera y Comercio Internacional

**Las exportaciones de productos no tradicionales como beneficio al comercio agrícola guatemalteco**

(Artículo científico – Trabajo de graduación)

Karla Gabriela Martínez Escobar

Guatemala, junio 2020

**Las exportaciones de productos no tradicionales como beneficio al comercio agrícola guatemalteco**

(Artículo científico – Trabajo de graduación)

Karla Gabriela Martínez Escobar

M. Sc. Edna de Juárez (**Asesor**)

Lic. Julio Juárez (**Revisor**)

Guatemala, junio 2020

**AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA**

**M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus**

Rector

**Dra. Alba Aracely Rodríguez de González**

Vicerrectora Académica

**M.A. César Augusto Custodio Cobar**

Vicerrector Administrativo

**EMBA. Adolfo Noguera Bosque**

Secretario General

**AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**M.A. Rolando Antonio Girón Díaz**

Decano

**Lcda. Nancy Gabriela Lam**

Coordinadora

Guatemala, 23 de octubre de 2019

Señores

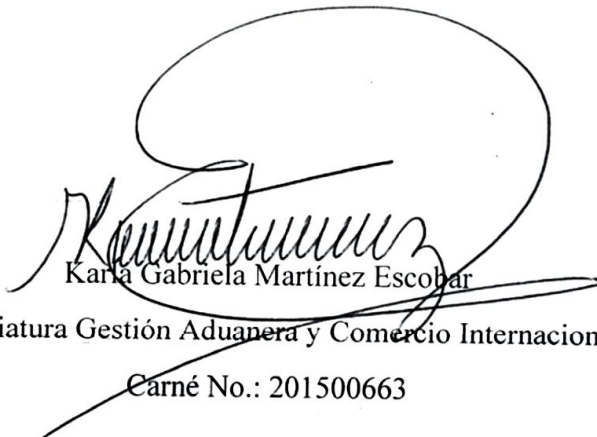
Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy autora del artículo científico titulado **“Las exportaciones de productos no tradicionales como beneficio al comercio agrícola guatemalteco”** y confirmo que respeté los derechos de autor de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad por la publicación del presente estudio y para efectos legales soy la única responsable de su contenido.

Atentamente,



Karla Gabriela Martínez Escobar

Licenciatura Gestión Aduanera y Comercio Internacional

Carné No.: 201500663

REF.:C.C.E.E.CPA.CT.A02-PS.002.2020

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
GUATEMALA, 04 DE MARZO DE 2020  
DICTAMEN**

**Tutor:** M. Sc. Edna de Juárez

**Revisor:** Lic. Julio W. Juárez

**Carrera:** Licenciatura Gestión Aduanera y Comercio Internacional

**Tesis titulada:** "Las exportaciones de productos no tradicionales como beneficio al comercio agrícola guatemalteco."

**Presentada por:** Karla Gabriela Martínez Escobar

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

**En el grado de:** Licenciatura

M.A. Ronaldo Antonio Giron  
Decano  
Facultad de Ciencias Económicas



Guatemala, 23 de octubre de 2019

Señores  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad Panamericana  
Presente

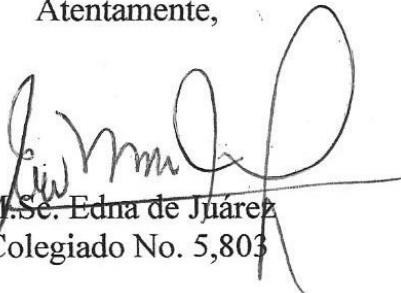
Estimados señores:

En relación al trabajo de artículo científico titulado **“Las exportaciones de productos no tradicionales como beneficio al comercio agrícola guatemalteco”**, realizado por Karla Gabriela Martínez Escobar, Carné 201500663, estudiante de Licenciatura en Gestión Aduanera y Comercio Internacional, he procedido a asesoría del mismo, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.

Atentamente,



M.Sc. Edna de Juárez  
Colegiado No. 5,803

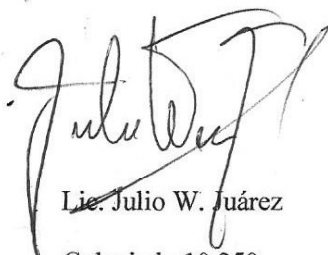
Guatemala, 18 de noviembre 2019

Señores  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad Panamericana  
Presente

Estimados señores:

En relación al trabajo de artículo científico titulado: **“Las exportaciones de productos no tradicionales como beneficio al comercio agrícola guatemalteco”**, realizado por Karla Gabriela Martínez Escobar, carné No. 201500663, estudiante de la Licenciatura Gestión Aduanera y Comercio Internacional, he procedido a revisión del mismo, haciendo constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.  
Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes,



Lic. Julio W. Juárez  
Colegiado 10,350

## **Dedicatoria**

### **A Dios**

Por darme la fortaleza, sabiduría y otra oportunidad de culminar una de mis metas y por las bendiciones recibidas para poder lograrla.

### **A mis padres**

Como reconocimiento a sus esfuerzos, consejos, apoyo y amor incondicional en el largo camino de mi vida, en especial en este momento tan especial.

### **A mi abuelita**

Por sus sabios consejos y amor incondicional para no rendirme y poder terminar satisfactoriamente mi más grande sueño, graduarme.

### **A mi universidad**

Por darme la oportunidad de culminar mi carrera profesional.



## Contenido

<b>Abstract</b>	i
<b>Introducción</b>	ii
<b>Capítulo 1</b>	
<b>Metodología</b>	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Pregunta de investigación	2
1.3 Objetivos de la investigación	2
1.3.1 Objetivo general	2
1.3.2 Objetivos específicos	3
1.4 Definición del tipo de investigación	3
1.4.1 Investigación descriptiva	3
1.5 Sujeto de la investigación	3
1.6 Alcance de la investigación	3
1.6.1 Temporal	3
1.6.2 Geográfico	4
1.7 Definición de la muestra	4
1.7.1 Empleo de muestra finita	4
1.8 Definir instrumentos de investigación	4
1.9 Recolección de datos	5
1.10 Procesamiento y análisis de datos	5
<b>Capítulo 2</b>	
<b>Resultados</b>	6
2.1 Presentaciones de Resultados	6
<b>Capítulo 3</b>	
<b>Discusión</b>	22
3.1 Extrapolación	22
3.2 Hallazgos y Análisis General	31
3.3 Conclusiones	32
<b>Referencias</b>	34
<b>Anexos</b>	

## Lista de gráficas

Gráfica No. 1: Género	6
Gráfica No. 2: ¿Es usted exportador agrícola de productos no tradicionales?	7
Gráfica No. 3: ¿Tienen beneficios las exportaciones de productos no tradicionales para el comercio agrícola guatemalteco?	8
Gráfica No. 4: ¿Qué estrategias utiliza en su empresa para promocionar los productos no tradicionales para su exportación?	9
Gráfica No. 5: ¿Su empresa ha utilizado las herramientas necesarias para obtener beneficios en la exportación?	10
Gráfica No. 6: Mencione tres beneficios que su empresa obtiene según su clasificación de aprovechamiento	11
Gráfica No. 7: ¿Conoce los requisitos para exportar productos agrícolas no tradicionales?	12
Gráfica No. 8: ¿A qué país exporta sus productos?	13
Gráfica No. 9: ¿Considera que en Guatemala existen barreras arancelarias y no arancelarias para la exportación de productos agrícolas no tradicionales?	14
Gráfica No. 10: ¿Señale alguna barrera arancelaria o no arancelaria?	15
Gráfica No. 11: ¿Tiene conocimiento si los productos agrícolas no tradicionales de Guatemala tienen demanda en el resto del mundo?	16
Gráfica No. 12: ¿Qué productos no tradicionales produce su empresa?	17
Gráfica No. 13: ¿En qué época del año tienen mayor demanda sus productos?	18
Gráfica No. 14: ¿Su cliente le indica normas de calidad para poder recibir su producto?	19
Gráfica No. 15: ¿Qué normas de calidad utiliza en sus productos de exportación?	20
Gráfica No. 16: ¿Qué transporte intermodal se adecua a las necesidades para que su producto llegue en buenas condiciones a su destino?	21

## **Abstract**

El origen que incitó a la investigación sobre los beneficios que los productos agrícolas no tradicionales generan para la nación, conocer cómo se desarrolla ese mercado y las oportunidades que pueden encaminar a los empresarios agrícolas guatemaltecos a un mejor país exportador.

Para realizar el estudio se tomaron en cuenta puestos operativos, jefes, gerentes o encargados de los departamentos del área contable y exportaciones de las empresas agrícolas de productos no tradicionales que se encuentran establecidas en el departamento de Guatemala, Chimaltenango y Sacatepéquez, aplicando un cuestionario en el que se plasmaron las preguntas fundamentales en el desarrollo de la investigación. Estos productos son de beneficio para el país en general, generando empleo y creando vías de comercio para futuras negociaciones.

## **Introducción**

El presente documento se realiza con el objetivo de conocer cuáles son los beneficios que el comercio agrícola guatemalteco obtiene de las exportaciones de productos no tradicionales.

El documento comprendió una serie de tres capítulos planteados de la siguiente manera:

El Capítulo 1 describe el planteamiento del problema, se inicia con la pregunta de investigación, se define el objetivo general y los objetivos específicos, lo que ayuda a identificar el tipo de investigación que se utiliza, en este caso es una investigación descriptiva, lo que a su vez determina quienes son los sujetos de investigación adecuados. El alcance de la investigación que es temporal y se realiza en un tiempo de tres meses, y geográfico abarcando los departamentos de Sacatepéquez, Guatemala y Chimaltenango. La definición de la muestra es el empleo de muestra finita. Los instrumentos de investigación que se utiliza fue el cuestionario con preguntas específicas del tema que se trabajada por medio de correo electrónico enviados a los sujetos de investigación, jefes, gerentes o encargados de los departamentos del área contable y exportaciones de las empresas. Por último, se procede con la recolección de datos, el procedimiento y análisis de estos.

El Capítulo 2 trata sobre los resultados que se obtienen de la encuesta realizada la cual se presenta por medio de gráficas, en las mismas se evidencian beneficios y barreras que han tenido algunas empresas con relación a las exportaciones de productos agrícolas.

En el Capítulo 3 se desarrolla la discusión, extrapolación y análisis de los resultados que se obtienen, así como los hallazgos que se encuentran. Finalmente, se presentan las conclusiones, las cuales responden los objetivos de la investigación para sustentar que el trabajo desarrollado cumplió con las expectativas planteadas en el inicio.

# Capítulo 1

## Metodología

### 1.1 Planteamiento del problema

Desde los años cincuenta se impulsa a través de algunos organismos internacionales creados precisamente, para eso, para trasladarle la visión del área rural, mismo que ha tenido dos periodos claramente diferenciados: Uno llamado keynesiano o del Estado de Bienestar, que en Guatemala va de 1954 a 1986 y durante la cual se aplicó una visión productivista del desarrollo rural; y otro llamado neoliberal, que en Guatemala se inicia en 1986 y aún no termina, cuya visión del desarrollo rural ha recibido eufemísticamente en nombre de holística.

