

DICIEMBRE 2019 - ENERO 2020 - VOLUMEN 293 - AÑO NO. 30

Data Export

DATAEXPORT.COM.GT

La conexión al comercio exterior



PUNTO DE PARTIDA

GUATEMALA
en diferentes indicadores



Nuevos Asociados AGEXPORT



Al comparar el crecimiento total de las exportaciones 2018 con el de empresas asociadas del mismo período, las estimaciones internas permitieron establecer que aquellas empresas asociadas a AGEXPORT experimentaron un aumento a un ritmo más acelerado que las exportaciones del país.

Queremos trasladar una calurosa bienvenida a los nuevos asociados, quienes a partir de ahora forman parte del grupo de empresas que buscan hacer de Guatemala un país exportador.

Fast Mail
 help@fastmailcenter.com
 PBX: 2246-4646
 www.fastmailcenter.com
 P.O.BOX- MINI CARGA - COURIER / Importaciones y Exportaciones*

Shave Horse
 thomas@shavehorse.com
 Tel. 3082-4780
 Sillas y otros muebles de madera, tela reciclada y cuero.

Emusa
 fguerrero@emusa.com.gt
 Tel. 6645-0500

Productos Alimenticios Las Delicias
 prod.lasdelicias@gmail.com
 Tel. 3213-3242

Corvesa
 corvesa.gt@gmail.com
 Tel. 4223-0071

Alorsa
 ted@armeniafarms.com
 Tel. 5701-2736

Carpanta Limited
 gerentefinanciero@cto.com.gt
 Tel. 4036-9809

Enagros
 info@enagros.com
 PBX: +502.2369.2207
 www.enagros.com
 Innovando en la agricultura con productos especializados (productos veganos libres de gluten) utilizando investigación de campo.

Mushu Mushu
 info@mushumushu.com
 PBX: +502 3440-6391
 www.mushumushu.co
 Fabricación y Comercialización de Juguetes. Producimos juguetes con los que los niños adoran jugar, mientras aprenden.

Innova Outsourcing
 prizzo@innovatelco.net
 Tel. (502)-5809-9730

Ehi Consulting
 sunbelt@sunbeltnetwork.com / PBX: 2296 0634
 www.sunbelt.la
 Acompañamiento en el proceso de compra y venta de negocios de forma estructurada, maximizando el precio de venta.

Adstter
 adstter@gmail.com
 Tel. 4149-8615

Mardecor
 mardecor@gmail.com
 Tel. 5693-8268

Transportes Vargas B & C
 lisdiaz703@gmail.com
 Tel. 5354-1879

Logos & Tips
 logosandtips@gmail.com
 Teléfono: 3355-0774

Nexss
 info@nexss.net
 PBX: +505 2298-5576
 https://www.nexss.net/index
 Nx1 Sistema inteligente con visores gerencial, KPI para la gestión y control aduanero y logístico. Transmite DUCA, DVA con interfaz a los servidores de aduanas.

Apmt Quetzal
 comunicacionexterna@apmtquetzal.com
 PBX: 7929-2900
 https://www.apmterminalsquetzal.com
 empresa comprometida con la modernización y optimización de terminales portuarias de contenedores, que forma parte de A.P. Moller Maersk

Oscar Alfredo Pineda Chavarria
 oscar.pineda@molinamencosypineda.com
 PBX (502) 2332 2514 y 2331 3891
 www.molinamencosypineda.com
 práctica legal que cubre una muy amplia gama de ramas del derecho, con énfasis en Derecho Laboral Corporativo.

10

A Profundidad

¿En qué posición está Guatemala en los principales indicadores de competitividad?

18

Lo Destacado

12 consejos Fanny D. Estrada para los exportadores

22

Opinión

El milagro económico de Corea del Sur. Eduardo Sperissen Yurt

26

Mundo AGEXPORT

Promoción comercial de primer nivel

Patrocinadores institucionales:



AGEXPORT es una institución Carbono Neutral y sus instalaciones cuentan con certificación LEED (Leadership in Energy & Environmental Design)



Síguenos en:

Equipo Editorial

Consejo Editorial
Amador Carballido, Fernando Herrera, Fanny D. Estrada, Marlene Martínez, Patricia Marchorro, Brenda García, Carlos Tárano, Devadit Barahona, Carlos Morales Monzón, Jessica García Kihn.

Dirección Editorial
Marlene Martínez

Editor
José Pablo Coyoy

Dirección de Comercialización y Diseño
Patricia Marchorro

Diseño y Diagramación
Alfredo Monterroso
Diego Acabal
Daniel Cifuentes
Steven Concohá
Amner Aguilar

Colaboradores
Andrea Vides, Fernando Ruiz, Jennifer Fuentes, Wendy Mena.

Comercialización
Lucrecia Morales
lucrecia.morales@agexport.org.gt

ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE EXPORTADORES -AGEXPORT-

15 avenida 14-72, zona 13, GCA-01013 Ciudad de Guatemala, Guatemala, C. A.
PBX: (502) 2422 3400
E-mail: servicioalcliente@agexport.org.gt
www.export.com.gt

Filial de Occidente
7a. calle 29-25, zona 3, Quetzaltenango, Guatemala
Teléfono: (502) 2422-3400
E-mail: servicioalcliente@agexport.org.gt

JUNTA DIRECTIVA AGEXPORT

Presidente: Licda. Connie de Paiz
Vicepresidente: Lic. Guillermo Montano
Secretario: Lic. Javier Castillo
Director General: Lic. Amador Carballido
Tesorero: Lic. Carlos Gabriel Biguria
Directores:
Ing. Manuel Gordo,
Lic. Carlos Arias,
Lic. Francisco Ralda,
Lic. Jorge Mario del Cid,
Ing. Estuardo Castro,
Ing. Devadit Barahona,
Ing. Antonio Malouf,
Licda. Luisa Villavicencio,
Licda. Leticia Salazar,
Lic. Alfonso Muralles,
Ing. Francisco Viteri,
Lic. Francisco José Menéndez

Secretaría Ejecutiva: Licda. Fanny D. Estrada

Contacto
(502) 2422 3685
dataexport.com.gt
lucrecia.morales@agexport.org.gt

Derechos Reservados 2019: Los artículos publicados en Data Export solamente pueden ser reproducidos con autorización escrita por parte del editor. La responsabilidad de los artículos publicados en Data Export incumbe a sus autores y su publicación no necesariamente significa que AGEXPORT los sancione.

TRASCIENDE

INICIA LA TERCERA DÉCADA DEL SIGLO XXI
ESPECIALIZÁNDOSE

POSTGRADO

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DEL COMERCIO EXTERIOR

ACTUALIZADO VERSIÓN 2020

PLAN ENTRE SEMANA | DURACIÓN 10 MESES | (FEBRERO A NOVIEMBRE)

AGEXPORT
ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR - ECE -

FACULTAD DE INGENIERÍA - USAC
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

MAYOR INFORMACIÓN

PBX: 2422-3690
escuela@agexport.org.gt

/INTECAPOFICIAL
INTECAP.EDU.GT

CERTIFICAR A SU TALENTO HUMANO LO HACE MÁS COMPETITIVO

INTECAP ofrece las siguientes certificaciones de competencia laboral:

- Operador de Montacargas
- Cocinero
- Instalador de Tablayeso y Cielo Falso
- Cocinero de Platos Cotidianos
- Cocinero Gourmet
- Instalador de Redes de Gas Propano Residenciales y Comerciales
- Certificaciones Internacionales en el Área de Informática
- Auditor de Calidad de Vestuarios
- Agente de Seguros
- Ajustador de Seguros
- Suscriptor de Seguros
- Aplicación de Técnicas de Manejo en Simulador para Conducción de Buses, Cabezales y más
- Escultor de Uñas Acrílicas
- Estilista de Cortes de Cabello para Dama
- Maquillista para Eventos Sociales
- Carnicero de Supermercado

- Electricista Instalador Industrial
- Mecánico Tornero y Fresador
- Mecánico Automotriz Gasolina
- Carpintero
- Repostero
- Peluquero
- Cultor (a) de Belleza
- Sastre
- Soldador Industrial
- Electricista Instalador Domiciliar
- Enderezador y Pintor de Automóviles
- Albañil
- Tractorista Agrícola
- Mecánico de Motocicletas
- Reparador de Electrodomésticos y Receptores de Radio y Televisión
- Plomero

¡Y muchas más!

PREGUNTE POR LOS REQUISITOS Y PROCESO DE EVALUACIÓN AL DEPARTAMENTO DE SERVICIOS EMPRESARIALES

Región Central PBX: 2410-5555 Ext. 617
Región Sur PBX: 7828-0122
Región Oriente PBX: 7942-6130
Región Occidente PBX: 7873-4000 Ext. 106
Región Norte PBX: 7873-3800 Ext. 103

1565





Un nuevo punto de partida

Fernando Herrera
 Director de Servicios al Exportador
 AGEXPORT
 fernando.herrera@agexport.org.gt

El 2020 se vislumbra diferente. En el calendario gregoriano, por ejemplo, es un año bisiesto comenzando en miércoles. Para Guatemala tiene un matiz especial: también traerá un nuevo gobierno y por lo tanto nuevas expectativas, un nuevo punto de partida. Sin el ánimo de tener una previsión demasiado positiva (e irreal) o demasiado negativa (e igualmente irreal), en términos económicos es bien sabido que la incertidumbre o la certeza, es un factor clave.

Y en eso sí que podemos contribuir todos.

Crear un ambiente propicio para atraer las inversiones, trabajar desde lo que le corresponde a cada uno, desde luego, apegados a la ley, es imprescindible.

El próximo año también habrá varios nuevos diputados en el Congreso de la República y paulatinamente se renovará el Organismo Judicial, como corresponde en fechas.

Pensando en todas esas responsabilidades y en que cada ente debe jugar su papel para que funcione la maquinaria gubernamental, esta edición de la revista Dataexport, ofrece una recopilación de los ranquin e indicadores en los que Guatemala es medido.

En cada indicador, se muestran gráficas comparativas del desempeño del país entre cada edición (algunos son anuales y

otros bianuales), así como una tabla que ilustra el puesto ocupado por las otras economías centroamericanas.

Como es acostumbrado, deseamos que este ejemplar se convierta en uno más de colección, que sirva de referencia y de consulta.

Confiamos en que también será un aporte a las autoridades entrantes y en que todos juntos trabajaremos en pro de un mejor país.

En la institución, contamos con servicios informativos, académicos y de actualización de conocimientos, los cuales seguirán al alcance de nuestros asociados en el 2020.

Desde luego, continuaremos dando impulso a emprendedores y negocios con eventos de promoción comercial especializados por mercado y sector, como Manufexport, el Simposio de Acuicultura, LIFE o New World Crafts.

Como AGEXPORT, renovamos el compromiso de seguir trabajando en herramientas, plataformas, estrategias y propuestas públicas que faciliten y fomenten las exportaciones de bienes y servicios, porque creemos con firmeza en ese modelo económico.

Guatemala

ES EL SECRETO



**MONTERRICO
SANTA ROSA**

¡SORPRÉNDETE!
#ViajandoPorGuatemala

DISFRUTA DE UN TURISMO SOSTENIBLE



Cuando viajes, elige establecimientos identificados con el distintivo de calidad Sello Q, ya que esto garantiza el cumplimiento de los estándares de calidad en los servicios turísticos que contrates.

Por aire, mar y tierra: así se exportan los bienes guatemaltecos

Las exportaciones guatemaltecas de bienes alcanzan anualmente alrededor de US\$ 11 mil millones. Estados Unidos y Centroamérica, son nuestros principales clientes.

Por: José Pablo Coyoy

A partir de información del Banco de Guatemala, procesada por la Comisión Portuaria Nacional, la Gerencia de Competitividad de AGEXPORT, realizó un análisis del movimiento de carga en el 2018 en función del volumen y valor por tipo de aduana.

Se movilizó un total de 31 millones 563 mil 369 toneladas métricas, entre lo que se importó y lo que se exportó; esto representa una disminución del movimiento de 1.4 por ciento en relación al año anterior. Las importaciones equivalen al 58 por ciento y las exportaciones el 42 por ciento.

Específicamente en cuanto a las exportaciones, la mayoría son llevadas al extranjero por vía marítima (68.7 por ciento), seguido de la vía terrestre (31) y la vía aérea (0.3).

EXPORTACIONES POR LOS DIFERENTES PUERTOS (2018)



El 59.4 por ciento de la carga terrestre corresponde a exportaciones

- Las principales aduanas terrestres son Pedro de Alvarado (frontera con El Salvador), Tecún Umán (frontera con México) y San Cristóbal (frontera con El Salvador).
- En cuanto a los destinos, por esta vía la mayoría son El Salvador, Honduras, México y Nicaragua; mientras que los productos son en su mayoría alimentos, medicamentos y plásticos.



El 37 por ciento del total del movimiento de carga vía marítima corresponde a exportaciones

- Puerto Quetzal movilizó el 61 por ciento de la carga total, San Tomás de Castilla el 28.4 por ciento y Puerto Barrios el 10.6 por ciento.
- Estados Unidos, Ucrania, Holanda, China y Chile, son los principales destinos de los despachos marítimos, mientras que los productos son mayoritariamente contenedores (vacíos), banano, níquel y azúcar.



El 52 por ciento del total del movimiento de carga de vía aérea corresponde a exportaciones

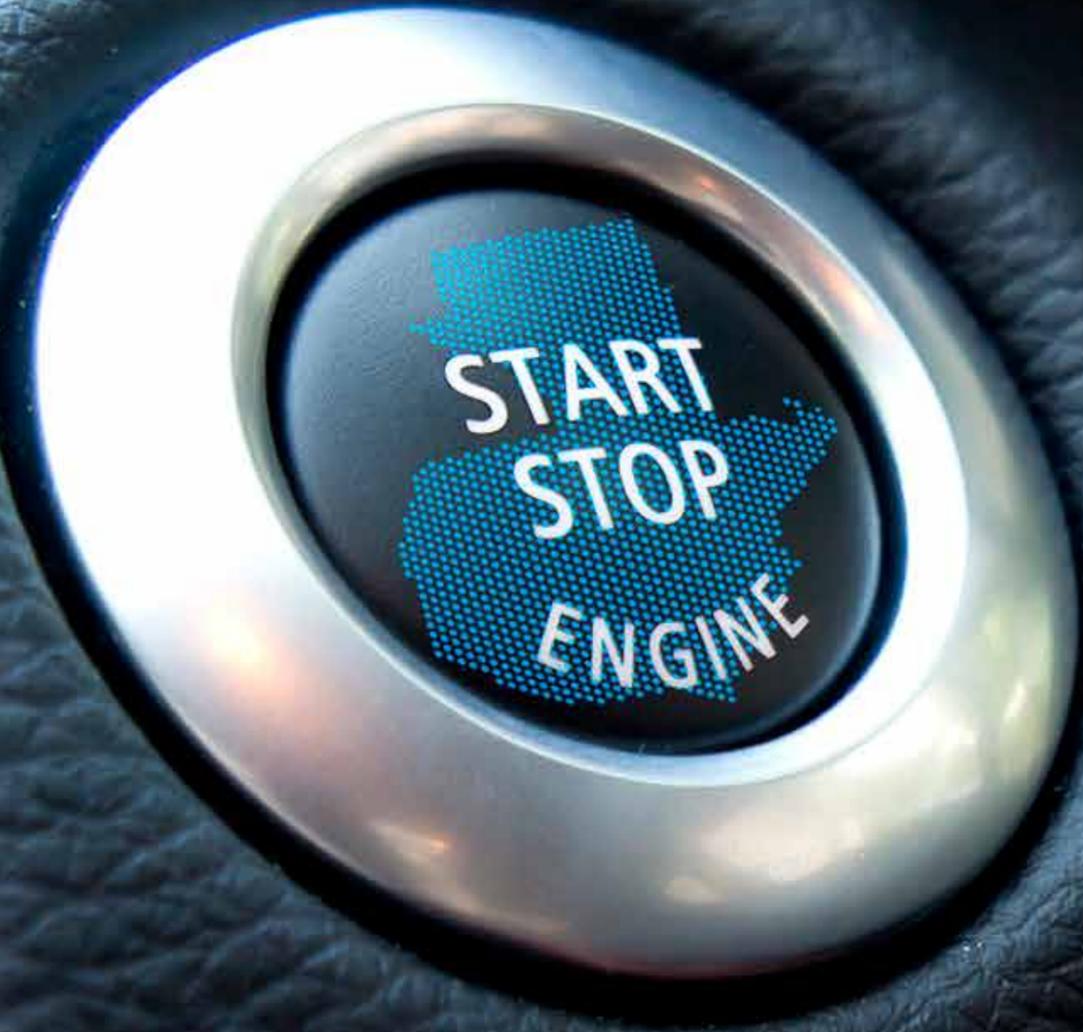
- La aduana del Expres Aéreo (Combex-IM) moviliza el 99 por ciento de la carga aérea nacional, considerando tanto importaciones como exportaciones.
- Estados Unidos, Reino Unido y Panamá son los principales destinos, mientras que, en cuanto a los productos, la mayoría son frutas, textiles, vegetales y plantas.

Exportaciones 2019

A septiembre de 2019, el monto de las exportaciones de bienes sumó US\$ 8 mil 418.8 millones, lo que significa un leve aumento de 0.7 por ciento en comparación el mismo período de 2018. Los principales destinos continúan siendo Estados Unidos, Centroamérica, la Eurozona, México y Canadá; en total, esos mercados representaron el 38.4 por ciento del total exportado. La proyección es que el 2019 cerrará con un crecimiento del 1 por ciento.



Cifras en millones de US\$. Fuente: Banco de Guatemala / información disponible más actualizada al cierre de esta edición



Punto de partida: así aparece Guatemala en diferentes indicadores

“Lo que no se define no se puede medir. Lo que no se mide no se puede mejorar. Lo que no se mejora, se degrada siempre”, es una frase dicha por el físico y matemático británico William Thomson Kelvin (1824-1907) y quizás es la forma más sencilla de resumir la importancia de medir, en este caso con indicadores y aspectos cuantificables, el desempeño de un país. A continuación, Dataexport le ofrece un compendio de algunos índices relacionados a los negocios y la competitividad en los que Guatemala es evaluado.