Cuando nació la Asociación Gremial de Exportadores de Productos No Tradicionales – AGEXPRONT- en 1982 (ahora AGEXPORT), Guatemala no contaba con una definición clara de lo que era un producto tradicional y uno no tradicional. Es por ello por lo que a principios de esa década se trabajó juntamente con el sector privado y público para encontrar una definición. La conclusión a la que se llegó fue la siguiente: Los productos no tradicionales son aquellos que son sensibles a los estímulos de promoción de exportaciones. Se consideran tradicionales aquellos más antiguos y cuyo monto representa un peso importante en el total de estas.

En 1985 las exportaciones de productos no tradicionales representaron un monto de ingreso de divisas alto para el país. Del total exportado para ese año un 45% fue de productos agrícolas, 21% de productos manufacturados y 17% de otros.

El Acta de Cooperación Externa y la Agencia para el Desarrollo Internacional (AID) de Estados Unidos de América, existen solo dos áreas importantes de crecimiento potencial que pueden ser explotada extensivamente a corto plazo para lograr un movimiento significativo hacia la democratización económica: la promoción de las exportaciones, sobre todo las de no tradicionales y el mejoramiento de la pequeña y mediana empresa. El eje de apoyo a estas últimas va en función de articularlas también a los mercados de exportación, ya sea en forma directa o indirecta o a través de las grandes empresas de comercio exterior, bajo renovadas formas de integración vertical. Como producto de una serie de estrategias para la comercialización de los productos agrícolas no tradicionales, el gobierno junto con las entidades extranjeras brinda incentivos fiscales (eliminación de impuestos tanto a la exportación como a la

importación de insumos), créditos blandos a sujetos con suficientes garantías bancarias. Los Tratados de Libre Comercio firmados y ratificados con el resto del mundo incluyeron a los productos no tradicionales y con ello aumentó el volumen y monto de las exportaciones teniendo un crecimiento sustancial, demostrando que son de beneficio para el comercio guatemalteco.

Este estudio se realizó para conocer si los exportadores agrícolas de productos no tradicionales gozan los beneficios que el gobierno de Guatemala les concede, la generación de empleo directo e indirecto que brindan a la región donde se realizó el estudio científico y conocer que productos no tradicionales podemos encontrar en esta parte del país y su comercio hacia el exterior.

No se encontró limitante alguna para poder llevar a cabo este estudio, debido a que existen varias empresas exportadoras agrícolas de productos no tradicionales que pueden proporcionar la información necesaria, se cuenta con los recursos financieros y el tiempo del investigador para poder llevarlo a cabo.

Se observa que es de suma importancia conocer si los exportadores agrícolas de productos no tradicionales son de beneficio para el comercio guatemalteco, pese a la situación socio económica que está pasando el país, los cambios climáticos, las plagas que atacan y arrasan a los cultivos, las barreras arancelarias y no arancelarias y los altos costos que cuesta llegar a la calidad de producto que los clientes del extranjero exigen.

## 1.2 Pregunta de investigación

¿Tienen beneficios las exportaciones de productos no tradicionales para el comercio agrícola guatemalteco?

## 1.3 Objetivos de la investigación

### 1.3.1 Objetivo general

- Analizar los beneficios que el comercio agrícola guatemalteco obtiene por las exportaciones de productos no tradicionales

### 1.3.2 Objetivos específicos

- Enumerar los beneficios que las exportaciones de productos no tradicionales le brindan a el comercio agrícola guatemalteco
- Exponer las estrategias que las empresas agrícolas de productos no tradicionales utilizan para sus exportaciones
- Identificar si las empresas agrícolas guatemaltecas han utilizado las herramientas necesarias para obtener beneficios en la exportación de productos no tradicionales
- Clasificar los beneficios según la importancia en las exportaciones agrícolas de productos no tradicionales

### 1.4 Definición del tipo de investigación

#### 1.4.1 Investigación descriptiva

La investigación que se realizó es de tipo descriptiva, debido a que el estudio pretendió analizar las características que las empresas agrícolas exportadoras de productos no tradicionales utilizan para beneficiar al comercio guatemalteco. Por tal razón, el planteamiento de los objetivos basta, no siendo necesario a causa de ello, la definición de variables dependientes e independientes, ni el emplazamiento de una hipótesis.

### 1.5 Sujeto de la investigación

Puestos operativos, jefes, gerentes o encargados de los departamentos del área contable y exportaciones de las empresas dedicadas a las exportaciones agrícolas de productos no tradicionales.

### 1.6 Alcance de la investigación

#### 1.6.1 Temporal

La investigación se realizó en un período comprendido de tres meses del 10 de julio al 23 de octubre 2019.

## 1.6.2 Geográfico

La investigación se realizó a las empresas dedicadas a la exportación de productos agrícolas no tradicionales ubicadas en los departamentos de Sacatepéquez, Guatemala y Chimaltenango.

## 1.7 Definición de la muestra

### 1.7.1 Empleo de muestra finita

Se utilizó la muestra finita debido a que el número de empresas dedicadas a la exportación de productos agrícolas no tradicionales es de 114 elementos

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{e^2 (N-1) + z^2 * p * q}$$

En donde los datos son los siguientes:

Nivel de confianza = 95% correspondiente a un valor  $Z= 1.96$

$p= 50%$  (probabilidad a favor)

$q= 50%$  (probabilidad en contra)

$e= 0.05$  (error aceptado)

### Calculo

$$n = \frac{114 * 3.8416 * 0.5 * 0.5}{0.0025 (113) + 3.8416 * 0.5 * 0.5} =$$

$$n = \frac{109.4856}{0.2825 + 0.9604} = \frac{109.4856}{1.2429}$$

$$n = 88$$

El universo es de 114 y la muestra de 88 elementos.

## 1.8 Definir instrumentos de investigación

La herramienta utilizada fue la encuesta por medio de cuestionario. Este instrumento, dio las facilidades de contar con preguntas previamente diseñadas de manera específica y confiable



dentro de un entorno de aspectos encaminados al comercio agrícola de productos no tradicionales, el cual consta de 15 preguntas con tipo de respuestas de selección múltiple, dicotómicas y de escala de Likert.

### 1.9 Recolección de datos

Para la realización de la recolección de datos se realizaron distintas llamadas a las empresas dedicadas al comercio agrícola de productos no tradicionales, solicitando los permisos respectivos para poder enviarles por vía electrónica el cuestionario tanto a los empleados operativos como a los jefes, administradores o encargados del departamento contable. Una vez enviado el cuestionario se procedió a verificar que lo hubiesen recibido y se dio seguimiento para que lo completaran en un tiempo prudencial.

### 1.10 Procesamiento y análisis de datos

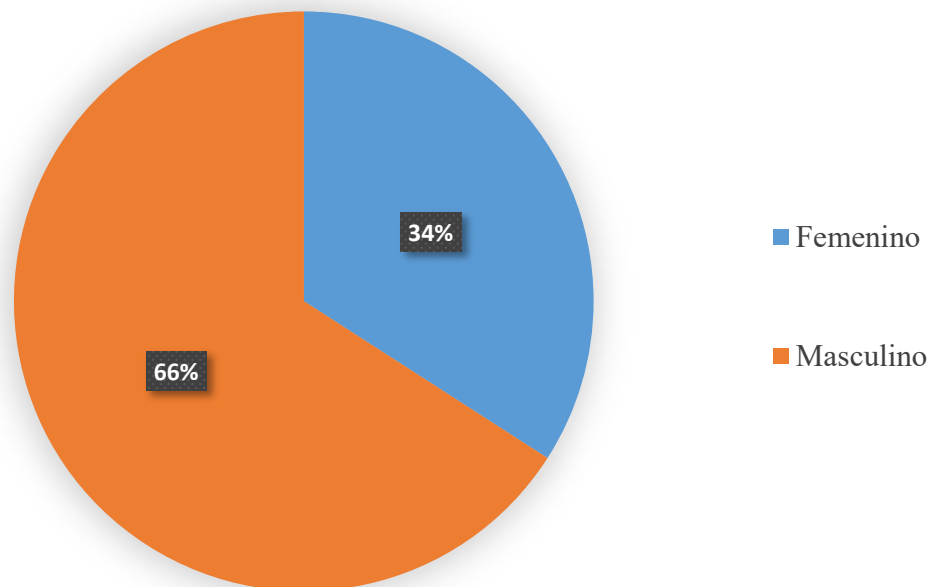
Después de aplicar las técnicas antes mencionadas de recolección, se recopiló la información necesaria del problema objeto de estudio para formular los hallazgos. Los datos obtenidos fueron ordenados, clasificados, tabulados en Excel y se prepararon gráficas de pie para su representación.

## Capítulo 2 Resultados

### 2.1 Presentaciones de Resultados

Encuesta a empresas relacionadas al tema

**Gráfica No. 1**  
**Género**

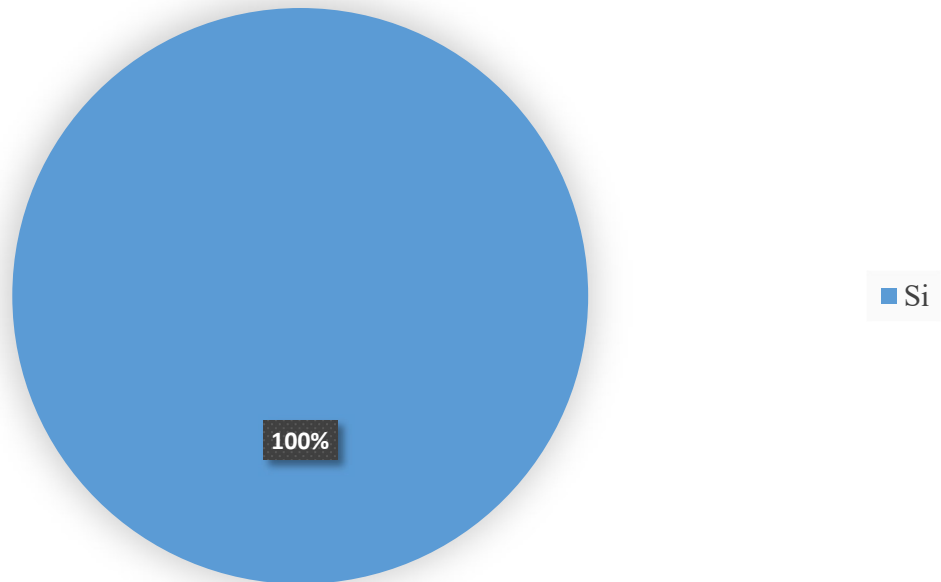


Fuente: Martínez Escobar, 2019

El 66% de las personas que formaron parte del sujeto de investigación de este estudio científico, destacó que son masculino y el 34% femenino.