Por: José Pablo Coyoy

¿Qué tan fácil es hacer negocios en Guatemala? Puesto 96 de 190

Cada año, el Banco Mundial evalúa la facilidad para hacer negocios en diferentes países. En la medición del 2020, Guatemala avanzó 20 puestos y ocupa la posición 96 de 190. El Índice Doing Business, como se llama esta medición, es una herramienta para evaluar y comparar la facilidad o dificultad de hacer negocios en los países. Esa evaluación se hace considerando el impacto de la legislación e institucionalidad en la creación, operación y expansión de empresas.

Los indicadores que se analizan son diez: tiempo para abrir un negocio, obtención de electricidad, obtención

de crédito, comercio transfronterizo, pago de impuestos, manejo de permisos de construcción, registro de propiedad, cumplimiento de contratos, protección a inversionistas minoritarios y resolución de insolvencias. El mayor avance del país fue en el indicador de manejo de permisos de construcción, mejoró en menor medida en tiempo para abrir un negocio y obtención de electricidad. En el ámbito latinoamericano, los países mejor evaluados son: México ubicado en la posición 50, seguido por Chile, 59; y Colombia en la posición 67. Los peor calificados son Venezuela, en la posición 188; Bolivia, 150; y Nicaragua en el puesto 142.

Guatemala en el Doing Business - posiciones

Año	Posición
2011	93
2012	97
2013	93
2014	71
2015	81
2016	85
2017	88
2018	97
2019	98
2020	96

En perspectiva. Comparación regional - Doing Business 2020

País	Puesto
Costa Rica	74
Panamá	86
El Salvador	91
Guatemala	96
Honduras	133
Belice	134
Nicaragua	142

Guatemala en el Doing Business - puntajes



Índice de Competitividad Global – puesto 98 de 141

En 2019, Guatemala fue calificado con una puntuación de 53.5, retrocediendo dos puestos con relación a la edición 2018.

Esta medición es realizada por el Foro Económico Mundial y mide los factores que impulsan la productividad y prosperidad de 141 países. Las capacidades de innovación y las tecnologías de información y comunicación, son los factores que más baja puntuación obtuvieron.

Con esta calificación, Guatemala comparte una similitud en competitividad y productividad con países como Mongolia, Ruanda, Irán, Kenia, Kirguistán y Namibia.

En perspectiva. Comparación regional – Índice de Competitividad Global 2019

País	Puesto
Costa Rica	62
Panamá	66
Guatemala	98
Honduras	101
El Salvador	103
Nicaragua	109
Belice	N/A

http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf

El desempeño logístico de Guatemala – puesto 125 de 160

Esta herramienta mide el rendimiento logístico a lo largo de la cadena de suministro de los países. Considera seis aspectos: aduanas, infraestructura, embarques internacionales, competencia de servicios logísticos, seguimiento y rastreo (trazabilidad) y puntualidad en la entrega.

Guatemala ocupó la posición 125 en la más reciente edición del Índice de Desempeño Logístico (2018), inferior al puesto 111 que obtuvo en 2016.

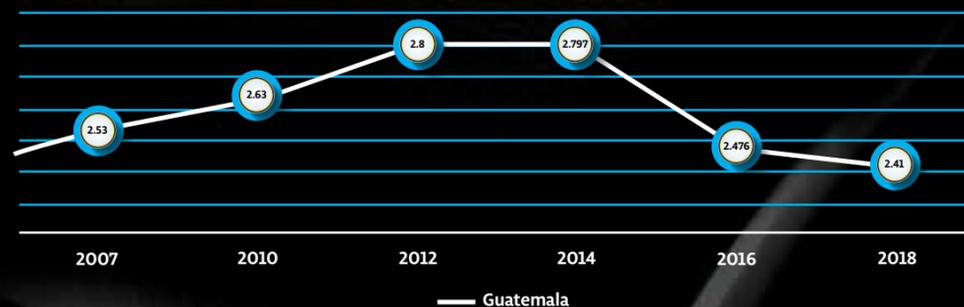
La evaluación se puntúa entre 1 y 5, siendo 5 la más alta. A continuación, la gráfica muestra el comportamiento del país en este rubro en los últimos años:

En perspectiva. Comparación regional – Índice de Desempeño Logístico 2018

País	Puesto
Panamá	38
Costa Rica	73
Honduras	93
El Salvador	101
Guatemala	125
Belice	N/A
Nicaragua	N/A

<https://datos.bancomundial.org/indicador/LP.LPI.OVRL.XQ>

Guatemala en el Índice de Desempeño Logístico - puntuaciones



¿Cómo está la competitividad turística de Guatemala? puesto 99 de 140

El Índice de Competitividad Turística es un estudio comparativo y de medición entre países acerca de los factores que inciden en la competitividad y el desarrollo de la industria turística en los países, es elaborado por el Foro Económico Mundial (WEF).

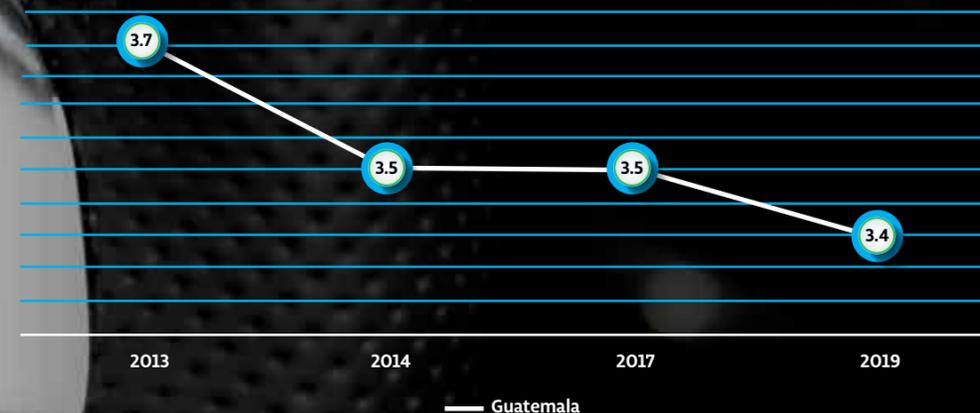
La edición 2019 evaluó 140 países en 95 variables relacionadas a 14 pilares. Guatemala obtuvo una puntuación de 3.4 sobre 7, posicionándose en la casilla 99. El país obtuvo sus mejores puntuaciones en el pilar de competitividad de precios (5.7), seguido por el pilar de priorización de viajes y turismo (4.5) y el pilar de salud e higiene (4.5). Por el contrario, las puntuaciones más bajas las tuvo en el pilar de recursos culturales y viajes de negocios (1.5), infraestructura aérea (1.8) y en el pilar de infraestructura terrestre y portuaria (2.4).

En perspectiva. Comparación regional – Índice de Competitividad Turística 2019

País	Puesto
Costa Rica	41
Panamá	47
Nicaragua	91
Honduras	94
Guatemala	99
El Salvador	108
Belice	N/A

http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf

Guatemala en el Índice de Competitividad Turística - puntuaciones



¿Cuáles son las condiciones de vida en Guatemala? puesto 126 de 189

Para entender de mejor forma la tarea que lleva a cabo el Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD – en todo el mundo, se calcula el Índice de Desarrollo Humano –IDH– como una medida del avance que se tiene a favor de la mejora de las condiciones de vida. El IDH es una forma de medir el desarrollo mediante la combinación de indicadores de esperanza de vida, logros educacionales e ingresos.

Guatemala se posicionó en el puesto 126 de 189 países evaluados con una puntuación general de 0.651. Esto posicionó al país en una categoría media de desarrollo.

En perspectiva. Comparación regional – Índice de Desarrollo Humano

País	Puesto
Panamá	67
Costa Rica	68
Belice	103
El Salvador	124
Guatemala	126
Nicaragua	126
Honduras	132

http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2019_overview_-_spanish.pdf

Llamado de atención: el desempeño ambiental – puesto 110 de 180

El Índice de Desempeño Ambiental clasifica el rendimiento de los países en temas ambientales en dos grandes áreas: protección de la salud humana y protección de ecosistemas, dentro de estos dos objetivos los puntajes del desempeño de cada país se dividen en nueve áreas temáticas compuestas por 20 indicadores. El índice evalúa la proximidad de los países a los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por las Naciones Unidas.

En el 2018, Guatemala retrocedió 21 posiciones, pasando de la posición 89 a la posición 110. El país es el segundo peor evaluado en Latinoamérica, sólo por encima de Honduras (puesto 114). El mejor evaluado de la región es Costa Rica (30). Los mayores retrocesos se han dado en cobertura forestal y emisiones de dióxido de carbono en áreas metropolitanas. Los mayores avances se dieron en cobertura de saneamiento y en el cambio de la matriz energética hacia una mayor inclusión de fuentes que no dependan de combustibles fósiles.

En perspectiva. Comparación regional – Índice de Desempeño Ambiental

Puesto	País
30	Costa Rica
56	Panamá
81	Belice
97	Nicaragua
106	El Salvador
110	Guatemala
114	Honduras

<https://epi.envirocenter.yale.edu/epi-country-report/GTM>



Estos son los diez municipios más competitivos de Guatemala:

Puesto	Municipio	Punteo en el Índice de Competitividad Local
1	Guatemala	77.77
2	Santa Catarina Pinula	73.08
3	San Miguel Petapa	72.46
4	Mixco	71.92
5	Villa Nueva	70.22
6	Fraijanes	70.02
6	Antigua Guatemala	70.02
8	San Lucas Sacatepéquez	67.91
9	Villa Canales	67.47
10	San José Pinula	67.03

Más información en www.competitividad.gt

¿Cuáles son los municipios más competitivos de Guatemala y por qué?