## Gráfica No. 2

**¿Es usted exportador agrícola de productos no tradicionales?**

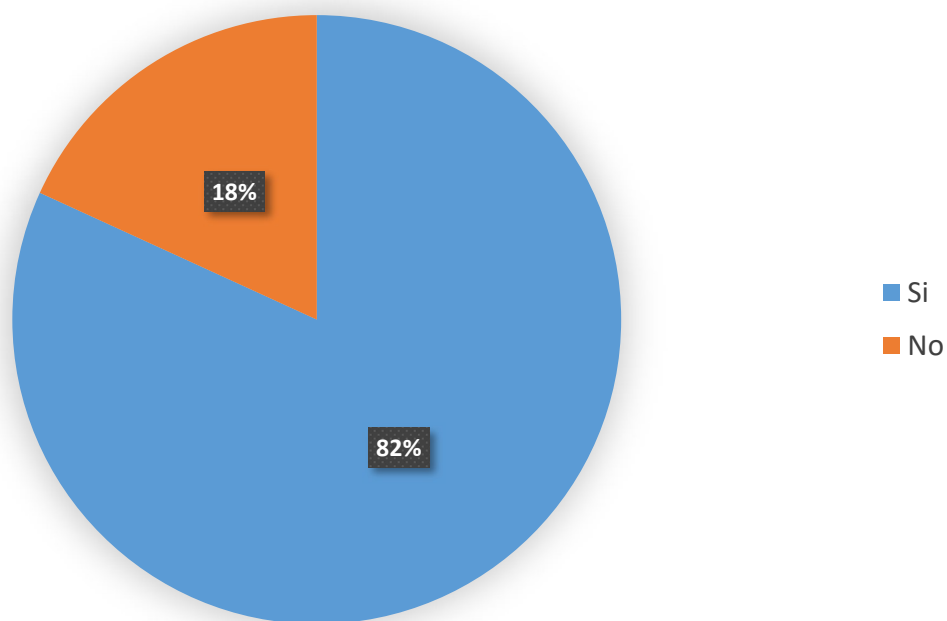


Fuente: Martínez Escobar, 2019

Los sujetos de investigación de este estudio científico respondieron en un 100% que eran exportadores agrícolas de productos no tradicionales.

**Gráfica No. 3**

**¿Tienen beneficios las exportaciones de productos no tradicionales para el comercio agrícola guatemalteco?**

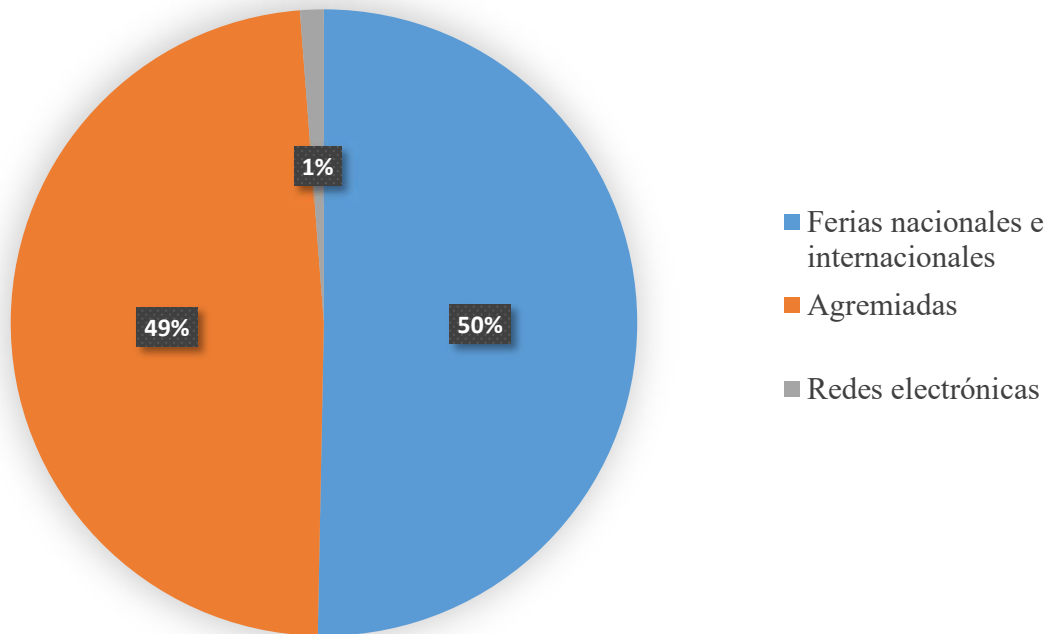


Fuente: Martínez Escobar, 2019

En esta interrogante un 82% respondió afirmativamente y un 18% negativamente.

**Gráfica No. 4**

**¿Qué estrategias utiliza en su empresa para promocionar los productos no tradicionales para su exportación?**

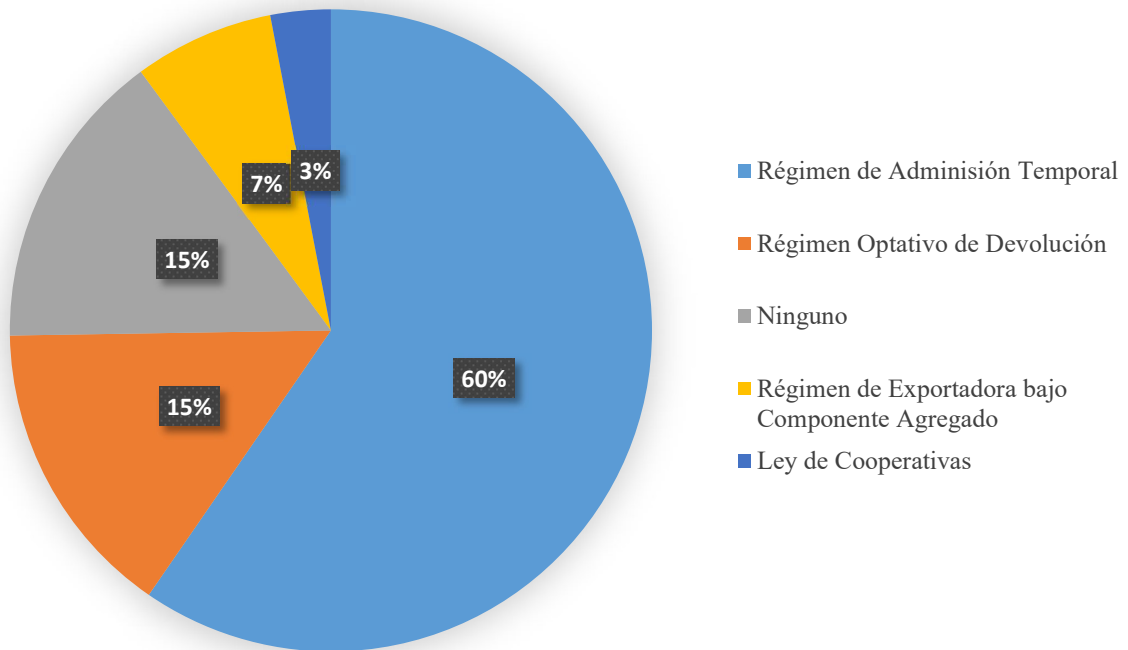


Fuente: Martínez Escobar, 2019

El sujeto de investigación respondió en esta pregunta en un 50% que promociona su empresa en ferias nacionales e internacionales, un 49% se agremian a cámaras o gremiales para estar en constante información sobre noticias que pueden generar con respecto a sus productos. También, en un 1% están en redes sociales que es lo que está desplazando a otros métodos de publicidad por su bajo costo y pronta respuesta.

### Gráfica No. 5

**¿Su empresa ha utilizado las herramientas necesarias para obtener beneficios en la exportación?**

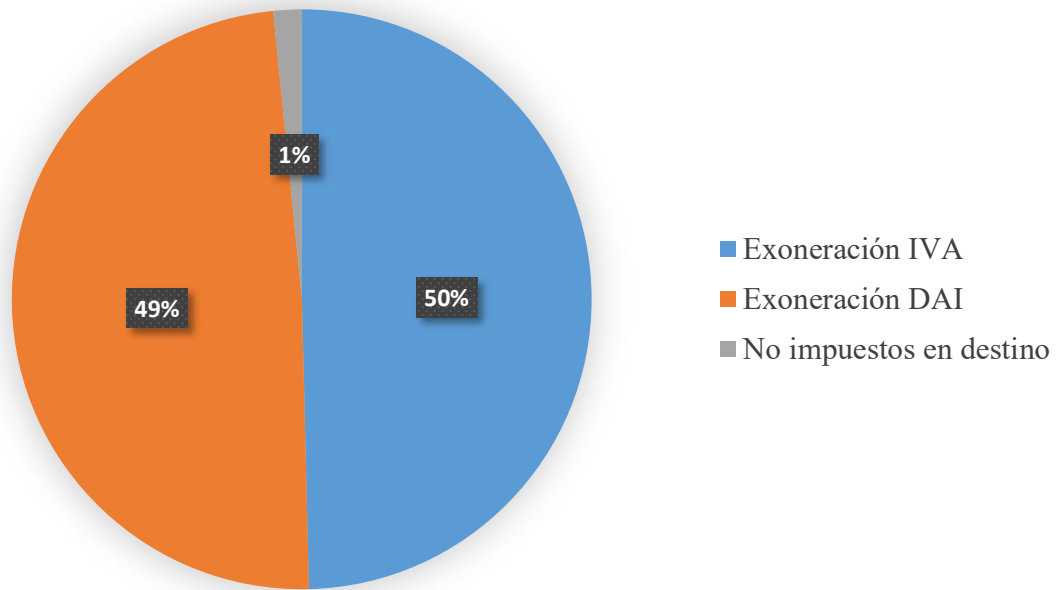


Fuente: Martínez Escobar, 2019

Considerando las respuestas del sujeto de investigación de la pregunta anterior, han aprovechado los beneficios que el gobierno guatemalteco brinda para que puedan obtener inversiones positivas y generar empleo directo e indirecto en el país. Son pocas las empresas que no se han asesorado para obtener un mejor aprovechamiento.

### Gráfica No. 6

#### Mencione tres beneficios que su empresa obtiene según su clasificación de aprovechamiento

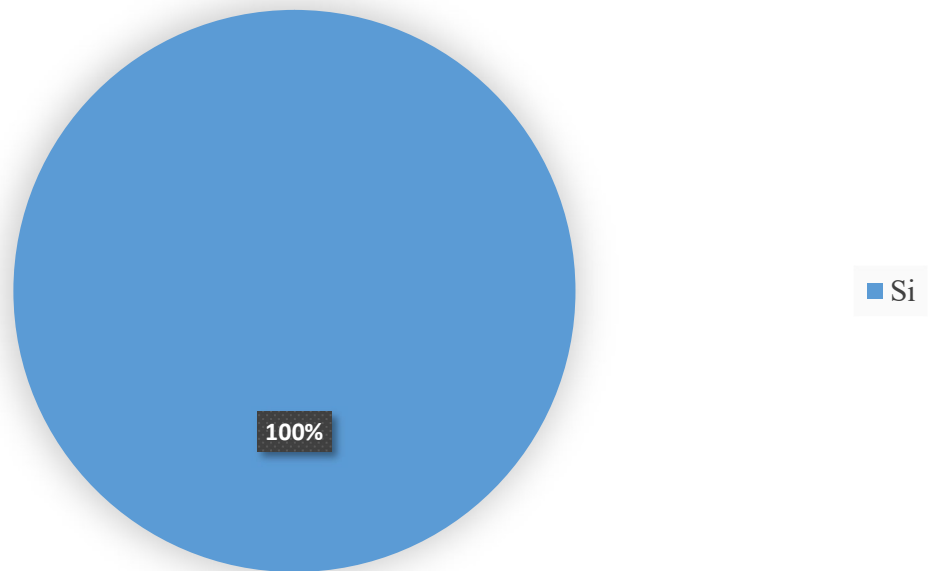


Fuente: Martínez Escobar, 2019

En base a la pregunta anterior los sujetos de investigación enumeran la exoneración de derechos arancelarios a la importación para el material de empaque o materia prima que utilizan para el proceso productivo. También la exoneración del impuesto al valor agregado en sus compras nacionales e internacionales y a la exoneración de impuestos que su cliente en destino tiene por los convenios y tratados que existen entre Guatemala y algunos países.