El Índice de Competitividad Local – ICL – fue elaborado con metodología similar a la que emplea el Foro Económico Mundial para elaborar una medición global. La Fundación para el Desarrollo de Guatemala (Fundesa) y la Gerencia de Competitividad de AGEXPORT, se aliaron

para divulgar la medición nacional y en esta nota compartimos los resultados. Se consideraron 12 factores que inciden en la productividad de los municipios. Según Fundesa, la iniciativa busca mejorar el nivel de vida de los guatemaltecos.

Los 12 pilares que se evalúan son:



Adopción de TIC's



Fuerza Laboral y Talento



Sistema Financiero



Instituciones



Salud



Tamaño del Mercado



Infraestructura



Mercado de Productos



Dinamismo de los Negocios



Entorno Económico



Mercado Laboral



Capacidad de Innovación

Un gobierno con modelo exportador

Los indicadores y rankings a la vista, son útiles como referencia y punto de partida. En 2020, Guatemala estrena gobierno y desde luego, como todo inicio, las expectativas son positivas y términos económicos, eso ya es alentador.

El Plan de Innovación y Desarrollo que presentó el gobierno de Alejandro Giammattei, presidente de Guatemala electo para el período 2020 – 2024, deja claro que durante su período se adoptará el modelo económico exportador.

Una clara muestra de ello es la designación de Antonio Malouf, expresidente de AGEXPORT, como ministro de Economía. "Personalmente creo que el mercado de Guatemala, no sólo es pequeño, sino que con poco poder adquisitivo, por eso exportar es clave. La única manera de eliminar la pobreza es con empleo", comentó el próximo funcionario en una entrevista local.

Malouf ha reiterado que su intención es apoyar al Ministerio de Economía para que se implemente ese modelo exportador, pero "no sólo para las industrias que están en AGEXPORT. Ese modelo necesita de más industrias".

Acciones puntuales en imagen país, zonas francas, zonas de libre comercio, inversión en infraestructura que facilite el comercio exterior y la derogación del acuerdo que busca prohibir el plástico de un solo uso, son algunas de las medidas anunciadas por el próximo gobierno.

Además, AGEXPORT entregó una serie de propuestas para generar empleo formal a los partidos políticos, incluido el que llegará al gobierno a partir del 14 de enero de 2020. Consultado al respecto el vicepresidente electo de la República, Guillermo Castillo afirmó que "vemos positivas las propuestas de AGEXPORT, las acogemos. Como gobierno haremos lo que nos corresponde, es decir, facilitar las condiciones de todo un ecosistema que permita al sector productivo producir más para generar más empleo.

Aplaudimos las propuestas, lo que queremos es llevar a las personas prosperidad de la mano del sector productivo".

Las declaraciones las ofreció durante el relanzamiento del Sector Servicios de AGEXPORT, en donde se le entregó una hoja de ruta específica de ese segmento.

C&W Business lanza solución para optimizar la conectividad de las empresas

La nueva solución, llamada SD-WAN, permite a los negocios gestionar su red de forma más eficiente con soporte 24/7, apoyando uno de los retos que enfrenta la competitividad de las empresas en un entorno globalizado.

Por: Dataexport



La digitalización de las empresas requiere la optimización de procesos directamente ligados a las conexiones seguras, ágiles y eficientes. Este es uno de los retos que enfrentan las compañías de cara a mejorar la competitividad en un entorno globalizado.

Con esto en mente, la compañía de telecomunicaciones y soluciones tecnológicas empresariales, C&W Business, empresa de Liberty Latin America, presenta su más reciente solución SD-WAN.

Esta solución permite agregar sin problemas nuevas ubicaciones a una red, ejecutar actualizaciones fácilmente y beneficiarse de la flexibilidad de enrutamiento, mientras utilizan diversos tipos de conectividad. Esta solución integral, que incluye conectividad de diseño, seguridad, implementación, supervisión, notificaciones y soporte continuo, permite a las empresas ofrecer una mejor experiencia a sus clientes.

Con SD-WAN los departamentos de TI pueden gestionar sus redes de forma confiable y segura. Estas pueden contar con mayor flexibilidad para utilizar y combinar diferentes tipos de tecnologías de conectividad, tales como banda ancha, LTE, internet dedicado, incluso

la integración de MPLS. A través del portal de gestión y supervisión, estas pueden generar informes personalizados.

De acuerdo con el más reciente sondeo de Gartner, 64 por ciento de las compañías entrevistadas planean implementar SD-WAN (1). Los mayores beneficios que estas buscan son mayor disponibilidad, rendimiento, flexibilidad y agilidad en la red, que resultaría en menos o ninguna interrupción, y por lo tanto en menores gastos.

“Hoy presentamos nuestra solución revolucionaria SD-WAN, un habilitador para la transformación digital de las organizaciones, que incrementará la seguridad, productividad y rentabilidad en las operaciones, lo cual les permitirá ser más competitivas en el mercado. Con nuestro SD-WAN tendrán control, visibilidad y conocimiento crítico sobre sus redes”, dijo David Rodríguez, gerente de país de C&W Business.

Por aparte, Mariano Marciano, VP de B2B para Latam, señaló que “estamos orgullosos de proporcionar a los negocios opciones de conectividad inteligentes, dándoles control, visibilidad y conocimiento crítico sobre sus redes. Con el lanzamiento de SD-WAN, estamos estableciendo un nuevo estándar para los servicios de conectividad B2B en nuestra región”.

La solución, desde luego, ofrece mejorar la experiencia de las empresas con sus clientes.

Un estudio realizado por Versa Networks a una empresa del sector financiero que eligió SD-WAN para transformar su arquitectura, evidenció que obtuvo una reducción del 50 por ciento en los costos de mantenimientos y soporte (2). Adicionalmente tuvo una experiencia de voz y video mejorada, lo que se tradujo en mayor eficiencia sobre el uso de aplicaciones internas.

1. Investigación “Gartner’s Must-Have SD-WAN Research”, por Garner, Octubre. 2018

2. Caso de estudio “Automating and Simplifying the WAN for Financial Services IT”, por Versa. 2017



Los 14 aprendizajes de Fanny D. Estrada en su vida con los exportadores

AGEXPORT y Fanny D. Estrada son dos nombres que van de la mano. Tras más de 45 años al servicio de Guatemala a través de las exportaciones guatemaltecas, ella misma resumió en 14 puntos algunas de las lecciones aprendidas.

Por: DataExport

El lobby de AGEXPORT estaba lleno y las emociones al límite: la institución estaba presentando a su Comité de Mujeres Exportadoras, con líderes del sector reunidas, entre ellas, por supuesto, su primera presidente – y de cualquier otra cámara empresarial del país – Connie de Paiz. En ese entorno, Fanny D. Estrada subió al podio expresó que le representó todo un reto hacer un recorrido por los largos años de su trabajo dentro de la Institución. Que cosas salieron bien y porque, y que no se logró y el por qué. Así, comenzó una charla llena de anécdotas y aprendizajes que tratamos de resumir a continuación en 14 puntos:

01

Escuchar.

Es importante vivir el problema que está transmitiendo un empresario que está exportando o que lo intenta. Si uno no se pone en sus zapatos jamás comprenderá lo que para él significa un obstáculo. A veces las angustias son muy grandes y piensan que el mundo se caerá. Uno, con los años y con el conocimiento de experiencias similares que otros han vivido, sabe que hay soluciones a veces simples y a veces complejas, pero hay solución. Lo importante es escuchar, ser empático, preocuparse y sobre todo comprometerse con gestionar con todo lo que esté al alcance para buscar la solución.

02

Actitud positiva.

Creo que es una de las características que me acompaña en la vida. Soy de las que cree que todo se puede lograr, no creo que haya cosas que no tengan solución. Se debe probar de un modo, y si no funciona, pues hay que probar otro, y otro y otro. Y esa convicción se transmite a las personas cuando nos solicitan algo, pero hablo de verdad, es algo que se siente. Eso genera un sentido de confianza, porque, aunque uno no pueda resolver el problema directamente, si las personas sienten que uno sufre con ellas, saben que cuentan con una Institución y con personas que viven su situación.

Humildad.

No sé si todo mundo lo comparte, pero vivimos en una sociedad complicada. Cuando uno comienza, el perfil bajo ayuda. Me ha servido mucho, porque esta institución (AGEXPORT) era muy pequeña, nadie nos ponía "coco", crecimos poco a poco.

Con el tiempo se fue generando un liderazgo importante en el contexto económico y en su mensaje de que desde la empresa se puede lograr transformar el país y contribuir a eliminar pobreza a través de generar ingresos a las personas de todo nivel, vía las exportaciones.

Con esa visión inclusiva se generó una organización con estructura, con capacidades técnicas de primera línea.

Pasión.

Quizás no sea algo nuevo, pero para trabajar en AGEXPORT se necesita pasión. Uno se inspira aquí, conociendo las historias de lo que los empresarios logran aun con muchas limitaciones para avanzar.