### Gráfica No. 7

**¿Conoce los requisitos para exportar productos agrícolas no tradicionales?**

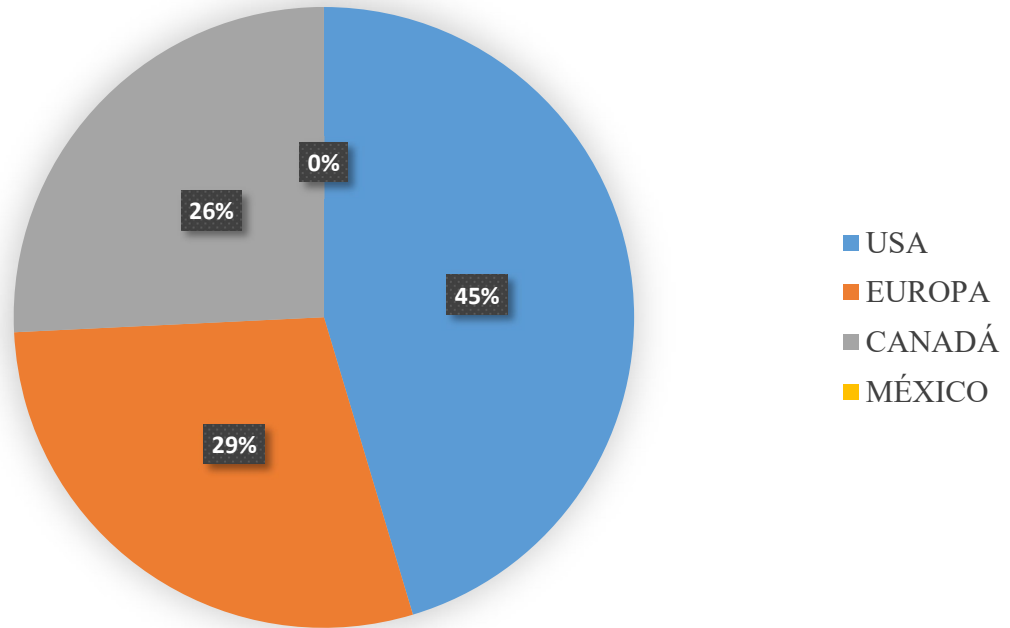


Fuente: Martínez Escobar, 2019

En esta pregunta el sujeto de investigación indicó en un 100% tenía conocimiento de los requisitos para exportar, puesto que era necesario para comercializar sus productos.



**Gráfica No. 8**  
**¿A qué país exporta sus productos?**

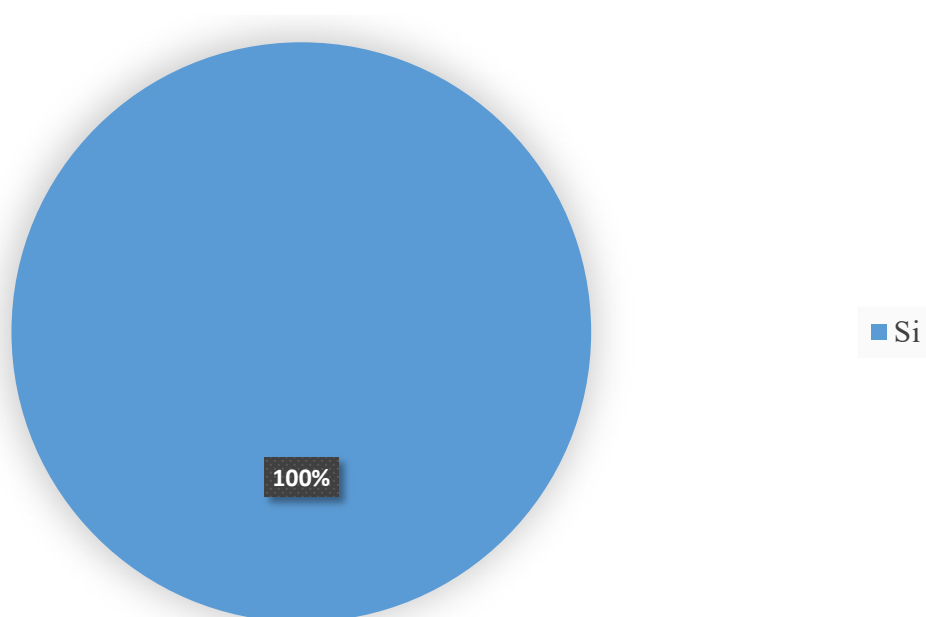


Fuente: Martínez Escobar, 2019

El sujeto de investigación nos mencionó que la cercanía que tenemos con el Triángulo Norte es por lo que exportan en gran volumen. Pero no dejaron de mencionar que se están abriendo un mercado paso a paso en Europa y está creciendo cada día aprovechando los acuerdos con este bloque.

### Gráfica No. 9

**¿Considera que en Guatemala existen barreras arancelarias y no arancelarias para la exportación de productos agrícolas no tradicionales?**

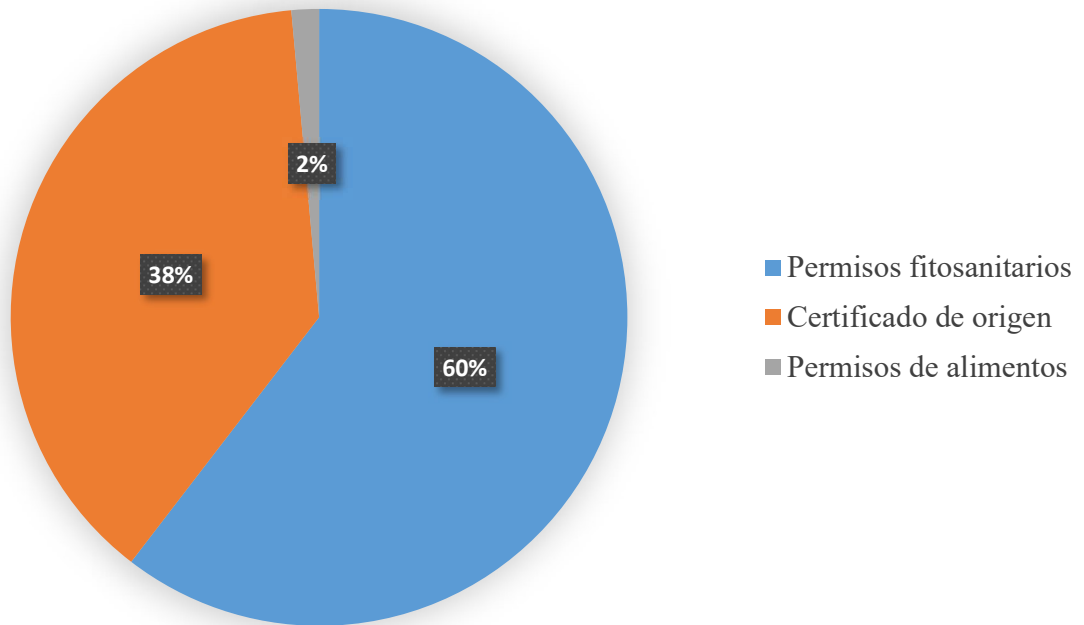


Fuente: Martínez Escobar, 2019

En esta interrogante el sujeto de investigación el 100% respondió que existen barreras arancelarias y no arancelarias en el comercio guatemalteco.

### Gráfica No. 10

#### ¿Señale alguna barrera arancelaria o no arancelaria?

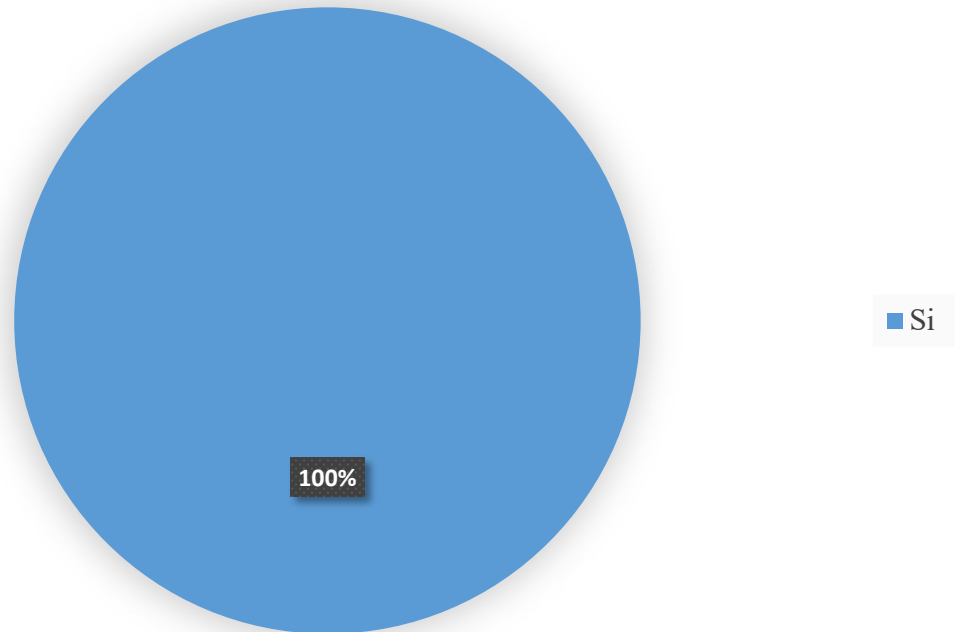


Fuente: Martínez Escobar, 2019

El 60% de los sujetos de investigación respondieron que los permisos fitosanitarios son las barreras principales en el comercio, mientras que un 38% piensa que los certificados de origen y un 2% los permisos de alimentos.