Me fui dando cuenta que un buen funcionario o un tomador de decisiones, si se le demuestra y sobre todo se le hace visualizar el impacto positivo que su decisión tendrá en las vidas de muchas personas, su actitud hacia resolver se abre.

Conectar con los sueños.

En AGEXPORT hemos aprendido a conectar nuestros sueños con los demás. Un emprendedor es alguien que ve al futuro y tiene claro a donde quisiera llegar. A veces toca lidiar con personajes difíciles, desconfiados o incrédulos, pero al escuchar las historias de lo que se puede hacer para reducir la pobreza, o como hacer crecer una actividad productiva, su actitud cambia.

03

04

05

06

Ver las cosas desde ángulos distintos.

A veces, a las personas les cuesta salir de las formas tradicionales con que se han resuelto distintas situaciones, creen que las cosas se pueden hacer solo de una manera. Piensan, por ejemplo, que para abordar a un presidente o a un ministro, la única forma es pidiendo una cita, pero yo creo que se puede romper esa forma, y esa es la práctica de AGEXPORT: Si no se puede de un modo, se puede de otro

07

Hablar las cosas claras, tal como son.

Creo que esto sí es algo que en Guatemala cuesta mucho. En las mesas de discusión, a veces la gente no se dice lo que se tienen que decir y tal vez no se está de acuerdo con algo.

Al salir de la sesión empiezan a comentar por qué no dijeron tal o cual cosa. Una vez, Juan Carlos Paiz, otro de nuestros expresidentes, me decía "estamos en el negocio de generar confianza y esa confianza no se genera si no se dicen las cosas como son".

Ahora, en la actualidad, cuando hay un tema que afecta o molesta, yo pongo un tuit, pero antes de hacerlo, se lo envío al ministro o funcionario que corresponda. Y lo hago porque si no, se puede molestar al no ser el primero en enterarse. Siempre les digo las cosas como son. Ha habido veces en que vamos a decirle al funcionario: vamos a interponer un recurso, pero se lo decimos claramente. A veces toca.

08

Ver en cada persona lo mejor que tiene.

Es una herramienta que me ha servido mucho. Hay personas realmente difíciles, nos toca lidiar con todo tipo de caracteres, con todo tipo de arrogancias, pero de verdad, por difícil que sea la persona, siempre tiene algo que nos ayudará a cumplir nuestro objetivo. Hay personajes bastante difíciles, sensibles, pero que hacen un trabajo extraordinario.

09

Perseverar hasta morir en el intento.

Para lograr que se aceptará un tratamiento para la arveja china en Estados Unidos pasaron 16 años, para lograr el empleo a tiempo parcial han pasado 15 años. Posicionar la importancia del idioma inglés, ya lleva más de seis años. Una vez llegamos, después de siete años, con un ministro para resolver un tema de burocracia. El ministro de ese entonces nos dice "a ver, les voy a firmar esa cosa porque ya no los quiero ver por aquí". No hay que frustrarse, hay que perseverar.

10

Reconocer que cada uno es un experto.

Esto es mágico. Cada persona es una mina de oro en su cabeza, en su conocimiento, en su talento, en su forma de hacer las cosas, de verdad. Y reconocer eso, no tienen idea lo que paga. Hay gente que supera por mucho lo que uno sabe, y lo que hay que hacer es sacar ese conocimiento para ponerlo al servicio de lo que perseguimos. Hay que entender que los demás tienen mucho que enseñar.

11

Apoyarse en el equipo.

Cuando uno busca hacer una gestión con un funcionario, no hay mejor cosa que hacerse acompañar del experto y ese experto es el empresario o el ejecutivo de la empresa o los técnicos de nuestra institución y tenemos un cúmulo de expertos fantásticos.

Me ha tocado pasar por todos los puestos, éramos cuatro personas al principio y poco a poco fui aprendiendo que el equipo de trabajo tenía capacidades increíbles y en la medida en que yo les iba asignando responsabilidades, me llevaba la grata sorpresa de que inmediatamente tenían un crecimiento increíble. Así aprendí a delegar.

12

Empoderar a las personas.

Empoderar a las personas, que sepan que son capaces de hacer las cosas. Con los años la gente se vuelve experta, superior a su maestro. Así, los empresarios, poco a poco, se dan cuenta también de que hay un equipo de personas en quienes pueden descansar y confiar sus sueños, porque se entregan resultados y también visualizan su contribución al país

13

Entusiasmo.

Conectar a las personas implica hacerlos soñar y saber que esos sueños se pueden alcanzar. Yo creo que todos tenemos espíritu de servicio, algunos lo canalizan en política, otros en la iglesia y acá los empresarios creo que lo hacen cambiándole la vida a las personas con empleo. Aún no es suficiente, eso es cierto, pero hay capacidad, gusto y entrega. Los presidentes que han dirigido la Institución, hoy le está tocando a Connie de Paiz, los miembros de 27 Juntas Directivas, se la pasan en la institución, donan su tiempo, es impresionante.

14

Principios y Valores:

Otra característica importante son los principios y valores que tenemos y eso, lo fui recogiendo de los fundadores: alguien decía que no debemos sentar el crecimiento de nosotros en detrimento de nadie y yo apuntaba eso; otro decía "avanzar, no retroceder"; " siempre sumar y nunca restar"; "No criticar sino proponer" y así, aspectos vinculados a la honestidad, el respeto y el compromiso, los dirigentes lo han convertido en nuestra filosofía transmitiendo de un grupo a otro, esa mística institucional.

Esta es mi historia, he envejecido en AGEXPORT, he realizado un trabajo intenso pero apasionante, me he convertido en madre de cinco hijos y abuela de seis nietos, Ahora tengo la tranquilidad que las nuevas generaciones que están en la institución lideradas por las Juntas Directivas, el Director General y los Gerentes, sin ninguna duda seguiremos haciendo crecer ese propósito Supremo de que, desde la actividad exportadora y desde la empresa se contribuye a mejorar muchas vidas en el país. El cielo es el límite.



Fanáticos de la información: así es La Red Noticias

En 1996 surgió como la primera y única radio dedicada exclusivamente al deporte. Con los años, La Red evolucionó y ahora también busca cautivar a los fanáticos de la información.

Por: Dataexport

“ Quienes gustan del deporte, pueden estar al día de las noticias y quienes buscan noticias, no tienen que estar desinformados de su deporte favorito

Director de La Red Noticias, Guillermo Velarde. ”

La Red se ganó un lugar entre los fanáticos del deporte desde su aparición. Con noticias y entrevistas exclusivas y la profesionalización de un contenido tradicionalmente relegado a un pequeño segmento en los noticieros. Ahora, se posicionan como una radio para los fanáticos del deporte y de la información.

El director de La Red Noticias, Guillermo Velarde, explica esa evolución en esta entrevista:

¿Cómo surge el proyecto de La Red Noticias?

R/ De varios estudios que realizamos donde identificamos la necesidad de los fanáticos del deporte por mantenerse informados y tener las dos opciones en una misma frecuencia. Vimos también una audiencia desatendida, de entregar todos los puntos de vista alrededor de una noticia. Además, surge de la necesidad de conectar la noticia explicada a fondo, a detalle.

¿Cuál es la línea editorial y cómo se define La Red Noticias?

R/ Buscamos ser un noticiero a profundidad, explicarle a la gente en qué le puede afectar un tema. Buscamos impactar a las personas con noticias que le afectan día a día, por ejemplo, cómo un tema económico mundial puede afectarle en su día a día o el tránsito o cómo la salud pública puede afectar a su familia.

La línea editorial es llegar a fondo, planteando todos los puntos de vista, buscando siempre entregar la nota como debe ser, sin manipulación y sin cambiarla. Damos prioridad a que no sean nuestras voces si no las de los protagonistas, las que cuentan la noticia.

Con base en los estudios y objetivos que tienen, ¿a qué audiencia quieren llegar?

R/ Buscamos impactar a los millenials seguramente, pero no tenemos una edad definida ni un género. No nos encajonamos en un grupo objetivo. Vamos más allá de eso, queremos llegar a cualquier guatemalteco que desee estar bien informado.

Con el abanico de opciones que tiene el guatemalteco, ¿cuál es el principal diferenciador de La Red?

En una frase: por qué contarles las noticias a las personas si las podemos volver parte de ellas. Queremos que sean parte de. Uno de los diferenciadores es que presentamos las noticias en una charla amena, somos la estación que tomamos el ritmo del fanático bien informado.

Somos el único que mezcla el deporte y las noticias con el mismo grado de importancia, ahora nuestro contenido está balanceado con hasta siete horas de contenido diario. Así, quienes gustan del deporte, pueden estar al día de las noticias y quienes buscan noticias, no tienen que estar desinformados de su deporte favorito.

¿Cómo seleccionan los temas que serán abordados?

R/ Los que creemos que afectan la vida diaria de los guatemaltecos, o a mediano y largo plazo. Aquellos temas espinosos que nadie quiere abordar, seleccionamos temas que causen impacto en nuestra audiencia.

Además, buscamos que la nota no sea manipulada o que beneficie a alguien. No planteamos los problemas superficiales, si no los que verdaderamente son relevantes para las soluciones de las principales problemáticas que se dan en nuestro país.



Corea del Sur se ha convertido en una de las sociedades más avanzadas tecnológicamente. Sin embargo, cuando la guerra de Corea terminó en 1953, la nación, destruida por el conflicto, era más pobre que la mayoría de las naciones latinoamericanas. Ese país consiguió llegar hasta donde está al apostar por el único recurso que tenía en abundancia: su gente. Debido a que tanto el gobierno como las familias se dieron cuenta del valor de la educación, invirtieron en ello de modo extraordinario y esa apuesta fue la que suministró a los ingenieros y trabajadores industriales que necesita la base manufacturera de donde sale la riqueza del país. Esta es la parte menos polémica de las explicaciones que se han dado para examinar el milagro económico surcoreano.

Pero a lo largo de los años se han ventilado muchas otras explicaciones. En Corea del Sur es común la presencia de enormes grupos empresariales dominados por familias, conocidos como "chaebol". Samsung es el más famoso de ellos, ha sido controlado por la familia Lee desde 1938. Venden desde lavadoras hasta teléfonos celulares, pasando por hoteles y empresas de seguros. En la década de los 90, el famoso informe publicado por el Banco Mundial "Explicando el milagro económico del Este Asiático" insistía en que, en realidad, buena parte de esa explicación estaba en seguir el llamado recetario neoliberal: cosas como manejar el gasto público de manera prudente o evitar excesos de inflación.

Pero esa explicación no convencía a muchos. Otros argumentaban que se trataba de una cuestión de cultura, en este caso, la asiática, influida por Confucio y su énfasis en el orden, la devoción por el bienestar colectivo y el respeto por las jerarquías. No obstante, esas teorías pasaron a segundo plano cuando el crecimiento económico asiático sufrió fuertes traspies a finales del siglo XX.

El papel de la política influyó mucho debido a que el estado promovió el desarrollo

tecnológico, particularmente en los años en que comenzaba el despegue económico del país.

Muchos aseguran que el carácter autoritario del gobierno surcoreano de la época tuvo que ver. Por ejemplo, el controversial Park Chung-Hee, tomó el poder en un golpe militar en 1961 y gobernó por 18 años. Usó su poder para exigir que aquellos ricos a los que se veía como corruptos invirtieran en las industrias del país. "No sé si funcionaría ahora", le dice a la BBC el académico Kim, "pero funcionó en aquella época".

Sin embargo, también se puede decir que en otros países hay infinidad de ejemplos de gobernantes autoritarios que no llevaron a sus países a la prosperidad económica, empezando por Japón. El gobierno surcoreano consiguió exigir eficiencia de los grandes conglomerados privados. Lo cierto es que varias generaciones de académicos han buscado entender cómo Corea del Sur, y otras naciones asiáticas, consiguieron lograr sistemas políticos menos permeados por la corrupción que los de otras regiones del mundo.

Estos sistemas políticos fueron muy efectivos en ofrecer ayuda y protección estatal a sectores claves de la economía, como la industria pesada, pero exigiendo al mismo tiempo resultados de eficiencia y de responsabilidad social a los empresarios que recibieron esos subsidios estatales, que en ese entonces no eran parte de las normas multilaterales de comercio que en la actualidad no se podrían implementar.

La ausencia de un consenso definitivo sugiere que nadie sabe cuál es la receta exacta de Corea del Sur para haber triunfado en la economía. Eso hará, probablemente, que aumente aún más la fascinación por entender los secretos de este "milagro" que en el curso de un par de generaciones saltó del tercer al primer mundo como muy pocos lo han logrado.

Eduardo Sperisen Yurt
expresidente de AGEXPORT y
embajador de Guatemala ante la
Organización Mundial del Comercio



El caso del milagro
económico
de Corea del Sur

Carlos Tárano
periodista



**Nueva época,
nuevos
paradigmas**

Para fines de la década pasada, Guatemala se enfrentaba al reto de abrir más mercados ante la necesidad de generar recursos y empleos para una población cada día más demandante en cuanto a ingresos, servicios y mejora en sus condiciones generales.

Las condiciones naturales del país ofrecían esas posibilidades, aunadas a una mejora sensible en las aptitudes del recurso humano disponible, entonces más abundante y con mayores disponibilidades educativas y técnicas, a diez años de la llegada de la paz.

Por aquella época, el departamento de Comunicación de AGEXPORT se enfrentaba a los retos del momento: públicos que esperan mensajes auténticamente novedosos a través de las nuevas plataformas que entonces comenzaban a configurar el panorama de la globalización.

Uno de estos era Dataexport. Una de las revistas más añejas en el mundo de la comunicación empresarial, le urgía un rejuvenecimiento que pasara por una nueva conceptualización. Para ello se decidió integrar un Consejo Editorial, del cual fui invitado a formar parte, debido a mi trayectoria como periodista con especialización en temas económicos.

En aquel momento se decidió crear una estructura capaz de soportar el esfuerzo editorial que AGEXPORT estaba dispuesta a enfrentar para adecuarse a las necesidades del sector, de sus agremiados y de los grandes socios que el país necesitaba para desarrollar mayores negocios. De esta manera se integró un proyecto integral de comunicación de AGEXPORT, del cual Dataexport es el miembro más antiguo, como símbolo de la nueva dinámica y perspectivas de la empresarialidad guatemalteca.



TRAMITEX

Trámites de Exportación

Ingresamos **su carga a puerto** y brindamos estatus de los contenedores en línea hasta su salida, es un servicio completo que incluye la **confirmación de la DUA de exportación.**

Para más información:
tramitex@agexport.org.gt
Tel.: (502) 2422-3400 / 24223685
vupe.export.com.gt



Corona Challenge: la plataforma aceleradora de emprendimientos sostenibles

Con la visión de unir a las personas pensando por un mundo mejor, Ambev Centroamérica, introdujo a Guatemala un nuevo proyecto que busca acelerar los emprendimientos sostenibles: Corona Challenge.

Por: Dataexport

La plataforma aceleradora de emprendimiento internacional llamada Corona Challenge, busca ideas innovadoras para solucionar los retos de sostenibilidad 2025 de la compañía cervecera. Está dirigida a emprendedores, empresas formales, startups e ideas de negocio nuevas, siempre enfocadas en sostenibilidad, que necesiten desarrollo y crecimiento en el mercado.

Los participantes pueden optar a seis retos que integra Corona Challenge para promover su idea de emprendimiento, estos pueden ser basados en:

1. Uso eficiente del agua;
2. Reducir emisiones a la atmósfera;
3. Uso inteligente de plásticos;
4. Cadenas de reciclaje;
5. Segunda vida a los residuos;
6. Creatividad que inspire.

“Corona Challenge es una solución a largo plazo para desarrollar aliados estratégicos que aún no existen, pero que tendrá muchos beneficios, pues busca ideas innovadoras para solucionar los retos de sostenibilidad más grandes de la compañía a nivel global. A través de esta plataforma, se promueven ideas que necesiten desarrollarse para convertirse en grandes proyectos dentro de la empresa en nuestra cadena de valor”, señaló el Gerente de Suministros de Ambev Centroamérica, Diego Samayoa.

Los proyectos a participar pueden ser un producto o servicio y soluciones relacionadas a los objetivos de AB-InBev, la plataforma y la realización de sus tres fases, inician a partir de noviembre, y finalizarán hasta finales del año 2020.

El proyecto abarca esencialmente tres etapas aparte de la inscripción, para convertir las ideas en proyectos que se ejecuten, siendo estas:

Hackatón: las 20 mejores ideas enviadas a la convocatoria serán elegidas para participar en esta primera etapa para convertirse en un prototipo. Únicamente seis avanzarán a la siguiente fase, además, uno de estos prototipos será premiado con Q 40 mil por su innovación y diseño prometedor.

Incubación: los mejores seis prototipos se someterán a un proceso de incubación de cinco meses en donde se asegurarán tres cosas:

- a. Que el prototipo se convierta en un Minimum Viable Product, es decir el producto que los emprendedores sacarán al mercado, con un modelo de negocio y cadena de valor detrás.
- b. Que la innovación esté alineada a nuestras operaciones (con el apoyo de champions internos que darán asesoría a los emprendedores).
- c. Que el desarrollo sea benéfico para el ambiente y la sociedad (a través del apoyo de expertos en cada uno de los retos que acompañen el desarrollo del MVP).

Aceleración: Se elegirán a los tres mejores MVP's para ser acelerados a través de dos de las plataformas aceleradoras que actualmente existen en AB-InBev. El proceso de aceleración consta de la ejecución de un piloto en nuestras operaciones, con el fin de entender cuáles son los resultados de los MVP's y cómo afianzar una relación a largo plazo entre compañía-emprendedor.



Promoción comercial de alto nivel

En resumen: más negocios. El Departamento de Desarrollo de Mercados y Promoción Comercial de AGEXPORT organizó alrededor de 150 eventos durante el 2019 con el propósito de hacer crecer las exportaciones guatemaltecas.

Por: Dataexport

Sólo en los eventos realizados en Guatemala, participaron 2 mil 68 empresas y casi 13 mil visitantes, cifra similar al total del aforo del estadio Cementos Progreso, en la Ciudad de Guatemala, por ejemplo.

Además, se realizaron diferentes misiones comerciales en países de interés comercial para Guatemala, se organizaron pabellones en eventos internacionales de renombre, entre otros.