### Gráfica No. 11

**¿Tiene conocimiento si los productos agrícolas no tradicionales de Guatemala tienen demanda en el resto del mundo?**

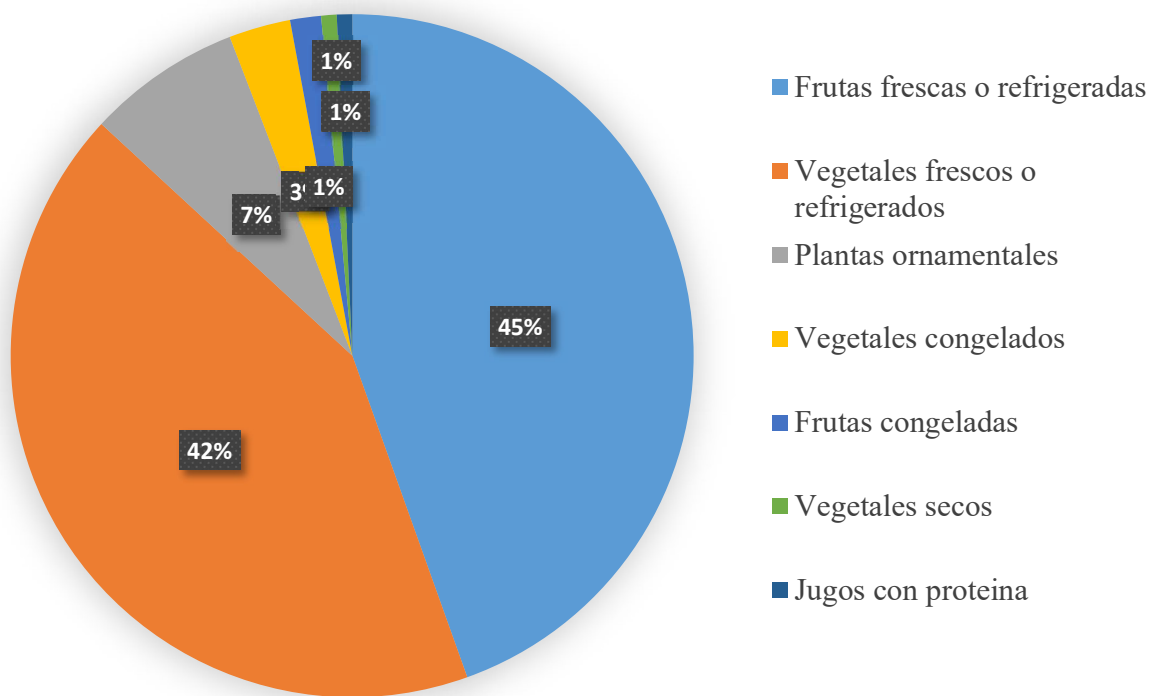


Fuente: Martínez Escobar, 2019

El 100% de los sujetos de investigación afirman que poseen conocimientos de la demanda de productos agrícolas no tradicionales en el resto del mundo.

**Gráfica No. 12**

**¿Qué productos no tradicionales produce su empresa?**

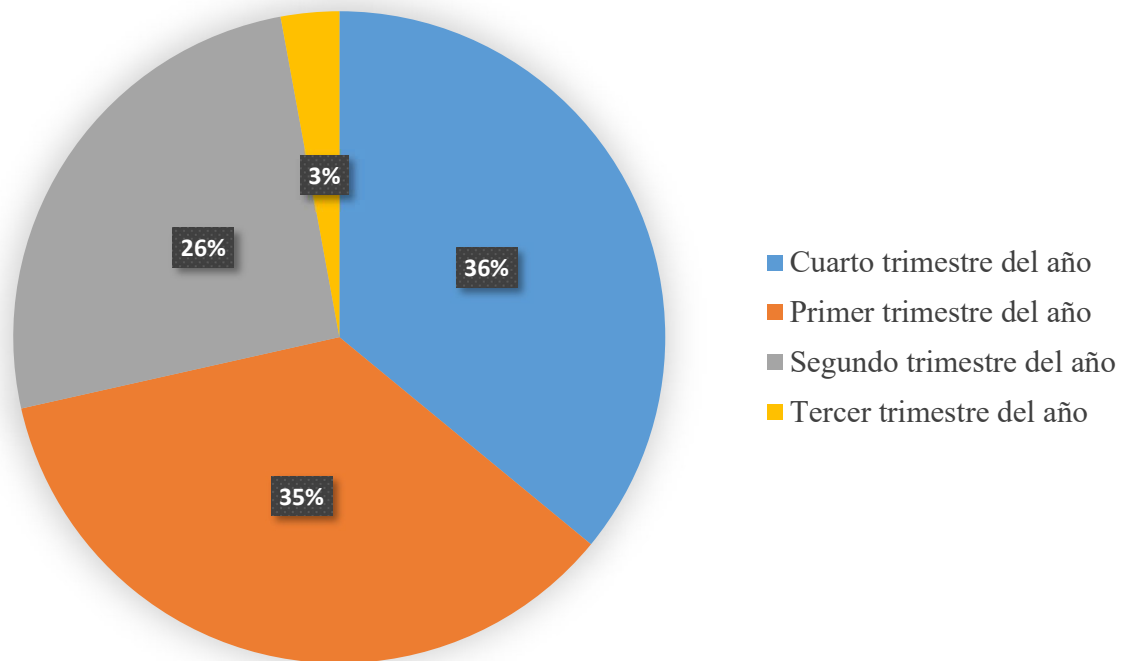


Fuente: Martínez Escobar, 2019

A continuación, los sujetos dieron a conocer los productos que tienen mayor número de exportaciones. En un 45% las frutas frescas y refrigeradas, 42% indican que los vegetales frescos o refrigerados y un 7% las plantas ornamentales. Teniendo a los vegetales congelados, frutas congeladas, vegetales secos y jugos con proteína en menor porcentaje.

### Gráfica No. 13

**¿En qué época del año tienen mayor demanda sus productos?**

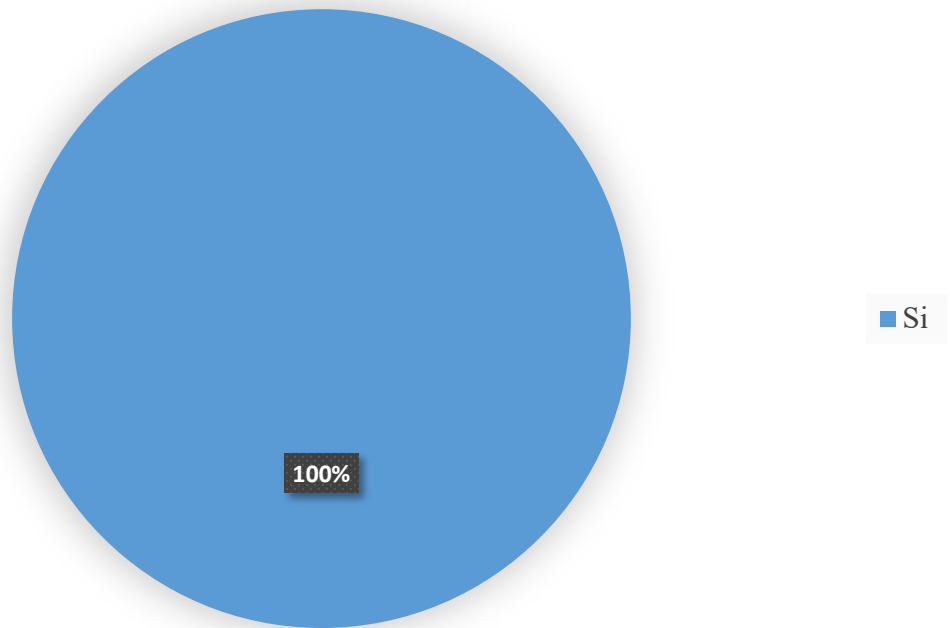


Fuente: Martínez Escobar, 2019

Al preguntarle al sujeto de investigación la temporada en que sus productos tenían mayor demanda, manifestaron que el primer, cuarto y segundo trimestre del año. Siendo el segundo trimestre un porcentaje bastante menor.

### Gráfica No. 14

**¿Su cliente le indica normas de calidad para poder recibir su producto?**

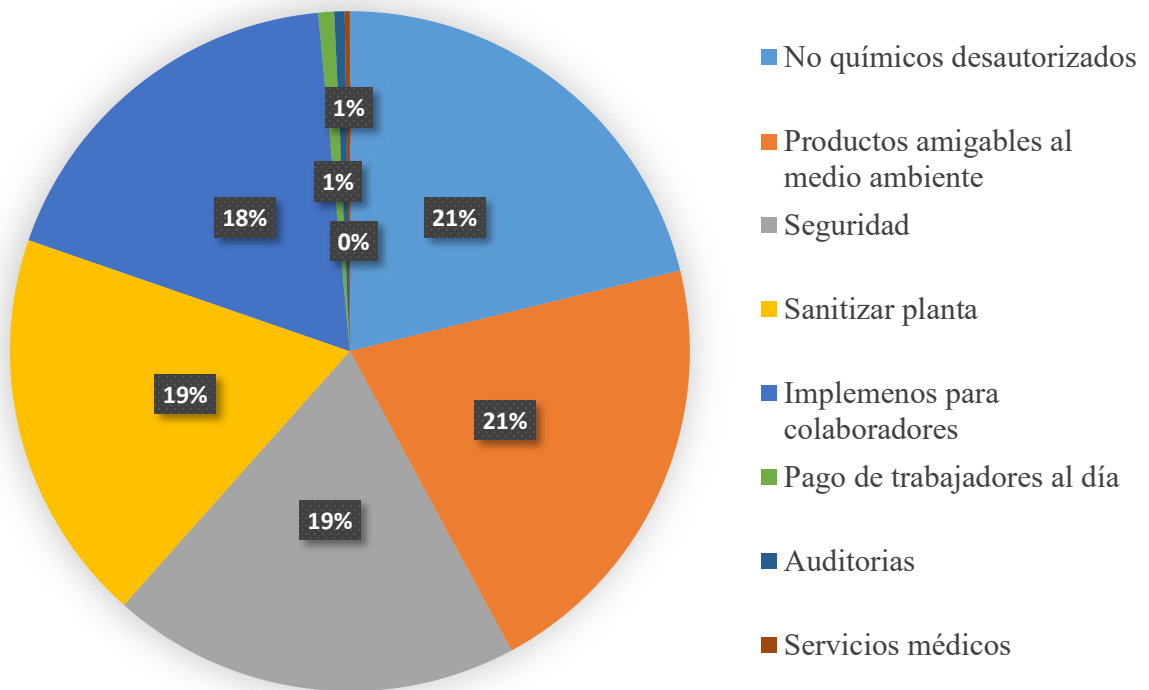


Fuente: Martínez Escobar, 2019

Una situación más que manifiesta el sujeto de investigación es que el cliente le exige procesos para que se pueda llevar a cabo la negociación, si no se cumple el producto puede ser devuelto al origen y generar pérdidas y cancelación de contratos.