12,824

visitantes en los eventos de promoción comercial

1,200

citas virtuales realizadas a través del Connecting Best Markets

2,068

empresas participantes en eventos realizados en Guatemala

25

eventos entre pabellones internacionales y ferias nacionales

64

eventos realizados sobre inteligencia de mercados



Best Markets, Products & Services 2020
21 de enero del 2020



Encuentro Tecnológico ON
16 de julio de 2020



Fruit Logística
5 al 7 de febrero de 2020



Expomueble
23 al 26 de julio de 2020



Simposio de Acuicultura
7 al 9 de mayo de 2020



Manufexport
23 y 24 de septiembre de 2020



LIFE
3 y 4 de junio de 2020



PMA Fresh Summit
15 al 17 de octubre de 2020



AGEXPORT
RUTA DEL EXPORTADOR
GUATEMALA

BANCO INDUSTRIAL
Siempre de tu lado



El motor generador de nuevos exportadores

Con el objetivo de fomentar la actividad exportadora, AGEXPORT acompañó durante el 2019 paso a paso a emprendedores y pymes en su preparación y formación para la internacionalización en la Ruta de Del Exportador.

Por: Rosy Dardón - Jefe Ruta del exportador

¿Cómo me formalizo o inicio mi negocio?, son los cuestionamientos que realizan los emprendedores de la etapa I, Emprendimiento en la Ruta del Exportador. Durante el año participaron más de 100 emprendedores, de los cuales el 72 por ciento comenzaron con una idea. El 10 por ciento eran emprendimientos nacientes y empezaron a comercializar sus productos y servicios; a ellos se les apoyó en el desarrollo de su plan de negocios.

Al 10 por ciento de nuevos negocios se les apoyó con el acompañamiento y servicios de formalización y el 8 por ciento emprendimientos formalizados con menos de tres años, se les orientó con el fortalecimiento de su plan de negocios para incrementar sus ventas.

Un 7 por ciento de los emprendedores en etapa I, migraron a la segunda etapa de la Ruta del Exportador, preparándose para la internacionalización. El resto continúan en procesos de testeo o registros sanitarios, así como de formalización de negocio. Al 90 por ciento de los emprendedores se les formó por medio de la Unión Europea por medio de su proyecto Mipymes y Cooperativas más Competitivas. Se impartieron capacitaciones y asesorías, en algunos casos, los mejores proyectos, se les brindó maquinaria o equipo.

Las capacitaciones de emprendimiento se realizaron en las instalaciones de AGEXPORT y en la Universidad de San Carlos.

¿Por qué exportar? Esta es una pregunta de pymes consolidadas localmente que aún no dan el paso a la exportación, debido a paradigmas en relación con la tramitología y riesgos que se pueden presentar. Durante este año 70 pymes realizan su diagnóstico de ubicación en la Ruta del Exportador, iniciando en la etapa II de "Preparación para la internacionalización" y la etapa III "Selección de Mercados internacionales".

Se identificó una fuerte debilidad en el 38 por ciento de las pymes en el área digital. En respuesta a ello, se realizó a cada una un diagnóstico con las acciones vitales que deben realizar, más aún para las que desean empezar con comercio electrónico. Los destinos potenciales principales de exportación son Centroamérica con un 43 por ciento, seguido por Estados Unidos con un 23 por ciento.

Para el 2020, esperamos que con la Ruta del Exportador incremente significativamente la participación de emprendedores y pymes con innovaciones y aliados que se sumen al acompañamiento hacia la internacionalización.

<https://export.com.gt/la-ruta-del-exportador>



AHORRAR DINERO EN CADA TRÁMITE

IMPORTA



FÁCIL · RÁPIDO · SIN COLAS

MAGA

Fitosanitarios y Zoonosanitarios,
Insumos Agrícolas

MARN

Equipos de Refrigeración y Aire
Acondicionado, Productos,
Sustancias y Materias Primas

agil-import.gt

2422-3400

servicioalimportador@vai.gt

agil-import.gt

Gestiones de importación



¿Qué está haciendo AGEXPORT y sus sectores? Entérese aquí

A lo largo del 2019, AGEXPORT generó información que fue convertida a contenidos relevantes. A continuación, le ofrecemos un resumen del último bimestre.

Por: Andrea Vides – AGEXPORT Hoy



1. Comisión de Turismo de Salud y Bienestar realizó su primera feria Export Health

La demanda de servicios de salud de la población guatemalteca impulsó a la Comisión de Turismo de Salud y Bienestar de AGEXPORT a realizar la primera edición de su feria "Export Health", en donde se ofreció atención sin costo y ofertas para pacientes locales, pero con calidad de exportación.

La actividad se llevó a cabo en la planta baja del edificio de AGEXPORT



2. 4 mil 967 mipymes centroamericanas incrementaron su competitividad y productividad con el apoyo de la Unión Europea

AL-Invest es el programa insignia de la Unión Europea para el sector productivo de América Latina. En esta quinta fase se están ejecutando 34 millones de euros impulsando proyectos enfocados en incrementar la productividad de las mipymes nucleadas en organizaciones empresariales. Los ejecuta un consorcio de 11 organizaciones internacionales que coordina la Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz, Bolivia. Sólo en Guatemala, el financiamiento de dicho programa llegó al país mediante tres instituciones: AGEXPORT, la Mancomunidad Trinacional Fronteriza Río Lempa (MTFRL) y el Centro Universitario de Oriente (CUNORI).

AL-Invest 5.0 alcanza a mipymes de 18 países de Latinoamérica.



3. AGEXPORT y USAC promueven programa de incubación de emprendimiento para la exportación

Con el fin de impulsar actividades para potencializar el ecosistema de emprendimiento e innovación en Guatemala, en octubre de 2019 se suscribió la carta de entendimiento de cooperación interinstitucional, entre AGEXPORT y la Dirección General de Investigación (DIGI), las Facultades de Ingeniería y Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC). En el acto protocolario participó el Director de AGEXPORT, Amador Carballido; el Decano Facultad de Ciencias Económicas, Luis Antonio Suárez Roldán; la Decana de la Facultad de Ingeniería, Anabella Córdova; el Director General de Investigación, Félix Aguilar y el Director General de Docencia como testigo de honor, Olmedo España.

La Escuela de Comercio Exterior de AGEXPORT ha graduado alrededor de 700 profesionales con el aval y en alianza con la USAC.



4. Programa Centroamérica Exporta fortaleció capacidades de 3 mil 900 mipymes

En el marco del Programa Regional UE-CENPROMYPE: Apoyo al Desarrollo del Sector Privado, financiado por la Unión Europea y ejecutado por el Centro Regional de Promoción de la Mipyme, se llevó a cabo en octubre de 2019 la clausura del proyecto Centroamérica Exporta, conformado por tres componentes que fueron ejecutados por AGEXPORT y la Secretaría de Integración Económica Centroamericana. El propósito del programa fue desarrollar las capacidades de las mipyme centroamericanas para exportar a los mercados internacionales, con énfasis en América Latina y la Unión Europea.

Uno de los componentes del programa fue capacitar a 99 formadores empresariales, quienes a su vez transfirieron sus conocimientos a más 470 mipyme de la región.



5. En desarrollo plataforma electrónica para agilizar comercio entre Guatemala y El Salvador

Representantes de la Ventanilla Única para las Exportaciones participaron en la ronda centroamericana de la unión aduanera ante el Comité de Aduanas en octubre 2019. En esa reunión se presentó la plataforma electrónica para solicitud, emisión y presentación de la carta de porte, manifiesto de carga y registro de impuestos. Según el Director de Servicios al Exportador de AGEXPORT, Fernando Herrera, esa herramienta tecnológica ya está en desarrollo y que incluso ya hay empresas utilizándola.

Se estima que para el 20 de enero de 2020 en El Salvador se implemente y operativice al 100% la plataforma electrónica



6. Diseñadores, productores e interioristas se unen para exportar muebles de autor

Interior Design Products (IDP), es el nombre del nuevo clúster de la Comisión de Muebles, Madera y sus Productos de AGEXPORT. Este impulsa la producción desde accesorios de decoración, muebles a la medida, hasta proyectos de interiorismo para firmas internacionales. En principio, 17 empresas integran IDP, quienes buscarán llegar a firmas de arquitectos, diseñadores, hoteles, restaurantes en el extranjero, según comentó uno de sus fundadores, Pierre Sarkis.

Empresarios, diseñadores, interioristas y arquitectos han fusionado su talento con fabricantes y expertos ebanistas en el nuevo clúster de exportación.

Vestuario y textiles: líderes de las exportaciones guatemaltecas

Hace 15 años cobró vigencia el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, un factor clave para el incremento de las exportaciones de vestuario y textiles, tanto en divisas como en volumen.

Por: DataExport

El sector de vestuario y textiles genera más de 180 mil empleos en Guatemala (directos e indirectos). Por supuesto que el sector también ha tenido una evolución sustancial en su forma de operar: de la confección de prendas a la elaboración de todo un paquete completo (conocido en el sector como full package), el cual conlleva desde el diseño hasta el empaque final.

La tecnología también es fundamental en el liderazgo que ha alcanzado el sector, porque permite responder con rapidez las demandas de los clientes internacionales. Estados Unidos es el principal cliente de la industria de vestuario y textiles de Guatemala, aunque ya se exporta a alrededor de 70 mercados

del planeta. En total, en el 2018 se vendieron al extranjero más de 35.7 millones de docenas de prendas de vestir.