**Gráfica No. 15**

**¿Qué normas de calidad utiliza en sus productos de exportación?**



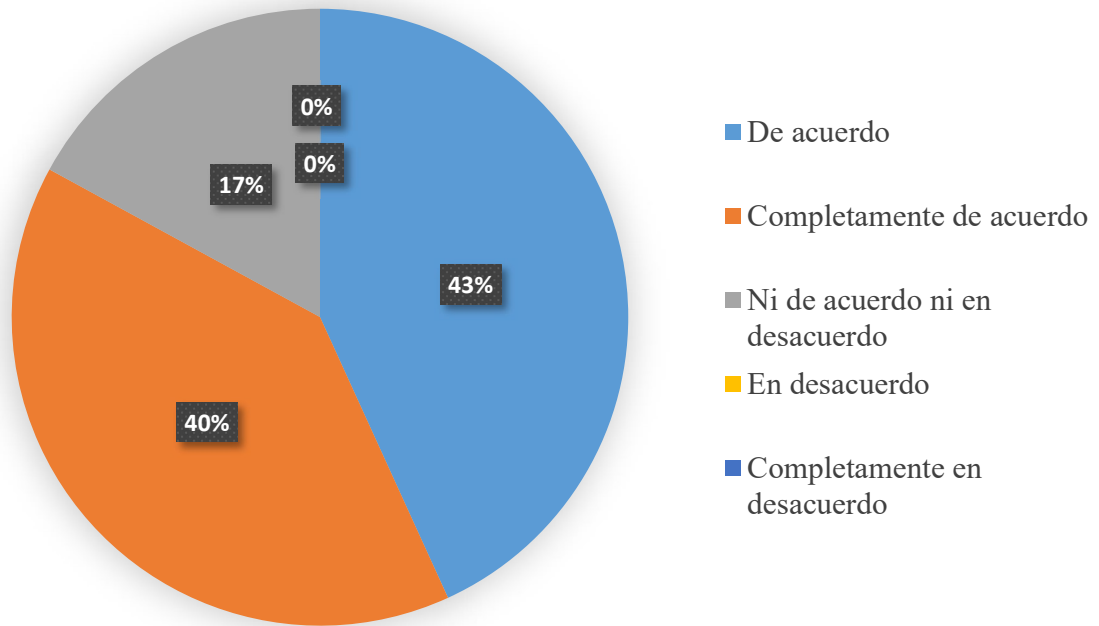
Fuente: Martínez Escobar, 2019

Es notable que para poder realizar negociaciones internacionales deben de establecer procesos de mucha inversión y llevarlos a cabo de tal manera se tiene que ver reflejado en los productos que reciben en destino, según nos lo manifiesta el sujeto de investigación de la presente investigación científica.



**Gráfica No. 16**

**¿El transporte intermodal se adecua a las necesidades para que su producto llegue en buenas condiciones a su destino?**



Fuente: Martínez Escobar, 2019

El presente estudio, devela el sentir del sujeto ante la calidad del transporte que llevará su producto al cliente final. De la muestra se percibe dos opiniones, que están completamente de acuerdo con la manipulación y satisfechos.

## Capítulo 3

### Discusión

#### 3.1 Extrapolación

Para llevar a cabo el estudio se pretende conocer si los participantes en llenar la encuesta son exportadores agrícolas de productos no tradicionales, y efectivamente el 100% de la población encuestada es exportador.

Según Valcárcel (2003) define las exportaciones no tradiciones como sigue:

Las exportaciones no tradicionales movilizan pequeños y variados volúmenes de producción y exportación por tratarse de mercados en desarrollo; por lo general son productos de especialidad y rara vez de “commodities”; se desenvuelven dentro de mercados muy competitivos bajo condiciones de venta inciertas. Algunos autores relativizan esta definición y consideran que los no tradicionales no eluden a productos específicos con validez universal ni necesariamente a nuevos productos, pueden contemplar productos frescos y procesados que ya se fabrican en el país pero que, en el contexto actual, siguen los criterios de calidad en la selección, empaque, etc. Que demanda el mercado internacional. (p.71)

El segundo hallazgo encontrado se relaciona con la pregunta que se hace a los exportadores si conocen que existen beneficios en las exportaciones de productos no tradicionales para el comercio agrícola guatemalteco, donde el 82% considera que sí, sin embargo, el 18% no.

Los productos agrícolas no tradicionales en Guatemala se encuentran al alza por su demanda en el extranjero y eso beneficia como país generando empleos directos e indirectos, brindando a las familias guatemaltecas ingresos para poder tener una economía familiar estable.

La Asociación de Investigación y Estudios Sociales (ASIÉS) (2012) indica:

El crecimiento de la participación de los productos no tradicionales en las exportaciones, puede deberse a la apertura comercial reciente, el aumento de la demanda en el mercado mundial, la disminución de aranceles en países importadores y la mejora de la capacidad

del país para satisfacer parte de esa demanda. En tal sentido, el aumento de la tasa de alfabetismo pudo incidir en que se contara con trabajadores más calificados en la producción de bienes no tradicionales, de mejor calidad para ser exportados.

Asimismo, pudo deberse a las políticas públicas implementadas para diversificar los mercados y productos, como la Ley Fomento de la Actividad Exportadora y de Maquila (Decreto No. 29-89) y la Ley de Zonas Francas (Decreto No. 65-89), para fomentar la inversión interna y extranjera, especialmente en el caso de productos de vestuario y textil.

(p.5)

El tercer hallazgo donde se preguntó las estrategias utilizadas para promocionar los productos no tradicionales para su exportación, el 50% de los encuestados participan en ferias nacionales e internaciones, el 49% se agremian a las diferentes cámaras y gremiales del país y un 1% utiliza las redes electrónicas, con estas estrategias las negociaciones de sus productos reciben una mejor respuesta.

Las estrategias utilizadas para la promoción del sector agrícola de productos no tradicionales se basan en las aperturas de mercado que las gremiales o cámaras brindan a sus agremiados en los diferentes eventos nacionales e internacionales, para dar a conocer sus productos.

Ballesteros (2005) menciona que:

Se entiende por promoción comercial el conjunto de técnicas utilizadas a fin de incrementar a corto plazo las ventas de un producto. Se trata de mecanismos de venta, no rutinarios, utilizados por la empresa con objeto de estimular la compra del consumidor e incrementar la eficacia de determinados distribuidores. (p.64)

Álvarez (2018) indica lo siguiente:

La Unidad de Market Promotion ha alineado su estrategia para el 2019 a los Best Markets, para brindar oportunidades de promoción comercial más efectivas para nuestros asociados.

Por ello el plan 2019 se enfoca en realizar 9 pabellones internacionales “Beyond Expectations” y 7 ferias y lanzamientos nacionales de ferias locales con componente de compradores internacionales, para los sectores exportadores: madera y muebles, agrícola, manufacturas, acuicultura y servicios. (Parr. 14)

En el cuarto hallazgo se hizo la pregunta si los exportadores agrícolas utilizan las herramientas necesarias para obtener beneficios, el 60% se ha visto beneficiado por el Régimen de Admisión Temporal, el 15% utilizan Régimen Optativo de Devolución y ningún beneficio, el 7% se encuentra bajo el Régimen de Exportador bajo Componente Agregado y un 3% están inscritos como cooperativas.

Según Nouel (2006), menciona que:

En relación a estos sistemas de incentivos y subsidios creados por los países en vías de desarrollo, podemos añadir que su ejecución real ha dependido, como es obvio, de las posibilidades presupuestarias de los respectivos gobiernos, las cuales, en ningún caso, son comparables con los enormes recursos financieros de que disponen los países desarrollados. (p.114)

En el quinto hallazgo se mencionaron tres beneficios y las empresas clasificaron según su aprovechamiento, el 50% calificó la exoneración del impuesto al valor agregado como uno de los beneficios aprovechables, el 49% exoneración al derecho arancelario de importación y el 1% calificaron de beneficioso que el cliente no pague impuestos en destino para que puedan adquirir mayor cantidad de productos.

Los exportadores agrícolas utilizan los incentivos fiscales que les otorga las diferentes leyes que Guatemala tiene vigentes, Reynolds (2012) afirma que: “La principal estrategia de competitividad de este país desde la década de los 60 ha sido crear zonas francas y otorgar moratorias fiscales o exenciones para diversos sectores productivos”. (Parr.1)

Los incentivos fiscales que el Gobierno de Guatemala concede a los exportadores agrícolas, lo conceden para atraer la inversión.

En (2018), Naciones Unidas sostiene

No es extraño que los Gobiernos prefieran muchas veces los incentivos tributarios a otros tipos de medidas. Es mucho más fácil proporcionar beneficios fiscales que corregir las deficiencias del sistema jurídico o mejorar notablemente el sistema de comunicaciones de un país. Además, para otorgar los incentivos tributarios no es necesario utilizar fondos públicos, como sí ocurre con otras alternativas, por ejemplo, las subvenciones o los subsidios en efectivo para los inversores. Aunque los incentivos tributarios y las subvenciones en efectivo pueden tener un costo económico similar para los Gobiernos, por razones políticas y de otra índole, es más sencillo proporcionar beneficios fiscales que fondos a los inversores.

La nueva inversión extranjera directa puede aportar considerables beneficios, algunos de los cuales no son fáciles de cuantificar. Todo programa de incentivos tributarios bien orientado puede servir para atraer proyectos específicos o tipos determinados de inversores a un costo razonable específicos o tipos determinados de inversores a un costo razonable teniendo en cuenta los beneficios percibidos. Los tipos de beneficios que conceden los incentivos tributarios para la inversión extranjera son los que se suelen asociar con la inversión extranjera directa, entre ellos, el aumento de la capital, la transferencia de conocimientos y tecnología, el crecimiento del empleo y la prestación de asistencia para mejorar las condiciones en zonas menos desarrolladas.

La inversión extranjera directa puede tener importantes efectos indirectos. Por ejemplo, la elección del lugar donde instalar una fábrica grande no solo generará un aumento de la inversión y el empleo en esa fábrica, sino también en las empresas que suministran y distribuyen los productos fabricados allí. El crecimiento económico hará que se

incremente el poder adquisitivo de los residentes del país y eso a su vez, impulsará la demanda de nuevos bienes y servicios. (pp. 15, 16)

En un 100% los exportadores agrícolas de productos no tradicionales dieron a conocer que conocían los requisitos para exportar.

Los procedimientos para exportar son esenciales en los procesos de los exportadores, al realizar sus envíos al extranjero y cumplir con sus contratos de ventas.

El Viceministro de Integración y Comercio Exterior de Guatemala (2015), afirma la operación de Ventanilla Única para las Exportaciones para los empresarios:

Brinda la Ventanilla Única para las Exportaciones (VUPE) para centralizar y coordinar las instituciones involucradas en trámites y procedimientos para exportación y así facilitar la comercialización externa de los productos guatemaltecos. (Parr. 1)

Además, ofrece herramientas de capacitación con el objetivo de impulsar el desarrollo de proyectos de exportación que contribuyan a mejorar la competitividad del país. (Parr. 2)

Los encuestados dieron a conocer que en un 45% sus exportaciones se dirigen a Estados Unidos de América, el 29% ha logrado abrir mercado en Europa, un 26% a pesar de la distancia envía sus productos a Canadá y un porcentaje muy bajo manda sus productos a México.

Según las opiniones de los exportadores encuestados, los países mayormente interesados en los productos guatemaltecos son Estados Unidos y Europa.

Gámez en la publicación sabores únicos hacen atractiva producción agrícola, menciona que Buitrón (2015) indica:

“Hemos visto en Europa y en Estados Unidos que además del sabor y la calidad buscan la historia, y la nuestra es fascinante y eso es un valor agregado.”

La producción agrícola de Guatemala es cada vez más demandada y el siguiente paso para los exportadores es aumentar sus capacidades para no privar al mundo de la experiencia de degustar una piña o tomate de este país. (p.18)

En nuestro país existen barreras arancelarias y no arancelarias al comercio exterior en el sector agrícola según indicaron los exportadores en un 100%.

Sierralta (2005) afirma que: “la dificultad de eliminarlas se debe a la ambigüedad de sus fundamentos, donde se mezclan la protección del mercado nacional con ciertos problemas legítimos (protección de los trabajadores o de la salud pública)”. (p.121)

Fuentes (2018) indica en su publicación:

El proteccionismo es la política económica que dificulta la entrada en un país de productos extranjeros que hacen competencia con los nacionales. Los impuestos a la importación (aranceles) y las barreras invisibles (no arancelarias) son los mecanismos tradicionales para restringir y limitar el ingreso a un país de mercancías extranjeras. (Parr. 1)

La justificación de la adopción de una política proteccionista es que los consumidores, por razones de precio o de falta de productos extranjeros alternativos en el mercado doméstico, forzosamente adquieran los bienes producidos por empresas nacionales, lo que, en teoría, garantiza la supervivencia de las mismas, así como de los puestos de trabajo que ellas proveen. (Parr. 2)

El “comprar nacional”, en el mundo globalizado actual, había venido perdiendo legitimidad y fuerza, porque, en muchos casos, aunque la propietaria de la marca sea una empresa nacional, el producto a la venta ha sido desarrollado y fabricado por trabajadores intelectuales y manuales de otros países. (Parr.3)

Por otro lado, si bien las barreras arancelarias y no arancelarias pueden aliviar temporalmente a los productores nacionales y conservar empleos, inexorablemente provocan que en el mediano y largo plazo dichos productores se vuelvan menos

competitivos en el mercado mundial, lo que reviste una grave amenaza para su permanencia. (Parr. 4)

No obstante, la desaceleración o la recesión conllevan, además de pérdida de puestos de trabajo, dificultades en la generación de empleo, por lo que, bajo estas condiciones económicas, es común que las organizaciones de trabajadores presionen a favor de la adopción de regímenes proteccionistas y, luego, propugnen por la restricción del libre comercio. (Parr. 5)

Los exportadores señalaron las barreras arancelarias y no arancelarias más frecuentes, el 60% concordó que la emisión del permiso fitosanitario era el mayormente dificultoso para realizar sus exportaciones, el 38% el certificado de origen, que es necesario para ingresar a Europa y que el cliente en destino en ese Continente no pague impuestos de importación y el 2% mencionó el permiso de alimentos que tiene un proceso complicado para su emisión en las entidades gubernamentales.

Ministerio de Economía (2016) emite un documento llamado Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF), en donde describen las preguntas más frecuentes relacionadas al tema, en el mismo podemos encontrar la respuesta a la pregunta de qué es un certificado sanitario o fitosanitario y dice así: “Es un documento que emite la autoridad sanitaria y fitosanitaria que certifica que el animal o planta en el momento de su exportación está libre de enfermedades y plagas. Es el único documento aceptado por la autoridad del país de destino o viceversa.” (p. 3)

Vides (2015) comenta que el Gerente de VUPE -OPA, Estuardo Arriaga afirma:

Diseñamos este módulo dentro de SEADDEX WEB de manera que la empresa pueda utilizar de una forma sencilla y muy cómoda, ya que el sistema obtiene los datos necesarios para el Certificado de Origen desde el DEPREX, con esto se evita doble digitación, así como reducción de tiempos y costos en la emisión del Certificado, ya que es gratuito y con la emisión en línea ya no es necesario que se dirija a las oficinas del Ministerio de Economía para obtener dicho Certificado. (Parr. 3)



El 100% de los exportadores nos confirmaron que los productos agrícolas no tradicionales de Guatemala tienen demanda en el resto del mundo.

De acuerdo con Vides (2015):

Uno de los subsectores con un crecimiento sostenido es el de frutas, el cual en este período alcanzó las ventas de por US118 millones, es decir, 34% más que el año anterior.

En tanto que, legumbres y hortalizas tuvieron un incremento del 6% al US86 millones logrando un alto impacto social y económico en los pequeños y medianos productores del Altiplano del país. (Parr. 5)

Los productos agrícolas no tradicionales han sido aceptados en el mercado internacional, entre ellos podemos mencionar que las frutas frescas o refrigeradas tienen un 45%, vegetales frescos o refrigerados 42%, plantas ornamentales 7%, vegetales congelados 3%, frutas congeladas 1%, vegetales secos 1% y jugos con proteína como una innovación en el sector un 1%.

Reyes (2015) comenta que:

...El país actualmente exporta frutas: mango berries, melón sandía, piña, aguacate, limón y rambután. Vegetales: arveja china, arveja dulce, arveja de grano, ejote francés, minivegetales, haba, tomate, chile, vegetales orientales. Ornamentales: hoja de cuero, pony, dracaenas, rosas, xate, treeferm, tillandsias, sanseveria y schefflera. Productos diferenciados: café, cardamomo, cacao y miel... (Parr. 3)

Vides (2015) indica, “En el caso del Sector agrícola y Pesca los productos con más demanda fueron las plantas ornamentales, tomate, frutas, pimienta y productos agrícolas para uso médico y cosmético, en total el Sector cerrará con un crecimiento de 10.8% ...” (Parr. 7)

Indican los exportadores de productos no tradicionales que en todo el año han aprendido a dar movimiento a sus productos, aunque existen temporadas con mayor afluencia en las exportaciones se menciona que el cuarto trimestre del año demuestra un 36%, primer trimestre 35%, segundo trimestre 26% y el cuarto trimestre el 3%. El país cuenta con sectores de los

cuales han aprendido y aprovechado la tierra para que generen producción a lo largo de los doce meses.

Gámez (2015) en la publicación sabores únicos hacen atractiva producción agrícola comenta que: el jefe del Departamento de Comercio y Mercadeo, del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA), Ortiz afirma que: “Tenemos 14 zonas de vida, en cada una generamos una producción agrícola diversa... los suelos y el clima influyen en el sabor y calidad que no se encuentra en otra parte del mundo”. (p.18)

En un 100% los sujetos encuestados mencionan que sus clientes en el extranjero les indican las normas de calidad que deben trabajar para que puedan recibir sus productos, de lo contrario serían rechazados por las autoridades de Agricultura de los diferentes países.

Valle (2019) analista de la Unidad de Inteligencia de Mercado de Agexport aconsejó:

“... El cumplir, con suficiente tiempo, con las normas y regulaciones desde antes de exportar, le evitará inconvenientes en aduanas como detenciones y rechazo que pueden convertirse en destrucción del producto o en retorno del mismos causando pérdidas monetarias y un historial negativo a las empresas fabricantes exportadoras ante la FDA.”

(Parr. 4)

El mercado internacional es altamente exigente en cuanto a la calidad e inocuidad de los productos agrícolas, entre los procesos y requerimiento que los exportadores afirmaron eran los solicitados con mayor frecuencia por sus clientes fueron: no químicos desautorizados 21%, productos amigables al medio ambiente 21%, seguridad 19%, sanitizar las plantas de producción 19%, implementos adecuados para colaboradores 18%, pago de trabajadores al día, auditorías a plantas de producción en sus procesos e inventarios 1% y servicios médicos fue el porcentaje menor, pero lo mencionaron porque lo solicitan los clientes.

En 2001 los consultores Mendoza y Samayoa del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA sostienen:

El aseguramiento de la calidad e inocuidad del producto empieza en el campo donde se llevan a cabo buenas prácticas agronómicas, donde se pone énfasis en la utilización de pesticidas que no dañen el medio ambiente ni la salud de los consumidores, estos son aprobados por EPA. En las empacadoras se implementa el método de detección de puntos críticos de control (HACCP). Para el empaque y acondicionamiento para su exportación. Todo este proceso está supervisado por PIPAA el cual lo certifica. La calidad se basa en estándares internacionales requeridos por los importadores. (p. 31)

El transporte intermodal se adecua a las necesidades de los exportadores para que su producto llegue en buenas condiciones a su destino, a lo que el 43% de encuestados respondieron que estaban de acuerdo, 40% completamente de acuerdo, 17% ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo y completamente en desacuerdo fue el porcentaje muy bajo pero a pesar de las tarifas y el tiempo que pueda llevar lo utilizan para enviar sus productos contenerizados viaje en diferentes medios de transporte antes de llegar a su destino final, con ello ahorran costo y tiempo. ConnectAmericas (2014) en su publicación ¿cuál es mi transporte ideal para mi producto?, afirma:

Para que una mercadería de exportación llegue en condiciones y a un precio razonable a las manos de los consumidores es necesario que el productor elija un método de transporte adecuado. Ello requiere considerar varios factores, tales como las características del producto, los tiempos, la ubicación geográfica y los costos. (Parr. 1)

### 3.2 Hallazgos y Análisis General

Los encuestados confirman que las exportaciones de productos no tradicionales tienen beneficios para el comercio agrícola guatemalteco, éstos pueden ser económicos y la generación de puestos de trabajos directos e indirectos para el país.

Se exporta a varios países, aunque los principales socioeconómicos son Estados Unidos de América, Europa y Canadá entre otros. Los principales productos que tienen más demanda en el

mercado extranjeros son las frutas frescas o refrigeradas, vegetales frescos o refrigerados y plantas ornamentales.

Existen medidas arancelarias y no arancelarias que se dan por la burocracia en los requisitos para exportar, que revelan las deficiencias que existen en los procesos que el gobierno pone en práctica en las diferentes aduanas del país, desalentando a los exportadores en su afán de realizar negocios en el extranjero.

Las exigencias por la calidad e inocuidad que los países extranjeros demandan para dejar ingresar los productos agrícolas tienen un costo muy elevado y con muchos requisitos para los empresarios guatemaltecos. Debido a que si no cumplen con los requerimientos no pueden realizar comercio a nivel internacional, se ven comprometidos a cumplirlas tal como lo solicita el cliente.

El transporte intermodal es altamente utilizado entre los exportadores para bajar sus costos y entregar sus productos en condiciones óptimas.

### 3.3 Conclusiones

1. Se realizó la investigación y se determinó que efectivamente se tienen beneficios para el comercio agrícola guatemalteco por las exportaciones de productos no tradicionales, ya que los mismos son necesarios para que los empresarios puedan competir en el mercado extranjero, aprovechando las exenciones de algunos impuestos que el gobierno les brinda.
2. Los beneficios que los exportadores mencionaron fueron exoneración de Derechos Arancelarios a la Importación (DAI), Exoneración del Impuesto al Valor Agregado (IVA), devolución de crédito fiscal, entre otros.
3. Las estrategias que implementan las empresas agrícolas para cumplir con las solicitudes de sus clientes son la calidad e inocuidad en sus plantas productivas, cumplir con las auditorías que mandan a realizar los clientes cada cierto tiempo para confirmar los procesos. Aprovechar las diferentes modalidades de tránsito en el país y utilizar el transporte intermodal para realizar sus envíos al extranjero con ello ahorrarse costos, tiempo y que el producto llegue en óptimas condiciones a su destino. También,

mencionan la promoción que elaboran para dar a conocer sus productos en el mercado internacional, haciendo presencia en ferias nacionales e internacionales, agremiándose a las diferentes cámaras o gremiales que dan asistencia a los exportadores, entre otras.

4. Debido a la alta difusión e información acerca de las herramientas que el gobierno ofrece a los empresarios agrícolas de productos no tradicionales, varios realizan las gestiones pertinentes para calificarse bajo los diferentes regímenes y obtener los beneficios necesarios ante las entidades gubernamentales respectivas. Se han aprobado varias modalidades de obtención de beneficios en los que se pueden mencionar los mayormente utilizados en los sujetos de investigación, la calificación bajo el Régimen de Admisión Temporal del Decreto 29-89 del Congreso de la República, Ley General de Cooperativas y Régimen Optativo de Devolución.
5. Todos los beneficios que los exportadores reciben de parte del gobierno son importantes, pero el que más destaca según la investigación es la exoneración del impuesto agregado (IVA) en las compras nacionales e internacionales, le sigue los derechos arancelarios a la importación (DAI), que son los que utiliza para poder comprar en el extranjero el material de empaque que necesita para cumplir con los requerimientos de su cliente.

## Referencias

- AGEXPORT (2015). *Sabores únicos hacen atractiva producción agrícola*. Data Export, 263, 18
- Ballesteros Román, A.J. (2005). *Comercio Exterior, Teoría y práctica*. España: F.G. Graf, S.L.
- Congreso de la República. (2012). Decreto 27-92. *Ley del Impuesto al Valor Agregado y sus reformas*. Publicado en Diario de Centroamérica, No. 2, del 05 de marzo de 2012. Guatemala.
- Congreso de la República. (2016). Decreto 29-89. *Ley de Fomento y Desarrollo de la Actividad Exportadora y de Maquila y su Reglamento y sus reformas*. Publicado en Diario de Centroamérica, del 30 de marzo de 2016. Guatemala.
- ConnectAmericas. (2019). *¿Cuál es el transporte ideal para mi producto?* Recuperado de <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFcu%C3%A1-es-el-transporte-ideal-para-mi-producto>
- Departamento de Investigaciones y Consultoría Económica. (2012). *El comercio exterior y el empleo agrícola en Guatemala*. La Asociación de Investigación y Estudios Sociales (ASIES), 5
- Fuentes, M. (2018, 06 de abril). *De vuelta al proteccionismo*. Recuperado de <https://elperiodico.com.gt/opinion/2018/06/04/de-vuelta-al-proteccionismo/>
- Gamarro, U. (2019, 02 de julio). *Comercio: Por estas razones el Departamento de Agricultura de EE. UU. podría rechazar un contenedor extranjero*. Recuperado de <https://www.prensalibre.com/economia/comercio-por-estas-razones-el-departamento-de-agricultura-de-ee-uu-podria-rechazar-un-contenedor/>

- ICEFI. (2017). *Incentivos Fiscales en Guatemala: ¿cómo transitar de privilegios a políticas efectivas de inversión y empleo?* Nota de Coyuntura 6-2017
- Linares, Luis., Prado, P., Zelaya, R. (2012). *El comercio exterior y el empleo agrícola en Guatemala*. Programa de Comercio y Empleo, Organización Internacional del Trabajo y Asociación de Investigación y Estudios Sociales (ASIES), 17
- Mendoza, E. & Samayoa, O. (2001). *La calidad e inocuidad de la oferta Agrícola exportable, estudio por país*. Guatemala: Amanuense Editorial.
- Ministerio de Economía de Guatemala. (2016). D-GC-07. *Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF)*, Recuperado de [https://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/msf\\_-\\_preguntas\\_frecuentes\\_2016-12-14.pdf](https://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/msf_-_preguntas_frecuentes_2016-12-14.pdf)
- Naciones Unidas. (2018). *Diseño y Evaluación de Incentivos Tributarios en Países Desarrollados*. Temas seleccionados y un estudio país, 15-16
- Nouel, E. (2006). *Nuevos temas de Derecho Internacional. Ensayos sobre los nuevos principios y conceptos que rigen las relaciones internacionales*. Venezuela: Editorial Arte.
- Reyes, S. (2015, 09 de junio). *Hagamos la diferencia no tradicionales*. Recuperado de <https://www.prensalibre.com/opinion/no-tradicionales/>
- Reynolds, L. (2012, 01 de agosto). *Exenciones fiscales: ¿La mejor estrategia de competitividad?* Recuperado de <https://www.plazapublica.com.gt/content/exenciones-fiscales-la-mejor-estrategia-de-competitividad>
- Sierralta Ríos, A. (2005). *Negociaciones Comerciales Internacionales, Textos y casos*. Perú: Ediciones Atenea EIRL.

Valcárcel Carnero, M. (2003). *Nuevas relaciones sociales entre los productores, la industria agroexportadora y las ONG en el sector agrario peruano. Estudio del sistema de producción de los espárragos entre 1990 y 2000.* (Tesis doctoral). Universidad Católica de Lovaina, Bélgica.

Valle, I. (2019, 03 de julio). *Alimentos: Nuevas reglas para exportar a EE. UU.*

Recuperado de [https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Alimentos\\_Nuevas\\_reglas\\_para\\_exportar\\_a\\_EEUU](https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Alimentos_Nuevas_reglas_para_exportar_a_EEUU)

Vides, A. (2018, 07 de diciembre). *Estrategia de AGEXPORT 2019 para la promoción de productos y servicios guatemaltecos en mercados claves.* Recuperado de <https://agexporthoy.export.com.gt/tendencias-y-negocios/estrategia-de-agexport-2019-para-la-promocion-de-productos-y-servicios-guatemaltecos-en-mercados-claves/>

Vides, A. (2017, 02 de enero). *El 2017 tendrá que ser mejor para exportadores de productos no tradicionales.* Recuperado de <https://agexporthoy.export.com.gt/agexport/el-2017-tendra-que-ser-mejor-para-exportadores-de-productos-no-tradicionales/>

Vides, A. (2015, 01 de junio). *Plátano, flores y follajes, lideran las exportaciones del sector agrícola en el primer trimestre del 2015.* Recuperado de <https://agexporthoy.export.com.gt/agexport/el-2017-tendra-que-ser-mejor-para-exportadores-de-productos-no-tradicionales/>

Vides, A. (2015, 23 de octubre). *Emisión de Certificados de Origen en línea.* Recuperado de <https://agexporthoy.export.com.gt/agexport/emision-de-certificados-de-origen-en-linea/>



## **Anexos**



**UNIVERSIDAD PANAMERICA**  
**Facultad de Ciencias Económicas**  
**Licenciatura de Gestión Aduanera y Comercio Internacional**

Se le agradece el tiempo y atención que brindará para responder el siguiente cuestionario enfocado en el tema de las exportaciones de productos no tradicionales como beneficio al comercio agrícola guatemalteco.

Género: F \_\_\_\_\_ M \_\_\_\_\_

Puesto que ocupa: \_\_\_\_\_

Tiempo de trabajar en la empresa: \_\_\_\_\_

Grado de escolaridad: \_\_\_\_\_

**INSTRUCCIONES:** Responda las siguientes preguntas según su conocimiento y experiencia.

1. ¿Es usted exportador agrícola de productos no tradicionales?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

2. ¿Tienen beneficios las exportaciones de productos no tradicionales para el comercio agrícola guatemalteco?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

Especifique \_\_\_\_\_

3. ¿Qué estrategias utiliza en su empresa para promocionar los productos no tradicionales para su exportación?

Ferias nacionales e internacionales \_\_\_\_\_

Esta agremiada en alguna cámara o gremial \_\_\_\_\_

Utiliza redes electrónicas \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

4. ¿Su empresa ha utilizado las herramientas necesarias para obtener beneficios en la exportación?

Calificación bajo el Régimen de Admisión Temporal del Decreto 29-89 del Congreso de la República \_\_\_\_\_

Calificación bajo el Régimen de Exportadora bajo el Régimen de Componente Agregado  
Nacional Total del Decreto 29-89 del Congreso de la República \_\_\_\_\_  
Régimen Optativo de Devolución \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_

5. Mencione tres beneficios que su empresa obtiene según su clasificación de aprovechamiento.

Exoneración de Derechos Arancelarios a la Importación \_\_\_\_\_  
Exoneración del Impuesto al Valor Agregado \_\_\_\_\_  
Otro \_\_\_\_\_

6. ¿Conoce los requisitos para exportar productos agrícolas no tradicionales?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

7. ¿A qué país exporta sus productos?

Estados Unidos de América \_\_\_\_\_  
Canadá \_\_\_\_\_  
México \_\_\_\_\_  
Europa (Especifique el país) \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_

8. ¿Considera que en Guatemala existen barreras arancelarias y no arancelarias para la exportación de productos agrícolas no tradicionales?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

9. ¿Señale alguna barrera arancelaria o no arancelaria?

Permisos Fitosanitarios \_\_\_\_\_  
Permisos de Alimentos \_\_\_\_\_  
Certificado de Origen \_\_\_\_\_

10. ¿Tiene conocimiento si los productos agrícolas no tradicionales de Guatemala tienen demanda en el resto del mundo?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

11. ¿Qué productos no tradicionales produce su empresa?

Vegetales frescos o refrigerados \_\_\_\_\_

Vegetales congelados \_\_\_\_\_  
Frutas frescas o refrigeradas \_\_\_\_\_  
Frutas congeladas \_\_\_\_\_  
Vegetales secos \_\_\_\_\_  
Frutas secas \_\_\_\_\_  
Plantas Ornamentales \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_

12. ¿En qué época del año tienen mayor demanda sus productos?

Primer trimestre del año \_\_\_\_\_  
Segundo trimestre del año \_\_\_\_\_  
Tercer trimestre del año \_\_\_\_\_  
Cuarto trimestre del año \_\_\_\_\_  
Otro \_\_\_\_\_

13. ¿Su cliente le indica normas de calidad para poder recibir su producto?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

14. ¿Qué normas de calidad utiliza en sus productos de exportación?

Sanitizar las instalaciones de la planta de producción \_\_\_\_\_  
Seguridad de los colaboradores \_\_\_\_\_  
Utilización de productos que no destruyan al medio ambiente \_\_\_\_\_  
No utilizar químicos prohibidos en la producción de los productos agrícolas \_\_\_\_\_  
Utilizar implementos necesarios para la sanitización de los empelados cuando manipulan alimentos \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_

15. ¿El transporte intermodal se adecua a las necesidades para que su producto llegue en buenas condiciones a su destino?

Completamente de acuerdo \_\_\_\_\_  
De acuerdo \_\_\_\_\_  
Ni de acuerdo ni en desacuerdo \_\_\_\_\_  
En desacuerdo \_\_\_\_\_  
Completamente en desacuerdo \_\_\_\_\_

**¡Gracias por su amable colaboración!**