Datos de la Asociación de la Industria de Vestuario y Textiles (Vestex) adscrita a AGEXPORT, revelan que China provee el 42 por ciento de la demanda a la unión americana y Guatemala el 1.3 por ciento, por lo que aún hay un amplio margen de crecimiento.

Respecto al tema ambiental y laboral, esta industria cumple con normas nacionales e internacionales que garantizan la producción limpia y los empleos dignos.

Vestex apoya a las empresas del sector con los siguientes servicios:



Representatividad

VESTEX tiene como misión principal representar los intereses de la industria de vestuario y textiles ante distintos foros, espacios e instituciones nacionales e internacionales, promoviendo iniciativas que permitan el crecimiento y el desarrollo sostenible del sector y de sus empleados.



Oportunidades comerciales

Una de las prioridades de VESTEX es encontrar y generar oportunidades para presentar la oferta exportable de la industria de vestuario y textiles. Se enfoca en fomentar una red internacional de contactos para promover el interés de potenciales compradores en el país a través de participación en Ferias internacionales especializadas, y la organización del único evento de la región: el Apparel Sourcing Show.



Herramientas de cumplimiento

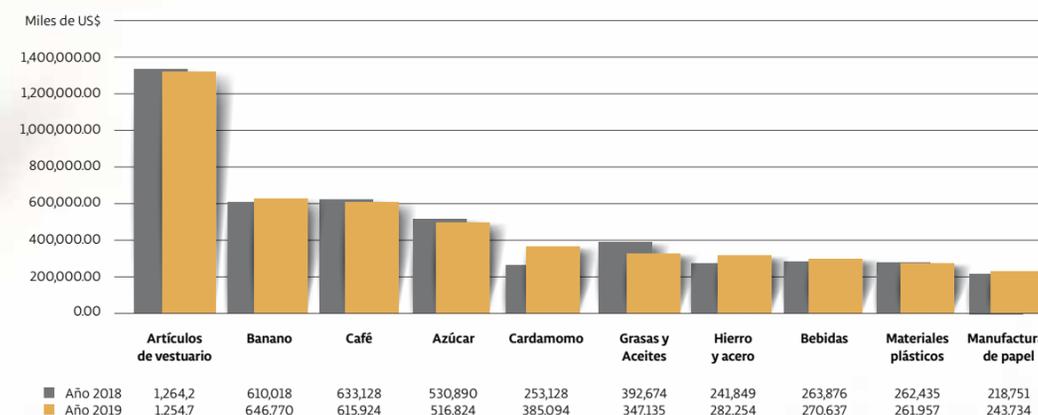
El cumplimiento de la legislación nacional y los estándares exigidos por los clientes internacionales, es fundamental para el crecimiento de la industria. Es por esta razón que VESTEX a disposición de las empresas una amplia gama de herramientas enfocadas en ayudar al exportador a estar preparado para cumplir con temas fiscales, laborales, medio ambientales, salud y seguridad ocupacional y otras obligaciones para empresas amparadas bajo el decreto 29-89.



Academia de la Industria Textil

VESTEX ha creado la Academia para la Industria Textil con el objetivo de profesionalizar y fortalecer al recurso humano del sector, de una forma práctica y basada en la experiencia. La Academia brinda cursos enfocados en temas de cumplimiento, además de otros en modalidad in company hechos a la medida de cada empresa.

Los artículos de vestuario lideran las exportaciones guatemaltecas (Cifras Oficiales BANGUAT Septiembre 2018-2019)



Nota: las cifras son a septiembre de cada año. Las definitivas del cierre de 2019 son publicadas por el Banco de Guatemala aproximadamente en febrero de 2020. Fuente: Banco de Guatemala

Innovación y tecnología se unen para crear nuevas sensaciones en fragancias para la industria

Flosan es una empresa líder en proveer materias primas para la industria. Su constante innovación y tecnología les ha permitido desarrollar productos de durabilidad en fragancias y neutralización de olores.

Por: Ana Patricia Flores – Director Técnico de Flosan

Teniendo en cuenta que el consumidor es cada vez más exigente y el mercado más competitivo, Flosan trabaja en mejorar el rendimiento de sus productos. Las soluciones innovadoras que se trabajan están basadas en investigación y ayudan a garantizar que se superen las expectativas de nuestros clientes.

Tecnología mejorada de Firmenich (empresa suiza de fragancias y olores) ofrece beneficios tales como long lasting o durabilidad de la fragancia, blooming o explosión de fragancia y neutralización de malos olores en prendas y en el hogar.

EL ARTE SE UNE CON LA CIENCIA DEL RENDIMIENTO

Para todas las aplicaciones, el equipo de investigación de Firmenich está continuamente desarrollando tecnologías innovadoras para optimar la experiencia del consumidor. Por ejemplo, en cuidado del hogar, científicos trabajan para extender el blooming o “explosión” de fragancia en la ropa, sábanas y otros textiles. Para el cuidado oral, se está creando un conjunto único de sensaciones diseñadas para provocar una mayor satisfacción del consumidor.

En detalle:

1. Long Lasting de la fragancia- rendimiento duradero: La duración del perfume es una necesidad fundamental de los consumidores a través de casi todos los mercados, categorías y aplicaciones de producto. Por lo tanto, otorgar un beneficio de un perfume duradero en telas, superficies de trabajo, piel y cabello es un factor clave para atraer el gusto y la preferencia del consumidor.

Las tecnologías de sistema de liberación de Firmenich permiten a los equipos técnicos y creativos diseñar sistemas de fragancias que ofrecen un equilibrio óptimo entre lo hedónico de la fragancia y su intensidad en sustratos secos. Esto permite que la experiencia de perfumación pueda ser apreciada por los consumidores durante varias horas, días o incluso semanas después del uso del producto.

Se utilizan dos tecnologías de sistemas de liberación:

a) PopScent®. Cápsulas poliméricas que contienen la fragancia, estas quedan depositadas y retenidas en las superficies (ropa, piel y cabello) durante el uso del producto. Tras el secado de las cápsulas estas se vuelven frágiles y quebradizas, debido a fuerzas físicas naturales tales como el movimiento, frotado, peinado, etc. estas se rompen y en este momento se libera la fragancia.

b) HaloScent®. Sistema que consta de dos moléculas de fragancia que están unidas entre sí. Una con más fondo de sustratos y la otra

es más volátil. Una vez entregado a un sustrato durante el uso del producto y luego de ser expuesta a un “estimulante” natural específico, por ejemplo: el oxígeno, la luz o el calor, este sistema rompe el enlace molecular y la molécula más volátil se libera gradualmente en el tiempo.

2. Blooming o explosión de la fragancia durante el uso: Es la intensidad de la fragancia y el volumen que se experimenta tras la disolución de un producto en uso. Esta puede ser un “explosión” instantánea de fragancia, por ejemplo, después de aplicar el champú en la ducha, o un blooming más difusivo que se percibe mientras se realiza el lavado.

Es un atributo muy deseado por los consumidores, esta experiencia da un mayor impacto a la participación de la fragancia en el proceso de limpieza. Proporciona una oportunidad a la fragancia de, no sólo indicar la eficacia de los productos, sino también estimular beneficios emocionales durante estos momentos en que el consumidor tiene contacto con el producto.

3. Neutralización de malos olores: El control de olores y la frescura son necesidades fundamentales que tocan muchos aspectos de la vida de un consumidor. Es un requisito intrínseco para casi todas las fragancias incorporadas en productos de cuidado corporal y del hogar. Estos productos pueden ofrecer mejoras en la percepción de los consumidores, tranquilidad y satisfacción a través de la reducción o eliminación de muchos malos olores comunes.

Flosan - materias primas para la industria

Flosan fue fundada en 1984 y desde entonces se ha dedicado a la comercialización y distribución de productos químicos (especialidades químicas y genéricos) a través de la asistencia técnica a sus clientes pertenecientes a las industrias de farmacéutica, cosmética, alimenticia y veterinaria. Desde hace 30 años ha atendido a la industria farmacéutica, siendo líder en este segmento, sin embargo, hace un lustro atiende a otras industrias con el mismo éxito.

Datos de contacto: 9ª calle “A” 12-21 zona 11, Ciudad de Guatemala / Teléfono: (502) 2294-1505 / www.flosan.com.gt



COMPROMETIDOS
con el desarrollo
del país.

Valores que
Construyen

COMBEXIM
Generamos Confianza

Zona 13 Guatemala, Guatemala.
Aduana Express Aéreo Aeropuerto Internacional La Aurora
www.combexim.com.gt / PBX: 2387-4949

APROVECHE SUS PUNTOS

AGEXPORT+^{PLUS}

<BENEFICIOS EXCLUSIVOS PARA ASOCIADOS>

EN LOS SIGUIENTES SERVICIOS



- Asesorías especializadas
- Cursos o diplomados
- Ferias internacionales

Los puede canjear a partir de 200 puntos y los mismos vencen en marzo 2020

Consulte sus puntos disponibles en la APP

Para más información:

☎ 2422-3400

✉ servicioalcliente@agexport.org.gt

Síguenos



App disponible en:

