

- Guatemala: Modelo económico primario, mercado externo y mercado interior.

- La cultura del emprendimiento en el contexto guatemalteco.

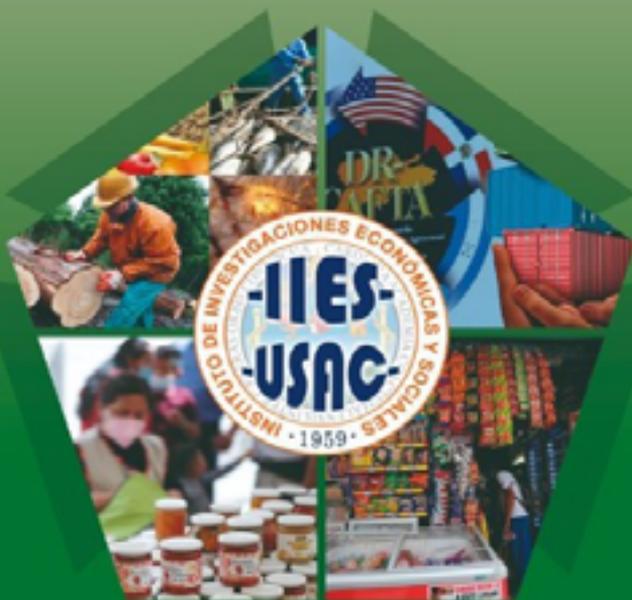
- El impacto económico y social de las tiendas de barrio y la importancia de la responsabilidad social.

- Evolución del comercio internacional de Guatemala "A partir de la suscripción del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de América (RD-CAFTA)".

Revista Economía

Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IIES)

Año LXI Octubre - Diciembre 2023 Edición 238



INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y SOCIALES -IIES-

CONSEJO DIRECTIVO

Dr. Byron Giovanni Mejía Victorio, decano en funciones
Lic. Jorge Roberto Cancino Toledo
MSc. Edgar Arturo Marroquín López

DIRECTOR

MSc. Edgar Arturo Marroquín López

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Dra. Herlem Isol Reyes López
Lcda. Mara Luz Polanco Sagastume
MSc. Mónica Floridalma Hidalgo Motta
MSc. Andrely Maelí Cisneros Flores
Lic. Miguel Ángel Castro Pérez
Lic. Franklin Roberto Valdez Cruz
Dr. Jorge Víctor Murga Armas
Lic. Carlos Morales López
Lic. Carlos Enrique Solís García

CORREO ELECTRÓNICO

hilinreyes@gmail.com
malupol@yahoo.com
hidalgo.monica@usac.edu.gt
cisneros.andrely@usac.edu.gt
cpma5050@yahoo.com
franklinvaldez2000@yahoo.com
jmurga@usac.edu.gt
carlosml@usac.edu.gt
carlosolis_2103@hotmail.com

REVISIÓN

Lcda. Loida Iris Herrera Girón

DIAGRAMACIÓN

María Eugenia Quiñónez Pérez

REPRODUCCIÓN

Marlon Gadiel Velásquez Escobar
Rolando Enrique Briones García



IIES
Edgar Arturo Marroquín López
Director
e-mail: edgarmarro@yahoo.com

Presentación

El Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IIES), como parte de sus funciones investigativas presenta al público lector la Revista Economía No. 238, octubre – diciembre de 2023, con artículos diversos sobre temas relacionados con el modelo económico primario, cultura del emprendimiento, impacto socioeconómico de las tiendas de barrio, evolución del comercio internacional de Guatemala a partir del DR-CAFTA.

En esta oportunidad la Revista No. 238 contiene cuatro artículos elaborados por miembros del equipo de investigación del Instituto, los cuales se titulan: Guatemala: Modelo económico primario, mercado externo y mercado interior, autor Lic. Miguel Castro; La cultura del emprendimiento en el contexto guatemalteco, autora Dra. Herlem Reyes; El impacto económico y social de las tiendas de barrio y la importancia de la responsabilidad social, autora MSc. Mónica Hidalgo; y, Evolución del comercio internacional de Guatemala “A partir de la suscripción del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de América (RD-CAFTA)”, autor Lic. Carlos Solís.

Firme con su compromiso con la sociedad guatemalteca, el IIES enfatiza su obligación académica e institucional de realizar sus investigaciones económicas y sociales de forma objetiva, crítica y

constructiva, con el fin primordial de identificar las causas y buscar e indicar alternativas de solución a la problemática socioeconómica y política del país.

Guatemala, noviembre 2023

“Id y Enseñad a Todos”

REVISTA ECONOMÍA

PUBLICACIÓN TRIMESTRAL

Año LXI, octubre-diciembre 2023, No. 238

Contenido	Página
Guatemala: Modelo económico primario, mercado externo y mercado interior. <i>Lic. Miguel Ángel Castro Pérez</i>	1
La cultura del emprendimiento en el contexto guatemalteco. <i>Dra. Herlem Isol Reyes López</i>	53
El impacto económico y social de las tiendas de barrio y la importancia de la responsabilidad social. <i>MSc. Mónica Floridalma Hidalgo Motta</i>	85
Evolución del comercio internacional de Guatemala "A partir de la suscripción del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de América (RD-CAFTA)". <i>Lic. Carlos Enrique Solís García</i>	113

Resumen

Guatemala: Modelo económico primario, mercado externo y mercado interior, autor Lic. Miguel Castro. La modernización del Modelo Económico Primario de Agroexportación puede convertirse en una poderosa palanca para apoyar el mercado interno, superar condiciones socioeconómicas de la población, iniciar procesos de industrialización, mejorar los términos de intercambio. En otras palabras, es la plataforma económica que permita trascender a Guatemala hacia nuevos y reales derroteros de una mayor participación e integración en el mercado mundial, para lo cual hay que transformar su contenido tradicional.

El sector agropecuario, en específico la agricultura para consumo externo e interno, es una actividad productiva que contiene muchos filones inexplorados de crecimiento y desarrollo social en Guatemala, que se han desaprovechado a lo largo de su existencia, que por tanto no puede seguir en tales condiciones, pues conlleva a su estancamiento.

La agricultura de exportación, agricultura de consumo interno y mercado interior, constituyen una trilogía que deben establecer vínculos entre sí, para su propio fortalecimiento, con miras a superar las debilidades, rezago y estancamiento que presenta el mercado interno guatemalteco. En principio crear, ensanchar y sostener el mercado interno, requiere de fuerza de trabajo, pero no de fuerza de trabajo desempleada, sino de fuerza de trabajo que perciba salarios, pues es uno de los factores indispensables de su crecimiento.

La Agroexportación, el Mercado Interior y el Mercado Externo, son importantes para una sociedad y economía, en especial porque debido a las actuales condiciones sistémicas de la economía internacional, cualquier país sin considerar las especificidades del

El contenido, redacción, opinión y enfoque teórico de los artículos publicados en esta revista, en su forma digital e impresa, son responsabilidad total de sus autores o autoras. Por lo tanto, los mismos no reflejan necesariamente la opinión o puntos de vista de la Dirección.

modelo económico que se tenga, no puede permanecer aislado. Sin embargo, sin la existencia de un Mercado Interno fuerte, ensanchado y sostenible el desarrollo social de Guatemala casi es una quimera, es casi imposible, o en todo caso difícil de alcanzar niveles de una nación desarrollada, o por lo menos tener más equidad socioeconómica.

En síntesis, será que países como Guatemala están cayendo en una trampa histórica, pero además teórica y práctica de su realidad, en el sentido de aceptar que el Desarrollo Socioeconómico, se construye solo buscando la preeminencia de la agroexportación, algo así como siguiendo los pasos al estilo de los mercantilistas con su acumulación de metales preciosos, considerando solo la participación unilateral del mercado externo, pero divorciados del mercado interno, que al final es nuestro verdadero mercado, sin olvidar que nos encontramos en un mundo diverso de multiplicidad de complejas relaciones mercantiles internacionales.

La cultura del emprendimiento en el contexto guatemalteco, autora Dra. Herlem Reyes. El emprendimiento es considerado un motor fundamental de crecimiento y desarrollo económico de los países, y que en ese sentido, fomentar una cultura emprendedora, conlleva a plantear estrategias encaminadas a promover un conjunto de conocimientos, valores, hábitos, costumbres, cualidades y formas de pensar que identifican a una persona para actuar y tomar decisiones con un espíritu emprendedor. En el marco del estudio se aborda la forma en cómo se fomenta la cultura del emprendimiento en el contexto guatemalteco, resaltando características, principios y valores que se promueven a través del marco jurídico e institucional, con el objetivo de incentivar y fortalecer el emprendimiento en Guatemala. Como parte del análisis se describen también, los retos y desafíos que enfrentan los guatemaltecos en el proceso emprendedor, resaltando la escasa efectividad de las intervenciones estatales para que

puedan competir desde una perspectiva de ventajas competitivas y comparativas en el marco de la globalización.

El impacto económico y social de las tiendas de barrio y la importancia de la responsabilidad social, autora MSc. Mónica Hidalgo. La presente investigación analiza como Guatemala enfrenta retos, cambios económicos, políticos, culturales y sociales.

Los consumidores han cambiado de forma drástica sus hábitos de compra, los lugares específicos en donde compran ya no son los mismos, incluso prefieren realizar compras en línea. El objetivo de la investigación es mejorar la calidad de vida de los habitantes y exponer la importancia del tema de Las Tiendas de Barrio y el Medio ambiente, proteger los recursos naturales en equilibrio con el desarrollo social, cultural, económico y territorial, para que permitan satisfacer las demandas actuales y futuras de la población en condiciones de sostenibilidad y resiliencia, ante el impacto de los fenómenos que la naturaleza presente.

Dentro del análisis de las tiendas de barrio en términos generales, se manifiesta el aporte y desempeño por cumplir y alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible a largo plazo, específicamente en los numerales 8, 9 y 12 los cuales en resumen significan lograr niveles más elevados de productividad, incrementar empleos, fomentar el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones, disminuir la generación de desechos mediante políticas de prevención, reducción, reciclaje y reutilización.

Evolución del comercio internacional de Guatemala "A partir de la suscripción del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de América (RD-CAFTA)" autor Lic. Carlos Solís. El Tratado de Libre Comercio DR-CAFTA con los Estados Unidos de América representó para los países de Centroamérica, la permanencia de los beneficios con los que venían negociando en

el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) y la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (ICC). Instaurando un marco jurídico regulatorio que diera mayor certeza a sus relaciones comerciales, pasando de tratos unilaterales a relaciones en condiciones “recíprocas”, dicho de otra manera, recibir los beneficios de la reducción o eliminación de los aranceles a sus exportaciones desde la región centroamericana, como las provenientes del país del norte. Bajo este contexto se esperaba que con mayor apertura de la región y la mejora a la normativa mercantil centroamericana inducida por la suscripción del DR-CAFTA, se generara mayores oportunidades de inversión, comercio y empleo en los países signatarios (países emergentes). Pero, ¿Cuál es la evolución del Comercio Internacional de Guatemala (país en villas de desarrollo) ante los Estados Unidos de América, 17 años después de que entrado en vigor el referido Tratado de Libre Comercio? (...)

Guatemala: Modelo económico primario, mercado externo y mercado interior

Lic. Miguel Ángel Castro Pérez*

I Modelo de agroexportación

Antes de la caída del Muro de Berlín en 1989 y posterior desaparición de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) en 1991, a nivel global imperaban 2 modelos económicos plenamente identificados, definidos, diferenciados, antagónicos el uno del otro desde posturas económicas, políticas, militares e ideológicas: el Capitalismo y el Socialismo. En el mundo existía la bipolaridad de potencias: USA-URSS. La primera de ellas sustentaba el funcionamiento y desarrollo de su economía, en privilegiar el Mercado y sus leyes, alejándose de la menor intervención del Estado, situación que continúa.

Mientras que el segundo modelo sistémico, se apoyaba en la denominada Planificación Central de la Economía, tratando de limitar la participación del mercado, por tanto, de privilegiar una mayor intervención en la conducción económica concentrada en el máximo ente de la superestructura que es el Estado. El presidente Ronald Reagan sentenciaba de manera lapidaria en la década de los 80 del siglo XX, junto a su aliada ideológica la primera ministra del Reino Unido Margaret Thatcher, expresar que el Estado no es el problema, el problema es el Estado, o sea, hay que dejar todo el funcionamiento de la economía en el poder absoluto del mercado.

Ningún modelo económico existe de manera pura, ya que cuando nos referimos al capitalismo, el capitalismo per se no es

* Investigador en el Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IIES), Universidad de San Carlos de Guatemala.

mercado como de forma equívoca se ha pregonado, porque en ese modelo económico también se planifica. Por el contrario, de igual manera se considera un error asociar Socialismo con Planificación, lo cual si se quiere tan solo es una verdad relativa, ya que en este sistema también participa el mercado. La planificación no es algo exclusivo del socialismo, pues a otro nivel también se planifica en el propio Estado, las empresas, las familias y hasta en las personas.

Ya sea el mercado como la planificación son elementos no exclusivos de ningún modelo económico, más bien son elementos consustanciales a la dinámica económica de un sistema, o bien, de un país concreto. También hay que indicar que intervienen factores de la superestructura. En Guatemala, se tiene la Secretaría de Planificación de la Presidencia. (Segeplan), que por razones ignoradas, se pretende convertir en Ministerio por el gobierno de la república.

Ahora bien, distinto es cuando se hace referencia a una concepción más avanzada o superior, que pretenda modificar el carácter del modelo imperante de la economía, porque se estaría frente al hecho de sustituir las relaciones de producción vigentes, para dar paso a un modo de producción diferente, es decir, que al interior de lo sistémico puede darse el surgimiento de los llamados tipos de economía, pero sin que por el momento la esencia del modelo cambie, si no, es hasta cuando se encuentren consolidadas las nuevas relaciones de producción, pues recordemos que en cada formación social existe una Ley Económica fundamental.

En el capitalismo una de sus últimas expresiones corresponde al Neoliberalismo, o bien en el modelo socialista, con el denominado socialismo del siglo XXI que se deslinda del socialismo real que existió por muchas décadas, que por cierto la crisis es de este

socialismo, pero no crisis en el marxismo, en tanto que horizonte para explicar las leyes del movimiento, funcionamiento y desarrollo del régimen capitalista y las relaciones de producción, circulación y distribución que le pertenecen.

Es válido hacer esta breve referencia, para preguntarnos **¿Qué son los Modelos Económicos?** y poder decir que son ciertos mecanismos que por medio de la ciencia y la técnica, permiten el funcionamiento y desarrollo de la economía, pero también de la sociedad, de un sistema, sin calificarlos si son buenos o son malos, que pueden concebirse ya sea a nivel de un país concreto, o bien en un ámbito más amplio de un sistema, desde luego que en su configuración intervienen intereses de clase, factores de la superestructura como la ideología o la política. Los modelos económicos contienen una visión y una misión como fundamentos de su existencia.

Se tiene el caso de economías de libre mercado, planificadas, de economías mixtas, de economías cerradas y de modelos específicos: República Popular de China, Corea del Norte, los Dragones Asiáticos. De cualquier manera, en los modelos económicos está presente el modo de producción prevaleciente, que es la base material de la formación socioeconómica, donde las relaciones de producción dominantes, la estructura económica, determinan las particularidades de la sociedad y economía, de acuerdo a las formas de propiedad existentes sobre los medios de producción y de los intereses de clase.

Para Guatemala, se asume que el actual modelo económico, como una totalidad y unidad de sus expresiones heterogéneas, según determinada época histórica se inscribe en el capitalismo, ya que sus relaciones de producción dominantes corresponden a

ese sistema, desde luego que presentando características propias, respecto a otros países, que forman parte de la misma formación capitalista, diferenciándose según el grado de desarrollo que presentan las fuerzas productivas, que de alguna manera explica la dualidad de países desarrollados y subdesarrollados.

El Modelo Económico guatemalteco se ha sustentado de manera tradicional en la Agricultura de Agroexportación, estructurado dentro del régimen capitalista, reconociendo que existen otras actividades productivas, ya que tal actividad ha sido la que tiene mayor participación en la integración del Producto Interno Bruto (PIB), aunque últimamente ha venido decreciendo. Decrecimiento que en cierta medida ha sido compensado en el ingreso de divisas por un sustituto *“asombroso e enigmático”* llamadas Remesas Familiares.

La agroexportación presenta diversidad de aristas y contradicciones, unas de carácter económico, de tipo social o de naturaleza política, siendo una de ellas que su destino final es el mercado externo, repercutiendo en el descuido de la oferta nacional de bienes agrícolas para consumo doméstico, por la débil relación con el mercado interno, que significa en preservar su limitación o poco desarrollo.

Oportuno es preguntarse **¿Por qué Guatemala es exportador de materias primas agrícolas?** La respuesta que nos aproxima a conocer tal interrogante, la brinda la Economía Política e Historia Económica, en el contexto de la acumulación y valorización de capital por los países exportadores de esos bienes, de las relaciones del comercio exterior entre bloques o naciones, que es una cuestión no reciente, pues se conoce desde civilizaciones pasadas y continúa en tiempos modernos.

En principio esta situación se remonta a la clásica División Internacional del Trabajo y “teoría” de las ventajas comparativas, cuando el mundo por intereses económicos, ideológicos, geográficos o políticos de las potencias, fue dividido para que unos países exporten materias primas que sus economías no producen y necesitan. Materias que en algunos casos no tienen la cualidad de ser estratégicas, por lo mismo prescindibles, teniendo como contrapartida la producción de bienes industriales.

Siguiendo esta perspectiva también es importante referirse a Los Términos de Intercambio y su relación con la Agroexportación, que para Guatemala siempre han tenido una tendencia desfavorable, porque descansan en la producción de mercancías de origen agrícola para el mercado externo, con incorporación de poco valor agregado, no siendo el caso de las industrializadas, lo cual significa que hay que cultivar más bienes agrícolas en comparación con el volumen de las importaciones. En otros términos, hay que dar cantidades mayores de nuestras mercancías y recibir cantidades menores, más por menos.

Mercancías manufacturadas por la gran industria, sobre las cuales los países subdesarrollados no disponen ningún dominio, control y autonomía como son los vaivenes de precios, demanda y otro cúmulo de restricciones, por el carácter monopólico y oligopólico de los mercados internacionales, resultando que los precios de las agroexportaciones cada vez se deprecian más, frente a la valorización de las importaciones provenientes de países desarrollados. No hay reciprocidad en este intercambio comercial por más que se hable de libre competencia. En la práctica, la realidad de la actividad del comercio internacional, ocurre entre condiciones desiguales de los países, aunque la apariencia es de homogeneidad.

Esta depreciación conduce inexorablemente, a que Guatemala tiene que realizar una transformación profunda del Sector Agrícola. No puede seguir produciendo y exportando mayores cantidades de valores de uso, a cambio de poder importar la misma o menores cantidades de bienes industrializados, que al final son transferencias de capital por esta vía, al estilo de lo que sucede con la deuda externa. He ahí que Los Términos de Intercambio, son un indicador que en sentido amplio indican o miden el poder adquisitivo de las exportaciones guatemaltecas en general, en comparación a los precios de las importaciones que siempre la tendencia es al alza, circunstancia que se concreta en Relaciones de Intercambio desfavorables, como ha sucedido en la historia del comercio internacional del país.

Pero no solo eso. Una interpretación más seria y exhaustiva de tener y mantener Términos de Intercambio perniciosos, es que también ocurre una depreciación de salarios a nivel nacional, que se traduce en el encarecimiento de los principales bienes de la dieta alimenticia para la población consumidora, lo cual significa requerir un mayor desgaste en el uso de la fuerza de trabajo al exigir mayor productividad, prolongación de la jornada de laboral, pérdida de esfuerzo productivo del país, entre otros efectos.

Es así, que a unos países se les llamó desarrollados y a otros de forma peyorativa subdesarrollados para marcar una sustancial diferencia, derivado de la contradicción entre la producción de bienes agrícolas o de productos industriales. Se dice clásica división, porque es el origen de lo que ahora se conoce con la Nueva División Internacional del Trabajo, que aparte de subyacer los aspectos indicados, se incluyen la incorporación de la ciencia en condición de factor importante de las fuerzas productivas, como nunca antes se había conocido en la historia de la humanidad, en

modos de producción precapitalistas y en los inicios del capitalismo premonopolista.

El punto de partida o génesis de dicha segmentación del trabajo, se encuentra en las manifestaciones más sencillas y humildes, de las primeras formas de organización social y actividades productivas de la humanidad, iniciadas por la recolección directa de bienes de la naturaleza, en la caza y pesca, dando lugar a la División Natural del Trabajo, cuando ya se había superado la etapa del nomadismo, siendo en esta división natural, donde reside el “*secreto*” de las ulteriores divisiones del trabajo, que corresponden en principio a las 3 Grandes Divisiones Sociales del Trabajo en los modos de producción esclavista y feudal que anteceden a las múltiples y sucesivas divisiones conocidas en la actualidad capitalista.

Por el incipiente desarrollo de las fuerzas productivas en los inicios de la sociedad, todavía no se manifestaba de forma definida la División Social del Trabajo, sobresaliendo la inexistente productividad, ausencia del excedente y de la propiedad privada. Un avance posterior conlleva a que los miembros de la comunidad, de manera conjunta realizaran actividades frecuentes, que van a ser elementos determinantes en el punto de partida de aquella.

Es con el paso del tiempo, la adquisición de conocimientos, acumulación de experiencia, destreza y habilidades, emanadas de la repetición de tareas en el trabajo, que ocurre un gran avance histórico dando lugar al apareamiento del plus producto, que significó el frágil inicio del intercambio y de relaciones “mercantiles”, por lo que parte de la población fue liberada de las tareas propias de la agricultura, para dedicarse a labores diferentes.

Se aclara en el presente Ensayo, que la División Social del Trabajo, es la unidad y totalidad de un proceso profundo, complejo y ascendente de larga duración e ininterrumpido en la sociedad. De ninguna manera son divisiones aisladas, que surgen por generación espontánea o por voluntarismos, que no tienen nada de sencillo, siendo la finalidad última de hacer referencia a ella, para saber que el Modelo de la Agroexportación en Guatemala tiene una base histórica, universal, económica, social y política.

Este modelo gravita alrededor de la División del Trabajo y de la División Internacional del Trabajo, que, aunque se diga que es desfasado referirse a grandes acontecimientos del pasado, determina que la economía nacional sea una formación dependiente, exportadora de materias primas agrícolas, que desde luego no implica estar en contra de tal actividad.

En ese sentido a las naciones desarrolladas se les “asignó” la función de crear mercancías industrializadas, que sigue dándose actualmente, agregado a la incorporación masiva de medios tecnológicos catalogados de punta, como las telecomunicaciones para fines de comercialización y acceso a mercados, la robotización que es nada menos que mayor presencia de capital constante en sustitución de capital variable, la inteligencia artificial, los descubrimientos propios de las 5R y el Chat GPT desarrollos especializados que presentan la característica de su corta vida útil, provocada por la obsolescencia de los incesantes, nuevos y superiores descubrimientos científicos.

En contraposición a otro grupo de países, los subdesarrollados, incluso desde una postura que contiene fuerte dosis de subordinación y dependencia, respecto de sus relaciones mercantiles externas, pero también a la par de una incesante destrucción de recursos

naturales renovables o no renovables, se les estipuló la tarea de ser productores de diversos bienes de origen primario, a unos con énfasis en materias agrícolas y a otros de producción extractiva, condición que en el siglo XXI persiste y que más bien se ha agudizado, con el consiguiente impacto por la siembra incontrolada de monocultivos.

Guatemala se encuentra atrapada en esta aberración económica de destrucción de las 2 fuentes que crean la riqueza que son el ser humano y la naturaleza, pues la esencia de la estructura del Modelo Económico de acumulación primario agroexportador, más bien se ha reforzado y que también ayer al igual que ahora, sigue siendo incompatible con la pérdida irreversible del medio ambiente, deforestación, eliminación de especies vegetales y animales, algunas de las cuales condenadas a desaparecer para siempre de la faz de este maravilloso planeta azul.

El carácter de esta actividad primaria en Guatemala data desde hace largo tiempo, manteniendo un divorcio y falta de empatía con la producción de consumo interno. Es decir, que las políticas de Estado no se han orientado a la ampliación e integración del potencial que representa el mercado interno, en el entendido que no debe considerarse únicamente como producción de consumo nacional y que mercado externo tampoco debe asociarse de forma unilateral, con creación de bienes para la exportación o consumo fuera del territorio nacional.

No se trata de considerar porcentajes de participación de cuanto corresponde a uno u otro mercado, se trata de buscar la complementariedad entre ambas producciones y mercados, que con el auxilio de las correlaciones, como herramientas teóricas que proporciona el Materialismo Histórico, nos permite identificar que si es posible establecer la simbiosis entre Mercado Interno y

Mercado Externo, o lo que es lo mismo entre la producción agrícola de consumo doméstico y la agroexportable.

Bajo esta lógica es posible crear una complementariedad de los 2 mercados y ambos tipos de producción agrícola, congruente con el Modelo Económico de Guatemala, ya que por el momento no se visualizan cambios, pero al menos se elimina la contradicción económica y productiva del sector agrícola, traduciéndose en fortalecer sobre bases sólidas la economía nacional con el circuito monetario-mercantil interno e internacional, en beneficio de la sociedad guatemalteca, en especial de mejorar las condiciones socioeconómicas de amplios sectores de la población.

Las Políticas Económicas y Sociales de Guatemala deben estar apoyadas entre otras cuestiones en la potencialidad y unidad de los mercados externos e internos, que sería el comienzo para impulsar cambios cuantitativos y cualitativos, que comprenda no solo la estructuración de una variante del Modelo Económico Agroexportador, sino que su capacidad productiva se encamine a una real industrialización agrícola, que se ha postergado por mucho tiempo y dada la cambiante coyuntura internacional, ya no puede seguir esperando.

Se entiende que es cuestión difícil de lograr, si bien no imposible, pues se reconoce que hay intereses contradictorios al interior y fuera del país, pero también es innegable que hay puntos de encuentro comunes. Las contradicciones no son absolutas, entre lo blanco y lo negro existe un eslabón intermedio que es el color gris.

Cuando se alude a la producción primaria agroexportadora, nos referimos a uno de los elementos del sector I de la economía, que respecto a países desarrollados existe una diferenciación con

países subdesarrollados, quienes también se dedican a la actividad agrícola, pero con modalidades o técnicas de producción de primer mundo, enfocándose a la industrialización en espacios específicos denominados fábricas, con utilización preponderante de una fuerza de trabajo capacitada, con variedad de insumos mejorados y de alto rendimiento en los procesos productivos

En Guatemala es justamente esa fase de industrialización de la agricultura la etapa que hace falta estructurar. No se debe ser derrotistas o fatalistas, en cuanto a que tales bienes ya industrializados van a ser rechazados por el mercado externo. Es la oportunidad para que Guatemala, derivado de la crisis alimentaria mundial se lance a la aventura de conquistar nuevos mercados, separándose en lo posible de los mercados tradicionales que solo importan materias primas casi en condición de materias brutas. Se deben abrir nuevas fronteras, nuevos horizontes, nuevos mercados, donde diferentes instancias de gobierno tienen y deben que integrarse. Por ejemplo, utilizar toda la estructura del cuerpo diplomático para lanzar toda una campaña agresiva de promoción comercial de los bienes agroexportables.

El proceso productivo de la agricultura en países desarrollados, es contrario a la realidad de lo que sucede en sociedades subdesarrolladas, pues para el caso de Guatemala se da el pecado original de utilizar básicamente 2 factores: grandes extensiones de tierra e inmensos contingentes de fuerza de trabajo sin mayor preparación, excepto en algunas fases manuales de la producción, mercancías que contienen menor significación de valor agregado, desde la fase del cultivo hasta la exportación final.

Es una producción agrícola sin mayor transformación, siendo convertidas fuera del mercado interno en mercancías industrializadas

para satisfacer necesidades de poblaciones de los países importadores, con el agravante que en muchos casos los bienes previamente exportados como materias primas, retornan en calidad de productos finales para el consumo en los países de origen.

Guatemala no escapa a que el sector real de la economía e ingreso de divisas, sigue descansando invariablemente en buena medida en la agricultura agroexportadora, permaneciendo los mismos productos tradicionales del pasado e introducción en el cultivo de algunos recientes. En cuanto a las remesas familiares, a diferencia de las divisas de la agroexportación es peculiar, que cuando se hace referencia a ellas, se resalta de forma unilateral el aspecto cuantitativo de sus cantidades, no así las contradicciones internas socioeconómicas, que son las verdaderas causas que expulsa a las personas, más puntual a la mercancía fuerza de trabajo.

Se enfatiza que las remesas familiares crecen año con año, sin mencionar que tienen el pecado de fomentar una economía consumista, descuidando el análisis de un enfoque socioeconómico, tanto de las remesas como de los migrantes, que son expulsados y auto expulsados del país en que nacieron, generando esta “*maravillosa*” mercancía fuerza de trabajo de exportación, los grandes volúmenes de pobres dólares enviados al país. Pobres porque los crea una fuerza de trabajo, que a pesar de “vivir” en un país rico: USA, siguen siendo pobres. Ahora su condición de pobreza se transforma en una especie de ilusión óptica, pues en cualquier situación es mejor seguir siendo pobres en un país rico, que seguir como pobres en un país pobre. ¿Qué es preferible?

La falta de políticas de Estado que posibiliten la modernización e industrialización del agroguatemalteco, que a su vez permita superar obstáculos arraigados de la Cuestión Agraria,

ha dado lugar a la proliferación de otro tipo de disfuncionalidades estructurales, cual es el caso de la posesión concentrada de la tierra como principal medio de producción. Para Marx: “*La tierra es su despensa primitiva y es, al mismo tiempo, su primitivo arsenal de instrumentos de trabajo.... Y aquí volvemos a encontrarnos, como medio general de trabajo de esta especie, con la tierra misma, que es la que brinda al obrero el locus standi, y a su actividad el campo de acción...*”).

La Cuestión Agraria y su obsolescencia coadyuvan al mantenimiento estático del Modelo Primario Agroexportador, entorpeciendo obtener mejores niveles de crecimiento económico por otras vías, en correlación con potenciar la producción agrícola de consumo interno, acontecimientos que se vienen a sumar a problemas estructurales y coyunturales expresados en desempleo, pobreza, migración salud, educación o destrucción del medio ambiente.

Este entramado colisiona con la actividad productiva de consumo interno y la exportable, donde el envío de divisas en general y en particular las remesas familiares que no intervienen en la composición del PIB, es cuando esas remesas, quiérase o no, son cada vez más imprescindibles en una economía que se mueve sobre los montos enviados al ser su soporte, porque qué pasará cuando disminuyan, ya que el fenómeno social de la migración no es eterno.

Entonces la pregunta obligada es: **¿Será que las remesas familiares constituyen el nuevo e inédito Modelo Económico, que consciente o inconscientemente se impulsa, rivalizando con el actual modelo primario agroexportador?**, nuestra opinión es que por el momento no existe acuerdo o desacuerdo, mientras

las pobres remesas familiares (pobres porque las generan los migrantes pobres o pobres migrantes, el orden de los factores no altera el resultado) enviadas por los migrantes, representen la palanca real en el funcionamiento de la economía guatemalteca.

“Las Divisas bajo la forma de Remesas Familiares”, en términos relativos se acercan a un 20%, del PIB, que en tanto y en cuanto ese flujo exista no hay problema en el corto y mediano plazo, pero sí en el largo plazo cuando Guatemala se torne más dependiente de sus volúmenes y esta mayor dependencia irónicamente es mayor problema para la economía nacional, a pesar que de forma constante su ingreso sea creciente, pues se debe tener presente las fuertes medidas migratorias restrictivas que impulsa USA, que ni más ni menos es contención de la migración, o lo que es igual disminución de las remesas.

En la carrera o competencia entre remesas familiares y agroexportación, es indudable que la economía guatemalteca se beneficia, no obstante, en el largo plazo cuando los montos de ambas divisas disminuyan, esperamos que no sea así, tendrá un impacto en la sociedad. Esta especie de radiografía realizada es una seria llamada de atención para reflexión del gobierno y Estado guatemalteco, pero más que reflexionar es urgente cambiar el actual ritmo del funcionamiento y perspectivas de desarrollo de la economía nacional, fundamentada en las remesas familiares y divisas de la agroexportación.

En fin, Guatemala se asienta en el grupo de países de economía pequeña y de una relativa diversificación de la producción agroexportadora, al igual que los demás países del área, permaneciendo sin introducir cambios que apuntalen nuevas tendencias o variantes de esta importante actividad económica, en

el entendido que acá no se argumenta su desaparición, más bien la perspectiva debe ser potenciarla al máximo.

Se reconoce que es inaplazable la reactivación sectorial de la actividad primaria que corresponde a la agricultura agroexportadora, desde luego sin abordarla con una visión del pasado, es decir, empezar a dejar atrás la modalidad de realizarla de manera extensiva o de monocultivo, pues sigue sin mostrar expresiones diferentes prácticamente desde su institucionalización, que conlleva a que esta forma específica de agricultura, sea necesario transformarla para su propio fortalecimiento, expansión y beneficio.

En efecto lo que acá se plantea en este Ensayo es todo lo contrario. De tal manera que, para evitar malos entendidos e interpretaciones tergiversadas, se trata de proponer que sí es posible arribar a una concepción moderna de agricultura de exportación, abandonando o sustituyendo paulatinamente la manera tradicional de su cultivo y canales de comercialización, es decir del estilo o modalidades de cómo se ha realizado hasta el presente, sustentada en el uso cuasi absoluto extensivo de la tierra y de fuerza de trabajo asalariada rural y campesina.

La visión y misión que corresponden a las actividades productivas del sector exportador y agroexportador, son actividades que no deben ser ajenas a la demanda del mercado interno, en el entendido que la agroexportación es y será un agente multiplicador de beneficios directos para dicho mercado, que es algo que nunca se ha analizado e intentado establecer de manera seria en calidad de Política de Estado. Ambos tipos de producción agrícola no son contradictorios, son complementarios, que poseen muchas bondades y que es necesario despertar para lograr un nuevo Modelo Económico de Guatemala.

No obstante, el carácter dependiente de la economía guatemalteca, en conjugación con el ámbito internacional en que se inscriben sus relaciones comerciales, es prioritario buscar los mecanismos internos en la creación y transferencia neta de valor, que hoy en día tiene la agroexportación en mínima expresión, haciendo menos sensible la situación desigual y desventajosa frente a países industrializados con características y condiciones totalmente disímiles a las nuestras.

Se es consciente que Guatemala, al igual que muchos países, pertenecen, o mejor dicho son engullidos por un orden económico internacional por demás injusto, que en los últimos tiempos las potencias y bloques económicos, buscan aparentemente establecer paradigmas, pero sin cambiar su esencia, conservando la hegemonía de países y bloques económicos poderosos, por sobre los intereses de países subdesarrollados, por lo que es de esperar que seguirán imponiéndose sin establecer diferencia alguna, como si todos fuesen iguales, cuando las reglas del juego al final son discriminatorias, manteniendo la división de mundo desarrollado y mundo subdesarrollado.

La modernización del Modelo Económico Primario de Agroexportación puede convertirse en una poderosa palanca para apoyar el Mercado Interno, Superar Condiciones Socioeconómicas de la Población, Iniciar Procesos de Industrialización, Mejorar Los Términos de Intercambio. En otras palabras, es la plataforma económica que permita trascender a Guatemala hacia nuevos y reales derroteros de una mayor participación e integración en el mercado mundial, para lo cual hay que transformar su contenido tradicional.

II Carácter general de la agricultura guatemalteca

Es un hecho histórico trascendental que la primera actividad económica, realizada por el ser humano de manera sistematizada corresponde a la agricultura, cuando la sociedad ya mostraba un grado de ascenso, aunque mínimo de las fuerzas productivas y que ahora en día, formaciones como Guatemala, la agricultura prórroga su importancia en una variedad de aspectos que van desde la utilización de fuerza de trabajo agrícola, referida a la producción interna, a las exportaciones, que conlleva la creación de divisas. Sin embargo, debe reconocerse que presenta facetas que de alguna manera riñen con el desarrollo del país, en el sentido de unidad y totalidad de sociedad que debe buscar superar el subdesarrollo, sin desconocer su pertenencia al capitalismo.

En principio la práctica de la agricultura estuvo bajo la responsabilidad de la mujer identificada con el matriarcado, ya que el hombre se dedicaba a actividades riesgosas, de fuerza y de extremo peligro, para lo cual se organizaban bajo la modalidad de la Cooperación Simple. Posteriormente las atribuciones de las prácticas agrícolas recaen en el hombre, en una fase consolidada de la comunidad primitiva bajo el patriarcado.

La agricultura en el siglo XXI mantiene vigencia, ya sea en países desarrollados o subdesarrollados, pero con mayor énfasis en los segundos, determinando que la Composición Orgánica del Capital (COK) sea baja por la cuantiosa participación de fuerza de trabajo, contrariamente a la condición de los países industrializados donde la agricultura se sustenta en una COK alta, por el menor requerimiento de capital variable y mayor uso de capital constante.

En cuanto a los inicios y surgimiento de la agricultura guatemalteca, se tiene conocimiento que fue el primer sector

productivo, considerado en sentido estricto su gestación desde la época prehispánica con los cultivos propios de cada región, continuando durante el período colonial en especial con la grana y añil, que de otra parte permitió establecer relaciones con el mundo exterior, ampliando estos 2 importantes momentos históricos, con los clásicos productos de exportación que hoy en día existen.

Obsérvese que como todo proceso socioeconómico, el fenómeno gradual que estableció las bases de crear la actual agroexportación del siglo XX y XXI, no son recientes, pues se forjaron en épocas pasadas. También es de mencionar que a la fecha siguen produciéndose una diversidad de cultivos ancestrales, que son fuente de alimentación de segmentos poblacionales, formando parte de la cultura y patrimonio de pueblos originarios, cultivos que además han sido la plataforma para que instituciones gubernamentales como el Instituto de Ciencia y Tecnología Agrícola (ICTA) hayan creado variedades de especies resistentes a plagas y condiciones de clima.

De manera específica cuando la agroexportación ya se encuentra caminando por sí misma, el momento de su configuración y consolidación puede vincularse con la introducción del cultivo del café en la época del denominado proceso de reforma liberal en 1871. Su comportamiento no ha sido homogéneo, ya que el dinamismo de la agricultura exportable más bien se asocia con la demanda externa de ciertas materias primas, figurando el café, algodón o caña de azúcar.

Una peculiaridad de la agricultura guatemalteca concebida como algo indiviso, es la que existe entre la producción de exportación, que es fuente creadora de plusvalía, en relación con los cultivos de consumo doméstico, cuando su finalidad última no

es generar plusvalía, sino valores de uso, no valores de cambio, en el contexto de una Economía Mercantil Simple (EMS), en tanto que aquella es como EMK. Se indica que ambas clases de producción mantienen íntima dependencia con el uso y distribución de la tierra con características contrapuestas, dando lugar al apareamiento de la dualidad minifundio-latifundio, en quienes se personifican las figuras del latifundismo y el minifundismo.

Esta pareja de minifundio y latifundio, que más bien es una pareja dispareja por las especificidades propias de cada uno de ellos, con sus respectivas relaciones de producción que le pertenecen, constituye la estructura fundamental de la cuestión agraria guatemalteca, que ha permanecido invariable, no por años, ni por décadas, sino, por siglos, haciendo fluir una matriz de problemas socioeconómicos, que sin caer en posturas absolutistas o deterministas es el epicentro que genera, extiende y profundiza la gran mayoría de disfuncionalidades de la formación guatemalteca, considerada como un organismo vivo en dialéctica unidad y totalidad de sus intrínsecas contradicciones en lo económico, social y político.

La coexistencia del latifundio-minifundio, deriva en un fenómeno por demás complicado, cual es la imparable atomización de la tierra, pero al mismo tiempo su concentración. Es así que la agricultura con sus cultivos de exportación o monocultivo, se localizan en las fincas multifamiliares que son unidades mayores a una caballería, en tanto, que la agricultura de productos de consumo interno como maíz, frijol, hortalizas, verduras, legumbres o frutas, se cosechan en parcelas nombradas microfincas y en las subfamiliares que son menores de 10 manzanas, desde luego con algunas excepciones en cuanto a la diversidad de cultivos y que dada las pequeñas extensiones, son unidades que resultan ser antieconómicas, aparte de la constante degradación del medio ambiente.

También el latifundio no solo en Guatemala, sino en los países donde aún pervive, desempeña una condición antieconómica al igual que el minifundio, pues a pesar del uso extensivo de la tierra, su esencia sigue invariable, al permanecer grandes territorios ociosos. La génesis del latifundismo se encuentra en la Colonia, con la apropiación de tierras y fuerza de trabajo indígena, cuando la Corona Española concedió grandes cantidades de tierra a los conquistadores y primeros pobladores, como estímulo de su llegada y asentamiento en el entonces Reino de Guatemala, utilizando los instrumentos de la Encomienda y Repartimiento.

En cuanto al minifundio, en esta forma de tenencia de la tierra, se ejecuta una sobreexplotación debido a la pequeñez de las unidades, que por más que suceda ese hecho, el rendimiento de la producción siempre es bajo. Asimismo, en el minifundio existe otro problema social, originado por el exceso de disponibilidad de fuerza de trabajo a su interior, en tanto que en el latifundio se dan déficits, al demandarla de forma mayoritaria en la época de siembra o recolección de cosechas, que muchas veces son causa de su pérdida, por no disponer de ella en el momento requerido.

Uno de los factores que en el ámbito doméstico “*alimentan*” el proceso inflacionario, es esta dualidad de la agricultura en Guatemala, expresada en la insuficiente producción alimenticia para consumo interno, la que proviene de las regiones minifundistas, al ser incapaz de satisfacer en primera instancia las necesidades de sus poseedores, mucho menos de la población de escasos recursos dinerarios.

Se debe saber que en dichas explotaciones, el minifundista se dedica con énfasis a la producción de granos básicos, que es la principal fuente de la dieta alimenticia de la generalidad de guatemaltecos, pero por la escasa productividad se recurre a la

importación de alimentos a precios elevados o no aptos para el consumo humano ya que la “vida útil” de los mismos ha caducado. Contrario a esta situación las grandes explotaciones agrícolas no son productoras de alimentos básicos, pues la finalidad es diferente.

Estas 2 principales modalidades de la agricultura guatemalteca, una para destino interno y otra para el externo, están estructuradas por las relaciones de producción existentes en determinado momento, que son las que originan las diversas formas de propiedad de la tierra, porque aparte de la coexistencia del minifundio y latifundio que se encuentran en un régimen privado, también está la propiedad comunal, municipal y del Estado.

El capitalismo subdesarrollado y dependiente de Guatemala además de la actividad de agricultura interna y de la agricultura externa, de la concentración y atomización de la tierra, de la coexistencia de formas defectuosas de tenencia de este medio de producción, constituyen todo un conjunto de elementos que frenan el desarrollo de las fuerzas productivas, acelerando el proceso de proletarización en el agro, en particular por la no pertenencia de tierras, dando lugar para que en años recientes se potencie la migración externa.

Una vez reconocida la existencia de estas 2 realidades llamadas Minifundio y Latifundio con divergentes connotaciones económicas, sociales, políticas e ideológicas, se pueden conformar las trilogías Minifundio-Agricultura de Consumo Interno-Mercado Nacional y Latifundio-Agricultura de Exportación-Mercado Internacional, que por lo ya expresado tienen finalidades e intereses incompatibles, al estar incrustados en la medula de la estructura socioeconómica, no solo del agroguatemalteco, sino que se replica y proyecta en los heterogéneos ámbitos de la vida nacional.

Se tiene que la agricultura de plantación en el consumo interno es casi inexistente, repercutiendo en varias aristas en detrimento de la fuerza de trabajo que labora en tales cultivos, pero también en el sector de la agricultura campesina, pequeños propietarios agrícolas y población rural. Aceptado el hecho que la agroexportación es para destino externo, al dejar de lado esta unilateralidad, no debería existir ninguna limitación para el consumo interno, en el entendido que la producción agrícola exportable y de consumo interno no deben ser excluyentes, lo que es posible siempre y cuando que figure la solidaridad antropocéntrica de que el ser humano es primero, como lo contempla la Carta Magna de la República.

Asimismo, la tierra para la agricultura de exportación manifiesta su concentración en específicas regiones geográficas y departamentos de Guatemala, calificándolas como las tierras más bondadosas derivado de contextos climáticos, fertilidad, estructura física y vías de acceso hacia los principales puertos de salida, cuyo ícono de referencia es la Costa Sur, porque esta zona es la más apta para dichos cultivos, representando más o menos un 40 % de la producción agroexportable, aunque también se incluyen regiones ubicadas en departamentos de Petén, Izabal o Santa Rosa, conduciendo a una mayor utilización y concentración de la tierra, privilegio que no es posible para pequeños productores, que además se encuentran invisibilizados como sujetos de crédito.

En contraste a lo descrito se identifica el Altiplano Occidental y otras regiones, como tierras que por variedad de causas no son idóneas para la agricultura a gran escala. A diferencia de extensiones en la costa sur, las que corresponden a tierras minifundistas del país, sobresalen las pequeñas parcelas que por sí mismas, carecen de sustentabilidad para cultivarlas, que además

son sometidas a un constante proceso de esterilización, deterioro y destrucción debido al uso intensivo e irracional por campesinos y jornaleros empobrecidos.

Estos jornaleros y campesinos son ni más ni menos que el contingente que alimenta la migración interna estacional, cuando en temporada de siembra y recolección de cosechas de bienes agroexportables, se trasladan desde los territorios minifundistas hacia las enormes plantaciones para ofrecer fuerza de trabajo asalariada barata, viviendo o permaneciendo en condiciones infrahumanas y que en los últimos años también forman parte de los migrantes que se marchan al extranjero.

La región del minifundio y latifundio están perfectamente definidas, enmarcadas dentro de un contexto general donde la principal vocación del suelo guatemalteco es de naturaleza forestal, es decir, que relativamente es menor la disponibilidad de tierras aptas para los cultivos de agroexportación y por ende de consumo doméstico, dando lugar a la ampliación de la ya estrecha frontera agrícola.

Un aspecto socioeconómico total que no puede pasar desapercibido, es el referido al escaso desarrollo de las fuerzas productivas, en especial de su elemento social, que no es la misma situación cuando se trata de los factores materiales que presentan desarrollos avanzados, es decir, de los objetos de trabajo y medios de trabajo, ya sea que el productor directo participe como vendedor de fuerza de trabajo en las extensiones latifundistas, o de igual manera, cuando produce sus pequeñas cosechas en el minifundio.

Esta realidad significa que cuando el trabajador actúa en calidad de asalariado, los salarios devengados son insuficientes

para solventar sus necesidades básicas y en el segundo caso como minifundista también obtiene magros ingresos cuando vende sus productos sobrantes, pues recordemos que el principal destino es para el autoconsumo e incluso el trueque cuestión que todavía es una práctica en ciertos lugares recónditos de Guatemala.

Se agrega a lo precedente, que hay una tendencia acelerada de sustituir las materias primas de agroexportación, por bienes sintéticos o importarlas a precios menores cultivadas en tierras lejanas que antes no las producían, cuyos ejemplos icónicos es el de algunos países del medio oriente, donde además los salarios se encuentran más deprimidos en relación a los que se pagan en el agroguatemalteco, por lo que la depreciación del precio de la fuerza de trabajo es mayor, sin posibilidad de que Guatemala pueda competir en ambos aspectos.

Desde otra perspectiva, en situaciones más dramáticas el Frankenstein de la Tecnología, posibilita elaborar mercancías agrícolas de mejor calidad y durabilidad que las de origen natural, dando paso a una serie de consecuencias sociales, económicas o políticas de insospechadas consecuencias, para los países productores de materias primas de procedencia agrícola, que sin proponérselo que así sea, bloquean la producción y exportación de sociedades que tradicionalmente lo han realizado. Se advierte tener cuidado con esta realidad descrita que aún se encuentra en ciernes, pero que su generalización avanza de forma contundente en los países industrializados.

En el presente momento histórico por las características de la economía nacional y las condiciones de cambio aceleradas del contexto externo, es de pronosticar que el comportamiento y evolución de la agroexportación y de la totalidad del sector primario

de Guatemala, se vean en la inevitable necesidad de experimentar transformaciones sustantivas en el corto y mediano plazo, para evitar una posible reducción de las exportaciones.

Estas transformaciones o cambios estructurales inexorables de la agricultura guatemalteca, deben traducirse en políticas públicas integrales impulsadas por el Estado y el sector agroexportador, en consonancia con la ruta establecida por las características de las nuevas relaciones del comercio internacional y demanda creciente de materias primas que contengan alto grado de calidad y de origen orgánico.

De mantener la actual dinámica sustentada en “caprichos” de la demanda externa, la aportación de la agroexportación y del sector agrícola, en la integración del PIB que equivale a decir en la economía nacional será inestable, disminuyendo la vigorosidad mostrada en períodos específicos, que ya es algo palpable cuando el sostén de la economía nacional, se empieza a focalizar en el ingreso creciente de remesas familiares en particular de USA, que de no ser por la presencia de tales remesas, resultaría imposible poder jactarse de la estabilidad macroeconómica de Guatemala, pues además diferente sería la situación del Balance Comercial, Balanza de Pagos, Tipo de Cambio, Reservas Monetarias Internacionales, incluso niveles de crecimiento y otros indicadores.

Para dinamizar el Agroguatemalteco y la Agroexportación, la presente coyuntura se debe aprovechar revolucionando la manera tradicional de elaborar materias primas agrícolas, que comprende la esfera de circulación por la vía del comercio exterior. Este aspecto de revolucionar los métodos y técnicas utilizadas, se refiere ni más ni menos a la incorporación de más valor agregado, pues lo poco que contienen, se encuentra o viene desde la esfera

de la producción por medio de los salarios, que como ya se ha dicho son por demás bajos, aquí se encuentran también costos de producción de los insumos utilizados y demás elementos para la cosecha, siendo lo ideal que se exporten como bienes listos y acabados para consumo directo o final.

La característica de la economía guatemalteca continúa determinada por lo que es su principal actividad productiva de agroexportación, derivando en que todavía es una *Economía Predominantemente Agrícola*, que produce bienes para el consumo interno y consumo externo, que además ha sido y sigue siendo un sector que en el transcurso del tiempo, no ha podido trascender hacia la estructuración de su modernización, ni tampoco como factor que promueva el punto de partida de la industrialización, aunque reconociendo que se han dado cambios, pero que son cambios débiles sin proyectar la transformación socioeconómica, de tal manera que Guatemala conserva la condición de seguir perteneciendo al grupo de sociedades subdesarrolladas y dependientes.

En fin, la relativa e imperceptible pérdida de dinamismo del Sector Agropecuario de Guatemala, cuyo eje fundamental es la Agricultura de Exportación, se evidencia cuando decrece su participación en el PIB, pues siguen sin resolverse ancestrales problemas coyunturales y estructurales, donde el epicentro crítico se ubica en la cuestión agraria, que se ha caracterizado por las defectuosas formas de tenencia de la tierra, que provoca el alto grado de concentración y atomización de la misma, induciendo a los flujos migratorios del campo a la ciudad o al exterior, que es consecuencia del mayor desarrollo y penetración del capitalismo y de proletarización del Agroguatemalteco, donde las perspectivas del desarrollo de la agricultura y economía, necesariamente tienen que ver con el sistema capitalista, aunque orientando en la medida

de lo posible, que la actividad económica nacional en su totalidad, se aleje de responder a las necesidades y a los movimientos cíclicos sistémicos de dicha Formación.

El sector agropecuario, en específico la agricultura para consumo externo e interno, es una actividad productiva que contiene muchos filones inexplorados de crecimiento y desarrollo social en Guatemala, que se han desaprovechado a lo largo de su existencia, que por tanto no puede seguir en tales condiciones, pues conlleva a su estancamiento.

III Agricultura de exportación, agricultura de consumo interno y formación del mercado interior.

¿Qué es el Mercado Interior? ¿Cuál es la importancia para Guatemala? Estas son 2 interrogantes claves que dada su significación para el desarrollo social, sostenibilidad, fortaleza y desarrollo de una economía, merece dedicarle algunas consideraciones de carácter teórico, pues en contraposición se encuentra el mercado externo.

En principio el mercado interior comprende los límites geográficos de un país. Pero más que eso, es el ámbito para desplegar diferentes actividades socioeconómicas con énfasis en las de carácter productivo, en el contexto de las relaciones de producción imperantes y del desarrollo de las fuerzas productivas. Es un elemento que ha estado presente en modos precapitalistas, logrando su máximo esplendor en el régimen capitalista, siendo en los países industrializados donde más se visibiliza este hecho, no así en las sociedades subdesarrolladas, que presentan la característica de ser menos amplificado, pues intervienen en su configuración aspectos históricos, geográficos, políticos, supeditación de las relaciones económicas internacionales.

En economías desarrolladas y subdesarrolladas existen los 2 tipos de mercados, con la diferencia que en las primeras se establece una simbiosis intensa e indisoluble entre ambos mercados interno y externo, ya que prácticamente no existe diferencia alguna, en el sentido que empujan el crecimiento económico y desarrollo social en igualdad de condiciones, situación que escapa en sociedades del tercer mundo, donde el mercado nacional mantiene una marcada disparidad respecto al externo.

Esto explica que independiente a las particularidades del mercado externo e interno, también coadyuva el avance que presenta el capitalismo al interior de sus economías, no obstante que unos y otros países sean industrializados o subdesarrollados, aunque pertenecen al mismo sistema. Se tiene como ejemplificación que USA al ser la primera economía planetaria, es el ícono del capitalismo y sus 2 mercados tienen el máximo progreso, mercados que comparados con los de Guatemala la situación es totalmente diferente, sin ignorar que son formaciones disímiles.

El ejemplo evidente de la importancia del mercado interno, es la condición actual de China como potencia mundial, con la revolución verde liderada por Mao Tse Tung, fundamentando esa condición en que primero dedicó esfuerzos al desarrollo del mercado interno, para luego lanzarse a la aventura de conquistar el mercado externo mundial. También es el caso de Japón a mediados del siglo XX después de finalizada la II Guerra Mundial con su ejemplar Reforma Agraria en una sociedad capitalista y otros países más. Estamos claros que Guatemala no es USA, ni China, ni Japón, pero guardando las distancias podemos en pequeño seguir estos ejemplos de desarrollo del Mercado Interno.

Los orígenes históricos del Mercado Interno se remontan a la época de La Llamada Acumulación Originaria de Marx, estando

entre sus múltiples fundamentos básicos que son punto de partido para que nazca: “...la polarización del mercado de mercancías. El régimen del capital presupone el divorcio entre los obreros y la propiedad sobre las condiciones de realización de su trabajo...el proceso de disociación entre el obrero y la propiedad sobre las condiciones de su trabajo, proceso que de una parte convierte en capital los medios sociales de vida y de producción, mientras de otra parte convierte a los productores directos en obreros asalariados”.

El régimen del capital al convertir en mercancía los medios sociales de vida y de producción, pero también a la fuerza de trabajo, es decir, que como consecuencia del despojo convierte a unos en capital constante y a otros en capital variable, el resultado es apoyo al mercado interior. “La expropiación y el desahucio de una parte de la población rural, no sólo deja a los obreros sus medios de vida y sus materiales de trabajo disponible para que el capital industrial los utilice, sino que además crea el mercado interior”.

En Guatemala las condiciones para la formación y expansión de un mercado interno sólido existen, pues el proceso de expropiación de campesinos y productores rurales agrícolas de su principal medio de producción ha sido indetenible, que a su vez origina fuerza de trabajo para venderse por un salario, pero también se tiene la incorporación de obreros del área urbana, al ampliar y reforzar la proletarianización de trabajadores en ambos sectores. Es decir que se cumple el hecho histórico de convertir en mercancía tanto los medios sociales de vida y producción como a la fuerza de trabajo.

Acá surge otra pregunta **¿Entonces por qué la debilidad del mercado interno guatemalteco?** Una respuesta aproximativa es el estado del capitalismo poco avanzado, que no tiene la capacidad

de absorber esa fuerza de trabajo desempleada que proviene del sector agrícola y urbano, por lo cual no se crea demanda, al no ser fuerza de trabajo asalariada empleada. De otra parte, es que en Guatemala tampoco existen actividades productivas, en especial la industria que pueda utilizar esa fuerza de trabajo proveniente de la agricultura y otros sectores, incluidos los servicios que ahora está desempleada, que por lo mismo no devenga salarios y que por tanto también es incapaz o tiene limitación de consumir.

En fin, no puede haber progreso de la economía y sociedad, si no hay desarrollo, vigorosidad y potencialización del mercado interno, donde por el momento todavía la actividad agrícola sea uno de estos instrumentos en su impulso, quizás el más importante para su expansión, desde luego que está la industria, sin descartar al sector terciario. El espacio del mercado interno en Guatemala es inédito, pero el problema es que los desplazados rurales y urbanos, no son absorbidos por el capital industrial. Sin embargo, se enfatiza que la Agricultura e Industria son 2 armas poderosas en desplegar la potencialidad del mercado interno guatemalteco, para lo cual se necesitan políticas públicas y una política económica enfocada a la finalidad de absorber la fuerza de trabajo, requiriendo de grandes volúmenes de capital, cuya inversión es precaria.

La Formación Económico Social cualquiera que sea, es una sociedad concreta determinada históricamente, que constituye un sistema de fenómenos y relaciones sociales, de una totalidad en su unidad orgánica e interacción, sobre la base de un modo de producción específico. El modo de producción con sus 2 categorías más cercanas, que corresponden a las fuerzas productivas y relaciones sociales de producción, es la forma o el modo de llevar a cabo la producción, mediante el proceso de trabajo que transforma la naturaleza, para crear valores de uso y así satisfacer necesidades

humanas, mercancías que tienen que ser demandadas para crear mercado interior, es decir que la producción tiene que salir a la circulación mercantil, de lo contrario dicho mercado permanece en un estado embotado o aletargado.

El régimen de capitalista es integrado por países, que expresan un nivel de desarrollo desigual de fuerzas productivas, aunque presentando el mismo carácter de las relaciones de producción. Guatemala es una sociedad que es parte de dicho régimen, que produce bienes agropecuarios y de otro tipo, cuyo destino es para consumo interno o externo, existiendo la predominancia de relaciones de producción propias de este sistema y también de resabios feudales. En el capitalismo es indispensable que se tiene que producir, pues una sociedad que no produce está sentenciada a desaparecer y en la medida que esa producción sea más grande y consumida internamente, así será el tamaño del mercado interior. ***¿Entonces se tiene que mercado interno no es propiamente el espacio físico, pues concebirlo así es aceptar un determinismo geográfico?***

Cuando los valores de uso agrícolas se destinan al consumo de la sociedad que los crea, independiente que se produzcan bajo la forma particular de organización de EMS o de EMK, nos estamos refiriendo al Mercado Interior. Este mercado en Guatemala se encuentra poco desarrollado, desaprovechado, por tanto, de limitada participación en la economía nacional, aunque con un inconmensurable potencial de ensancharlo. Por ejemplo, se tiene la agricultura minifundista de vegetales, legumbres, frutas o granos básicos, que son base de la dieta alimenticia de una significativa porción de guatemaltecos, que no llega a sectores significativos, justamente porque buena parte de ellos, se encuentra excluida del circuito monetario mercantil, por la existencia de un bajo nivel

salarial o por desempleo, por tanto, no participa o está desvinculada del mercado interno.

Esta agricultura minifundista de consumo interno no cubre las necesidades de toda la población, que pertenecen a la base de la estructura social, es decir que hay una oferta sin consumir, pero también una demanda insatisfecha y un mercado interno sin cubrir o desaprovechado. La ampliación del Mercado Interno de Guatemala desde el punto de vista de esta Agricultura se puede hacer por la doble vía de la oferta y la demanda, mediante el establecimiento de Políticas Públicas, que incorporen a esta población y economía de subsistencia a una economía mercantil, en el entendido que rige el capitalismo que compra fuerza de trabajo asalariada, haciendo la observación que no se trastoca su funcionamiento, al contrario, habrá un efecto sistémico positivo. Pero lo primero es dotar a la fuerza de trabajo convertida en mercancía, de un trabajo, que equivale a que obtenga un salario.

Como se ha venido exponiendo, en Guatemala una de las actividades productivas significativas en la composición del PIB y en el volumen de las exportaciones, se concentra en el Sector Agropecuario y dentro de este en la Agricultura, subdividida en producción de autoconsumo y consumo nacional que se vincula con el Mercado Interior, que satisface de forma parcial la demanda doméstica, mientras que la otra faceta es la producción agroexportable que se asocia con el Mercado y demanda Externa.

Cada una de estas modalidades de agricultura tiene sus propias ventajas, desventajas, bondades, limitaciones, potencialidades, dificultades y aspectos particulares asociados en primera instancia con la naturaleza de los cultivos, de los demandantes o del mercado. Las caracterizaciones de ambas

variantes se han realizado anteriormente, las cuales van desde algunas referencias históricas o teóricas, hasta puntualizaciones que corresponden en general, a peculiaridades coyunturales de la economía y agricultura guatemalteca en momentos claves.

En el caso del minifundismo, la producción que se crea a su interior carece de la capacidad suficiente, de abastecer los requerimientos del consumo doméstico, es decir del mercado interior, ya que más bien se trata de una economía débil, que carece de vinculación con aspectos básicos de asistencia técnica o financiera, sin importar que los agricultores conserven las prácticas culturales y tradiciones ancestrales, porque ese no es el problema, el problema es la falta de capacidad de demanda de la población y así no podemos concebir creación de mercado interno, mucho menos de expansión.

También el problema es que se encuentran aislados, abandonados, desarticulados de la economía nacional, situación que impide realizar los cambios cualitativos requeridos, para trascender hacia estadios más productivos y de mayor relación con el mercado interno. De cualquier manera, es esta producción agrícola minifundista la que más contribuye y se vincula a la existencia del mercado interno, en comparación con la agricultura de monocultivo, debido a que el destino de la producción se realiza en la esfera interna, aunque sin la fuerza para estimular un mayor consumo.

En cuanto a la producción y exportación de monocultivo, su principal contradicción es su débil relación con el Mercado Interior, salvo en determinados aspectos en especial por el mecanismo de los salarios, al mantener una alta dependencia externa respecto a un mercado imperfecto, ya que se concentra en una producción y demanda impuesta, que se inicia desde el

momento de seleccionar la siembra que se va a realizar hasta el destino final, aunque se reconoce la importancia de crear divisas, determinada por condiciones que devienen de los vaivenes del mercado internacional.

Si bien es cierto por lo expresado en varios momentos de este Ensayo, que tanto la Agricultura de Consumo Interno, como la Agricultura Agroexportadora, difieren en varios sentidos, en lo que guardan similitud es que ambas mantienen una relación que los vincula con el Mercado Interno de Guatemala, establecida por las características que presenta cada una de ellas.

En el primer caso por una serie de obstáculos estructurales que están fuera del control y superación de los productores directos y trabajadores agrícolas de parcelas minifundistas, no así en el segundo caso al prescindir del mercado interno, ya que todo su accionar se encuentra sobredeterminado por el mercado externo. Es más, se reconoce que la agricultura de exportación tiene a su disposición una variedad de factores para estimular el ensanchamiento de la oferta y demanda interna, lo cual es posible si se impulsan los mecanismos correspondientes.

Recuérdese que hemos partido de la realidad histórica de que Guatemala pertenece a la formación capitalista, con sus propias peculiaridades de sociedad subdesarrollada, donde la agroexportación es el modelo económico que ha permanecido vigente por mucho tiempo, traduciéndose en que además ha sido el **“motor histórico de la economía”**, no así del desarrollo del mercado interior.

Sin embargo, actualmente es una actividad productiva que muestra descenso dentro del PIB, pues ahora de manera acelerada

y progresiva está siendo sustituida o desplazada por otra actividad económica que se realiza fuera de Guatemala, cual es el ingreso de divisas, generadas por la **“mercancía de moda de exportación”**, llamada fuerza de trabajo migrante, que es el **“nuevo motor”** o el inédito **“modelo económico”** que deliberada o no deliberada, que consciente o inconsciente se hace alarde del mismo y que mantiene en funcionamiento a la economía, sobre la base de que las Remesas Familiares crecen año con año. Estas remesas son un buen motivo para expandir el mercado interno y de hecho se considera que lo han hecho por la vía del consumo, no de inversión, donde la mayor participación es de un consumo improductivo.

Se indica desde ya, que exista la posibilidad que un día esos motores de la economía nacional, creadores de riqueza e impulsados por la agroexportación y la migración, se depriman y quizás alguno de ellos hasta se apague, con impensables impactos tanto en el plano externo e interno para el país, aclarando que no es un augurio de ave de mal agüero, sino que debe analizarse más bien con positividad, al modo de emprender un vuelo emulando al Ave Fénix, para crear o fortalecer actividades económicas que fortalezcan, amplíen y consoliden la sostenibilidad del mercado interno guatemalteco.

Vuelo que remonte a la economía nacional a estadios de auténtico desarrollo socioeconómico, para que el día de mañana, que no es mañana, es ahora, Guatemala no sea víctima de sorpresas desagradables, pues la realidad del actual mundo cambiante, nos indica que es el momento de emprender una Hoja de Ruta o Plan de Nación, que sin pérdida de tiempo se empiece a concebir desde ya, independiente a cada período administrativo de cada 4 años. Por ejemplo, se puede retomar la estrategia de la industrialización o cualquiera otra que sea factible. **¿Qué pasará si esos motores o**

esas facetas de la economía empiezan a desfallecer?, el impacto inmediato será deprimir aún más el estrecho mercado interior.

Expliquemos: En Guatemala y otros países cercanos, ya se tiene problema con la contratación de fuerza de trabajo para el levantado de cosechas, reflejándose en el café, cuando un significativo volumen de la producción no se recoge, sino que sencillamente se pierde por falta de recolectores, siendo la causa principal de ello, que mucha de esa población vendedora de fuerza de trabajo ha migrado, independiente que sea en el ámbito interno o hacia fuera de país, lo cual se traduce ni más, ni menos en estancamiento o reducción del mercado interno. En otras palabras, esa fuerza de trabajo que migra va a fortalecer mercados interiores de países lejanos al nuestro.

Pero aparte de ello, está ocurriendo un desplazamiento o abandono de trabajadores agrícolas, que buscan emplearse en otras actividades fuera de la órbita del área rural, motivados e influenciados por una realidad de efecto imitación o simulación por la vía del uso del celular, al recibir mensajes a toda hora de que hay otras posibilidades de empleo, menos duras o agobiantes que seguir vinculados al trabajo en el campo. Con esto nos referimos a que están aconteciendo cambios radicales en aspectos culturales, patrones de consumo, costumbres, formas de pensar e imitación en la población del sector rural, sin ningún efecto positivo para el mercado interno.

En general, en el agroguatemalteco está sucediendo algo real de lo que ocurre, en muchas de las actividades de la Economía Mercantil Simple (EMS), que están desapareciendo del panorama económico, cuando son destruidas por el Régimen Mercantil Capitalista (EMK). Es decir, no se está lejos que se empiece a tener serias dificultades en la siembra y recolección de cosechas,

por la limitación en la contratación de fuerza de trabajo, todo lo cual incidirá aún más en el mercado interno guatemalteco.

También en la agricultura de autoconsumo, se ha profundizado la salida de productores rurales y campesinos de sus parcelas, en especial porque la extensión del minifundio resulta ser tan pequeña, imposibilitando obtener cosechas grandes, ya sea para autoconsumo o para terceras personas y mucho menos percibir ingresos dinerarios suficientes por la venta de sus bienes cuando ello ocurre, o ser contratados como asalariados.

Aceptando el supuesto que aumentará la producción del sector agrícola en la faceta de la agricultura tradicional, siempre habrá bajos requerimientos de fuerza de trabajo, debido a que todo el sistema de producción y la utilización de tecnología, determinan en última instancia el volumen de ocupación de obreros, incluso superior al que está en capacidad de absorber el mercado de trabajo.

La Agricultura de agroexportación en su relación para ensanchar el mercado interno podría hacerlo por 2 vías. La primera que es la más indicada desde el punto de vista social y económico, se refiere a destinar parte de su producción para el consumo interno o compartiendo parte de sus extensiones de tierra que mantienen sin utilizar para dedicarlos a la siembra de bienes agrícolas de consumo interno. La otra vía es por medio de la ampliación de la frontera agrícola, sin embargo, este mecanismo conlleva a generar varios efectos negativos, figurando la destrucción de la cubierta vegetal, rompimiento de ciclos naturales, alto costo social, deforestación, contaminación, desecación de fuentes hídricas.

La situación analizada de la producción agroexportable y minifundista nos conduce a exponer, que no han sido un estímulo

para el desarrollo del mercado interior. En el primer caso porque toda la actividad productiva, se reduce a su destino último que es el mercado externo y en el segundo caso porque la producción minifundista es precaria y en especial porque no existe de parte de la población una demanda sostenible, por lo que su participación en el mercado interno es insignificante y secundaria.

La agroexportación tiene que encontrar alternativas, orientadas a considerar al mercado interno un aliado natural, aspecto que necesariamente se traducirá en réplica en el fortalecimiento del mercado externo. Asimismo, hay que concebir toda una reestructuración de la política agrícola doméstica, pero también suscribir tratados y convenios de reciprocidad entre campesinos y pequeños productores agrícolas y el Estado, sobre la base de obtener un apoyo institucional que ensanche las actividades productivas o el mercado de trabajo, que es ni más ni menos que coadyuvar a crear mercado interior.

Es indiscutible que al Mercado Interior guatemalteco no se le ha conferido la jerarquía que representa y le pertenece, como en efecto ocurre en los países desarrollados, quienes tienen un fuerte mercado doméstico, pues se entiende que constituye la base o fundamento de articulación con el mercado externo, es decir, en la medida en que más sólido sea aquel, en esa magnitud generará fortaleza del mercado internacional y viceversa, en el entendido que ambos mercados son claves para la sostenibilidad de la economía, sociedad y medio ambiente.

Guatemala tiene que preocuparse por el ensanchamiento de su mercado interno, pues el avance científico en el campo de la agricultura hace que la demanda de los productos agroexportables en términos relativos se reduzca en los países industrializados,

al requerir menor cantidad de materias primas agrícolas, o bien, porque están propiciando su propio autoabastecimiento, eliminando de su comercio exterior, este tipo de importaciones provenientes de países subdesarrollados.

El panorama más que preocupante para la agricultura de exportación, lo es para el Modelo Primario Agroexportador, razón por la que Guatemala de forma gradual debe hacer menos sensible esa dependencia, mediante el consiguiente fortalecimiento del mercado interno, al considerarlo como la palanca de la economía nacional.

En esta parte del presente Ensayo que propone la ampliación, apoyo y sostenibilidad del mercado interior guatemalteco conlleva una serie de ventajas socioeconómicas como es aumentar la producción de consumo interno, que no es otra cuestión que garantizar la seguridad alimentaria, disminución de precios, crear puestos de trabajo, estimular el regreso de fuerza de trabajo a la agricultura, ampliar la oferta agrícola, estabilidad laboral, creación de abonos orgánicos contrarrestando los altos precios de los importados, etc.

Se considera que el principal mercado que es USA hace lo propio respecto al mercado interno guatemalteco, solo que con una meta e intereses diferentes, cuando impulsa planes de inversión privada para los países centroamericanos, que en esencia es detener los flujos migratorios ilegales. El último proyecto: *Centroamérica Adelante*, informado el 6 de febrero 2023 por la vicepresidente estadounidense, enfocado al fortalecimiento del sector privado, tiene de alguna manera relación y vinculación con la fuerza de trabajo desempleada y por tanto con el mercado interno.

Los 2 mercados, interno y externo tienen su función e importancia específica, deben complementarse, no se puede establecer el porcentaje en que cada uno de ellos, debe y puede participar en la economía nacional. Se trata de estructurar las Políticas de Estado y las correlaciones de ambos, donde la existencia de posibles contradicciones, no deben tener la connotación de contradicciones irresolubles.

No es una sentencia, pero el desarrollo de la economía y sociedad es más tortuoso, si primero no hay solidez, vigorosidad y potencialización del mercado interno y la producción de agricultura interna es uno de tales instrumentos, por el momento quizás el más importante, desde luego que existen otros mecanismos para alcanzar dicha finalidad.

En Guatemala están presentes las condiciones para apoyar, fortalecer y ensanchar el mercado interno, lo cual elevará las condiciones socioeconómicas de la población, la producción destinada al consumo nacional será sostenible, al disminuir la dependencia de los vaivenes o movimientos internacionales que por su propia esencia es consustancial al capitalismo. Es imprescindible la incorporación de fuerza de trabajo a los sectores de actividad productiva, incluyendo las del sector terciario. Esto se replicará en crear oferta y demanda de productos guatemaltecos, en otras palabras, que los productores directos, sean quienes de forma mayoritaria sean los principales consumidores.

La agricultura de exportación, agricultura de consumo interno y mercado interior, constituyen una trilogía que deben establecer vínculos entre sí, para su propio fortalecimiento, con miras a superar las debilidades, rezago y estancamiento que presenta el mercado interno guatemalteco. En principio

crear, ensanchar y sostener el mercado interno, requiere de fuerza de trabajo, pero no de fuerza de trabajo desempleada, sino de fuerza de trabajo que perciba salarios, pues es uno de los factores indispensables de su crecimiento.

IV Modelo primario agroexportador, mercado interno, mercado externo

En el presente apartado se abordará la simbiosis o no simbiosis entre el Modelo Primario Agroexportador y los Mercados Interno y Externo, según sea a cual nos refiramos, en el entendido que ya han sido analizados sus principales características, agregando la premisa que constituyen expresión del grado de desarrollo capitalista del Sector Agrícola guatemalteco, haciendo alusión a elementos teóricos para comprender de mejor manera la función socioeconómica del Modelo Primario Agroexportador y dichos mercados.

La agroexportación ha sido por mucho tiempo la base del modelo económico y por tanto el factor total de la economía nacional, no obstante, esta situación ha venido modificándose en la composición del PIB, lo cual indica que cede espacios a actividades económicas, observando cierta incorporación de monocultivos distintos a los históricos tradicionales, no sin antes indicar que los volúmenes exportables han aumentado.

Lo destacado a señalar es que la vinculación de la agroexportación, tanto con el mercado interno o el mercado externo se mantiene inalterable, en el sentido que su aporte al desarrollo del mercado nacional sigue sin mostrar cambios sustanciales, existiendo cierta relación con la región de la Costa Sur, en función de los salarios pagados por siembra o recolección de cosechas, lo cual contribuye poco a estimular la demanda, por la precariedad de

sus niveles y por lo mismo no significan un estímulo óptimo para este mercado. En cuanto al mercado externo existe similar situación, en el sentido que conserva las condiciones de dependencia de la demanda y necesidades foráneas creadas desde épocas remotas, es decir fuera de Guatemala.

Ahora bien, aspectos de esta realidad se explican porque cualquier modelo económico y por tanto toda sociedad históricamente determinada, tiene una ley económica fundamental, que en el caso particular del capitalismo es la creación de plusvalía, siendo una debilidad teórica-metodológica el desconocimiento de la existencia de esta ley, cuya finalidad desemboca en la concreción del proceso de acumulación y valorización del capital, por medio del mercado externo.

Los modelos económicos se inscriben y responden al régimen de producción vigente, por lo cual no escapan a sus especificidades que le corresponden, como es el caso del modelo primario agroexportador, del mercado interno y mercado externo de Guatemala, que funcionan de acuerdo a la lógica capitalista de las leyes de desarrollo y funcionamiento sistémico y no solo de su ley económica fundamental, por lo que cada una de estas relaciones mercantiles internas y externas son diferentes, aunque no totalmente contradictorias en términos del mercado.

El conocimiento teórico de las categorías formación social y del modo de producción son fundamentales, para analizar y comprender la problemática del modelo económico y por ende del sector agrícola del país, pues las categorías económicas expresan la esencia de las relaciones de producción dominantes, al permitir visibilizar lo invisible de una problemática socioeconómica particular, proyectada en la Agroexportación y producción de consumo nacional.

Así mismo nos referiremos a la ley de acumulación capitalista, que significa crecimiento de capital, sin especificar la forma concreta de realizar esa acumulación, que casi siempre es por mecanismos de tipo económico, repercutiendo que de una parte crea y acumula riqueza, mediante la valorización, pero de otra parte también genera y acumula diversos fenómenos sociales, expresados en la depauperación relativa y absoluta de la fuerza de trabajo que labora en los procesos productivos del sector agrícola.

Guatemala por las características de su realidad histórica de sociedad capitalista se encuentra inmersa en esta condición, donde la permanencia del modelo económico primario, solo es el mercado externo, es decir su único y principal medio de acumulación y realización de la plusvalía, no así el mercado interno que prácticamente para estos fines es invisible, reafirmando que por ello es un exportador de materias primas agrícolas y de forma mínima de mercancías creadas en otros procesos productivos.

La importancia de enfatizar en esta ley es porque existe la creencia equívoca, que las leyes económicas pueden contrarrestarse o eliminar su causalidad con la emisión de leyes jurídicas, tal el caso de la ley de competitividad o fortalecer el marco legal institucional, para que de forma automática se orienten sus efectos en beneficio de un determinado modelo económico y que por añadidura tales efectos lleguen al mercado, aunque no a los consumidores.

Igual situación sucede con el funcionamiento del mercado y sus leyes considerado en abstracto o el pretendido control de monopolios u oligopolios, pero éstos no desaparecerán porque debe saberse que brotan de las entrañas del sistema imperante. Ni el mercado va a comportarse de manera perfecta, por el hecho de

emitir desde la superestructura una ley sobre la libre competencia o libre comercio, ni las actividades productivas.

De cualquier manera, supongamos que en el mundo capitalista se emiten leyes en el sentido indicado, es desconocer que el fenómeno económico de vender materias primas agrícolas, es inmanente a la actividad exportadora que requiere del mercado externo, o sea que plusvalía y mercado externo forman una unidad indisoluble. Pero es que tampoco se puede dejar únicamente al mercado, como el rector supremo de la economía en el contexto de un mercado imperfecto, es necesario establecer relaciones con el mercado interno, agregando que las relaciones mercantiles cada vez más se amplifican, ya sea entre países o entre bloques de naciones.

El sector agrícola de Guatemala se encuentra subsumido a esta ley de la plusvalía, permitiendo entender y explicar la razón por la que tiende a revelar el secreto de una estrecha relación con el mercado externo y una débil o precaria relación con el mercado interno. Desde luego que se reconoce el hecho importante del mercado externo, pues las relaciones mercantiles en la economía y mundo actual son crecientes y complejas, a partir de aquel momento en que surge la Primera Gran División Social del Trabajo, división que tiene como referencia la agricultura.

Según lo indicado, la formación del mercado interno encuentra su origen histórico en la Acumulación Originaria con *“la polarización del mercado de mercancías”*, cuando, *“de una parte convierte en capital los medios sociales de vida y de producción, mientras de otra parte convierte a los productores directos en obreros asalariados”*. Postulados que se mantienen vigentes en la formación capitalista, que ha convertido prácticamente todo en

mercancía, incluyendo al ser humano mediante la fuerza de trabajo que se vende y compra, presentando sus propias características en cada sociedad.

Es justamente también lo que ocurre con la actividad agrícola para el mercado externo, que tiene la necesidad única de realizar la plusvalía plasmada en la producción final de bienes listos para consumir, cuando solo puede darse en el ámbito de dicho mercado, no así en el mercado interno por su estrechez, incluidas las características propias de la economía. Estrechez que viene dada porque si bien en Guatemala existe un gran remanente de fuerza de trabajo desempleada, esta condición no los convierte de forma automática en asalariados y por tanto en demandantes o consumidores.

La pregunta obligada es: **¿Y por qué la plusvalía se materializa en el Mercado Externo y no en el Interno?**, porque quienes demandan esta producción de exportación en su presentación de materias primas, son sociedades que poseen la capacidad económica a nivel de empresas, de ingresos o salarios de parte de personas individuales o grupos para hacerlo, agregando que la amplitud del mercado externo es grande desde el punto de vista geográfico y de la población demandante, desde otra perspectivas no se circunscribe a un país en particular, pues comprende un conjunto de naciones en diversas latitudes del mundo.

Es así que el destino último de la producción agrícola exportable, no es el ámbito doméstico, pues aquí la condición socioeconómica es diferente, porque la posibilidad de demanda es baja, que dicho en términos no académicos los individuos no pueden comprar, aunque quieran hacerlo, ya que la gran masa

de población rural y urbana carecen de disponibilidad dineraria adecuada, implicando que su relación con el mercado interno es limitada, no participan en su creación, ampliación y expansión, que en todo caso es esporádica, no así en el mercado externo.

También esto explica que si los salarios pagados a la mercancía fuerza de trabajo que labora en la agricultura y en demás sectores de actividad económica son insuficientes, tal condición se traduce en una traba para ensanchar el mercado interno nacional, aunque existen otras actividades en el sector terciario que son demandantes, pero teniendo presente que la principal Población Económicamente Activa (PEA) se concentra en el área rural, o sea que en todo caso el potencial de demanda interna se sustenta en el Sector Agropecuario de Guatemala.

Desde una postura teórica la limitación del mercado interno, con énfasis en sociedades subdesarrolladas se encuentra supeditado, no solo a la ley de la plusvalía, sino que se refuerza en la etapa neoliberal del capitalismo, que entorpece, no le interesa o no busca su desarrollo, pues aquí se hace referencia a un mercado mundial, al contrario sin que sea su finalidad lo comprime, cuando lanza al desempleo a grandes cantidades de trabajadores, no solo del sector agropecuario, por efectos de la mayor participación del (CC) Capital Constante en su versión de moda referido a la Inteligencia Artificial (IA), y que al final la economía es incapaz de absorber a la fuerza de trabajo no poseedora de medios de producción, condición que se viene arrastrando desde los acontecimientos de la Acumulación Originaria de Capital (AOK).

La tecnología es ni más ni menos que proliferación de capital constante en sus mejores expresiones de la robotización e “inteligencia” artificial, que no es extraña con el Modelo Primario

Agroexportador, el Mercado Interno y Mercado Externo, aunque debe reconocerse que para Guatemala se encuentra presente de forma incipiente, con excepción de su aplicación en ciertas fases del proceso de trabajo en el sector agrícola.

Por ejemplo, cuando se le utiliza con la exportación de materias primas en la preparación de embalaje, en la selección y control de calidad de la producción, lo cual implica que la fuerza de trabajo se reduzca. La tecnología es un elemento que se utiliza y se asocia más que todo con el mercado externo, que desprecia e ignora al mercado interno, aunque la tendencia será que, para los próximos años, los procesos de trabajo se sustentarán en la introducción más acelerada de capital constante en desmedro del ser humano.

He aquí otra tesis de la Economía Política al determinar que con el avance del Capitalismo, la Composición Orgánica del Capital (COK) es alta y creciente, haciendo que la tendencia del uso extensivo y acelerado de tecnología, se convierta en el futuro cercano en una verdadera limitación para el mercado interno, no así del mercado externo al desempeñar un papel estratégico en función de ser un aliado importante.

No se está en contra de la actividad agroexportadora, aunque si es preciso indicar que por las características históricas de su configuración y conservación en el tiempo ha permanecido inmutable su esencia, siendo un elemento que no se ha conjugado con el mercado interno, que en ningún momento la política económica de Guatemala, por medio del Estado ha intentado hacerlo, desperdiciando un poderoso factor de desarrollo para la economía nacional.

El capitalismo neoliberal, significa para los países subdesarrollados y dependientes, que ahora al igual que ayer

nuestro destino no ha cambiado, al seguir marchando bajo los órdenes del capital transnacional corporativista, que nos encalleja en un callejón sin salida, debiendo ser más creativos para poder salir de ese encierro, mediante la concepción de una economía y sociedad que fortalezca el Mercado Interno como una de las claves para trascender dicha condición.

La experiencia económica e histórica de los países desarrollados, es decir de porque son desarrollados es ni más ni menos que la existencia y estructuración previa de un mercado nacional fuerte, al constituirse en una especie de plataforma para salir hacia afuera, para ingresar y participar de forma sostenible en la Economía Internacional y Mercado Externo.

Insistentemente se escucha en esferas públicas y privadas la expresión que Guatemala debe “insertarse” a la economía mundial, es decir al mercado externo, porque si no la “locomotora” del desarrollo nos deja viviendo en el pasado. De acuerdo. Pero es que no solo se trata de expresarlo y el milagro ocurrió. Es que primero se debe estar plenamente sabedor que si no se realizan los impostergables cambios estructurales internos de orden político, social, económico, de la estructura productiva, que estén en correlación con los desarrollos de la economía internacional, será muy difícil o casi imposible pertenecer a dicha economía.

La Agroexportación, el Mercado Interior y el Mercado Externo, son importantes para una sociedad y economía, en especial porque debido a las actuales condiciones sistémicas de la economía internacional, cualquier país sin considerar las especificidades del modelo económico que se tenga, no puede permanecer aislado. Sin embargo, sin la existencia de un Mercado Interno fuerte, ensanchado y sostenible el desarrollo

social de Guatemala casi es una quimera, es casi imposible, o en todo caso difícil de alcanzar niveles de una nación desarrollada, o por lo menos tener más equidad socioeconómica.

V Mercado interno o mercado externo

La época actual ya no es la época de la economía de autoconsumo, se caracteriza por la multiplicidad y variedad en las relaciones económicas mercantiles internas e internacionales.

En tal sentido, no se puede hacer referencia solo al mercado interno separado o aislado del mercado externo y viceversa. La simbiosis entre ambos es una necesidad, es casi una sentencia, sin embargo, en formaciones como la de Guatemala, al mercado interior no se le ha dado o no se ha querido reconocer la importancia que representa y proyecta, en el entendido de ser un mercado desarrollado, lo cual genera disfuncionalidades, pero también coadyuva a profundizar las ya existentes en sus diversas manifestaciones.

El fundamento ideológico de esta etapa del capitalismo se identifica con el neoliberalismo, estando en proceso de retiro en el mundo presente, hecho que es reconocido por sus creadores y apologistas, que haciendo pareja con la incomprensible Teoría del Derrame han emprendido el camino de retorno a su desaparición.

El neoliberalismo sin convencer, ni lograrlo, ha tratado de identificarse con el liberalismo económico de Adam Smith. Sus seguidores ignoran de forma premeditada, que dista mucho de tener semejanza con aquel liberalismo clásico de fines del siglo XVIII y principios del siglo XIX que postularon los creadores de la economía política inglesa. Neoliberalismo que siempre estuvo alejado y negando su verdadera esencia de desigualdad, donde su

aliado el mercado, al final no fue su mejor aliado, pues los hechos y ejemplos son la mejor muestra de ello. El mundo no es mejor ahora después que la tormenta de su imposición que se diluye poco a poco.

El liberalismo clásico surge en respuesta al mercantilismo, que buscaba orientar su política comercial en una balanza comercial favorable mediante la acumulación de metales preciosos. El neoliberalismo no es una reacción al liberalismo clásico, lo que impera es el mercado imperfecto, pretendiendo mantener planteamientos de la competencia perfecta, que destaca bondades del libre mercado o mercado perfecto sin monopolios ni oligopolios, a pesar de que la actual realidad histórica nos dice que éstos aparecen y están presentes por todos lados.

Entonces la reflexión es **¡Que no se trata de mercado interno o mercado externo!**, ni de un tipo de mercado o de otro tipo de mercado en esta etapa del capitalismo, se trata como se ha planteado de establecer una simbiosis, donde se complementen ambos mercados. Es así que desterrando cualquier sospecha de interpretación dualista se expone que en el seno de la formación capitalista guatemalteca, como consecuencia del carácter de la producción agrícola y relaciones de producción, *“se dibujan dos líneas o facetas de su desarrollo”*.

La primera de ellas se encuentra directamente asociada con el sector de agricultura de exportación y mercado externo y la segunda asociada con la agricultura de consumo doméstico y mercado nacional. Cuando se plantea establecer en función de los aspectos terminales o de consumo final de estas 2 vías, es preciso desmitificar qué mercado es el directamente beneficiado.

En ese sentido ha sido el mercado interno, quien históricamente es el sacrificado y subordinado a la existencia de

las necesidades del mercado externo, en especial por el aporte que hace de brindarle casi de forma absoluta, solo fuerza de trabajo de acuerdo a las necesidades del ciclo agrícola. Por eso es que también se ha insistido en la exposición del contenido de este Ensayo, que es indispensable estructurar una concepción distinta a la mantenida hasta el presente de la estructura productiva del país en general, enfocada de manera especial en el sector agropecuario y dentro de él, en la agricultura de exportación, de tal manera que el eje central del esfuerzo y capacidad productiva de Guatemala, debe desconcentrarse para compartirlo con la agricultura doméstica que beneficie al mercado interno.

Se destaca que no se trata de demeritar la producción primaria agroexportadora, pues nos referimos a equilibrar su condición de primacía que tiene con la agricultura de consumo interno, que equivale a que ese mismo impacto se refleje en los mercados interno y externo.

En épocas recientes se ha promovido una variante que en esencia no difiere de la actual Agroexportación, ya que siempre se refiere a apoyar el modelo de crecimiento hacia afuera, sobre la base impulsar las Exportaciones No Tradicionales, lo cual no significa otra cuestión más que caer en el mismo círculo sin salida, o lo que es igual en el mismo error histórico mantenido por mucho tiempo sustentado en el mercado externo.

De nuestra parte reafirmamos que la vía inédita y amplia que permita encauzar una nueva orientación del Sector Agrícola, sigue siendo sobre la base del mercado interno, que podría significar una especie de “válvula de escape” para el capitalismo guatemalteco, en el entendido que aquí solo se plantea la sugerencia, que conlleva toda una formulación que corresponde y es función del Estado.

En síntesis, será que países como Guatemala están cayendo en una trampa histórica, pero además teórica y práctica de su realidad, en el sentido de aceptar que el Desarrollo Socioeconómico, se construye solo buscando la preeminencia de la agroexportación, algo así como siguiendo los pasos al estilo de los mercantilistas con su acumulación de metales preciosos, considerando solo la participación unilateral del mercado externo, pero divorciados del mercado interno, que al final es mercado importante, sin olvidar que nos encontramos en un mundo diverso de multiplicidad de complejas relaciones mercantiles internacionales.

Bibliografía

- Bambirra, Vania: Teoría de la Dependencia: una crítica. Editorial ERA, 1978. México.
- Baran, P., Sweezy P.: El Capital Monopolista. Editorial Siglo XXI. México.
- Drucker, Peter., La Sociedad Postcapitalista. Editorial Norma. Colombia.
- Marx Karl: El Capital. Tomo I, Tomo III. Editorial FCE. México.
- Pesenti, Antonio: Lecciones de Economía Política. Editorial FCE. México.
- Rifkin, Jeremy.: El Fin del Trabajo. Editorial Paidós. España.
- Solórzano Valentín: Evolución Económica de Guatemala. Mimeógrafo. IIES.
- Zamora Francisco: Tratado de Teoría Económica. Editorial FCE. México.

La cultura del emprendimiento en el contexto guatemalteco

Dra. Herlem Isol Reyes López*

I. Emprendimiento: concepto, tipos y características

Hablar de emprendimiento desde una visión económica, es enfocarse en el proceso que tiene como objetivo final la creación de una nueva empresa. Su puesta en marcha remite a considerar elementos interdependientes que involucran de acuerdo con la teoría del triángulo invertido de Andy Freire: un emprendedor, es decir una persona con un espíritu de independencia e iniciativa empresarial; una idea de negocio valorada como una oportunidad de inversión y crecimiento económico; y una fuente de capital que permita materializar y llevar a la práctica el proyecto de empresa (Freire, 2004, pág. 32).

El emprendedor de éxito es quien da vida a la idea de negocio y hace posible la existencia del capital. Con una actitud creativa e innovadora, identifica y desarrolla oportunidades de negocio donde otras personas no las distinguen y/o consideran viables. Asume riesgos financieros y encara con dinamismo retos personales y gerenciales que le permitan alcanzar sus metas: transformar ideas de negocio en empresas rentables y sostenibles en el tiempo.

La incidencia de los emprendimientos en la transformación de las sociedades, cada vez cobra mayor notoriedad, principalmente por el impacto en la generación de nuevos empleos, crecimiento económico y desarrollo social. No obstante, en un mundo globalizado y en constante evolución a través de las nuevas

* Investigadora en el Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IIES), Universidad de San Carlos de Guatemala.

tecnologías de la información y comunicación, los emprendedores se enfrentan a una serie de retos y desafíos para que sus ideas de negocio sean escalables y alcancen la fase de consolidación.

1.1 Tipos de emprendimiento

El emprendimiento es valorado como una actividad empresarial, en tanto “la búsqueda de generar valor a través de la creación o expansión de una actividad económica, mediante la identificación y explotación de nuevos productos, procesos o mercados” (OIT/ CINTERFOR, 2012, pág. 11). De acuerdo con las motivaciones personales que identifican el inicio de una actividad emprendedora y su impacto en la economía, pueden definirse diferentes tipos de emprendimiento, a continuación, la descripción del emprendimiento por oportunidad y por necesidad.

1.1.1 Emprendimiento por oportunidad

El emprendimiento por oportunidad, se caracteriza por la creatividad, innovación y liderazgo del emprendedor, por aprovechar el desarrollo de nuevos productos o servicios con un valor agregado que impacte en la sociedad. Por su propia naturaleza, se estima que su contribución a la economía y a la generación de fuentes de empleo constituyen parte de sus fortalezas.

1.1.2 Emprendimiento por necesidad

Como su nombre lo indica, este tipo de emprendimiento es resultado de la motivación de un emprendedor para generarse ingresos propios para su subsistencia. La falta de oportunidades laborales y/o de ingresos suficientes para cubrir necesidades individuales o familiares constituyen las principales fuentes de su razón de ser. Entre las debilidades que presenta este tipo de

emprendimiento, se consideran las ideas de negocio tradicionales con que incursionan los emprendedores, donde no se valora la innovación y transformación de los productos y servicios que se ofrecen. Se presentan, además, dificultades para el acceso a fuentes de capital y para el desarrollo de una estructura formal de organización.

1.2 Características del emprendimiento

Cada emprendimiento conlleva una serie de etapas orientadas al logro de objetivos y metas empresariales. Para su evolución y desarrollo, el emprendedor deberá de reconocer sus preferencias, intereses, fortalezas y limitaciones personales, para que, a través de ese conocimiento y confianza de sus capacidades, facilite valorar opciones, resolver problemas y tomar las mejores decisiones, guiado por su propia voluntad y motivación, para el logro de los objetivos y metas de negocio planteadas.

Es de resaltar que el apoyo de las redes de cooperación y relaciones de confianza de los grupos de interés a los que se tenga acceso, como parte del ecosistema emprendedor, se consideran determinantes para hacer frente y solventar los riesgos e incertidumbres que puedan suscitarse en las etapas del proceso emprendedor.

1.2.1 Etapas del proceso emprendedor

Las etapas de un emprendimiento son caracterizadas de acuerdo con el momento, situación o curso que presente el proyecto empresarial desde su idea inicial hasta la consolidación de la empresa, visto como un negocio establecido. El Monitor Global de Emprendimiento (GEM), identifica cuatro etapas para medir la evolución de todo proceso emprendedor: emprendedor potencial, emprendedor naciente y propietario de nuevos negocios que conforman en su

conjunto la Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA por sus siglas en inglés), y la etapa de propietarios consolidados o establecidos, las cuales se describen a continuación (Reyes, 2023):

a. Emprendedor potencial:

El emprendedor en esta etapa es caracterizado por el desarrollo de actitudes, conocimientos y habilidades empresariales, que no están necesariamente vinculados a una formación específica en emprendedurismo y/o al sistema educativo formal (OIT/CINTERFOR, 2012, pág. 15). Así mismo, identifica ideas y oportunidades de nuevos negocios y evalúa las potencialidades de retorno económico que dichas ideas y oportunidades empresariales le puedan representar.

b. Emprendedor naciente:

La segunda etapa, correspondiente a la de emprendedor naciente, identifica al emprendedor que pone en marcha la idea de negocio y ha destinado recursos económicos para su implementación. No obstante, de acuerdo con el comportamiento que muestra su proyecto empresarial, aún no le permite pagar salarios en un período de tres meses consecutivos, ni salarios para él mismo.

c. Propietarios de nuevos negocios:

En la tercera etapa, al emprendedor se le caracteriza como un propietario que inicia un nuevo negocio con posibilidades de que pueda crecer. Es decir, el proyecto empresarial se encuentra en fase de persistencia en el mercado, desarrollo y consolidación. En esta etapa, de acuerdo con la evolución del proyecto, el empresario ha podido pagar salarios durante un período de tres meses hasta tres años y medio.

Es importante resaltar que la segunda y tercera etapa correspondientes a la de emprendedor naciente y la de propietarios de nuevos negocios, conforman en su conjunto la Tasa de Emprendimiento Temprano, la cual hace referencia a la cantidad de iniciativas emprendedoras que existen en un país determinado, durante un período de tiempo menor a tres años y medio.

d. Propietario de negocios establecidos:

De acuerdo con el Observatorio Global de Emprendimiento, la cuarta y última etapa del proceso de emprendimiento, identifica al emprendedor que después de haber pasado una etapa de prueba y error, progresa hacia la consolidación del proyecto empresarial, definiéndolo como propietario de una empresa establecida. En esta etapa, por el tiempo que ha permanecido vigente el proyecto en el mercado, la madurez y experiencia adquirida y la sostenibilidad financiera que presenta, el empresario emprendedor, ha podido cumplir con el pago de salarios por un período mayor a tres años y medio.

En ese sentido, la empresa que ha concretado su fase de consolidación, por su propia naturaleza se le considera generadora de fuentes de empleo, de desarrollo y crecimiento económico en la economía del país que se trate. Es importante señalar, que, si los resultados obtenidos en la cuarta etapa no corresponden a los objetivos y metas empresariales trazadas en las etapas anteriores, los efectos pueden derivar en el cierre del negocio y en la clasificación de emprendimiento discontinuado o interrumpido.

1.2.2 Ecosistema de emprendimiento

Referirse a un ecosistema de emprendimiento, es valorar el entorno que facilita el surgimiento de nuevos negocios. Es decir,

un “sistema formado por un conjunto de agentes económicos que interactúan entre sí, a fin de establecer condiciones favorables para crear, desarrollar y consolidar un ambiente propicio para el desarrollo y fortalecimiento de emprendedores” (Observatorio Nacional del Emprendedor, 2015, pág. 8)

En el caso de Guatemala, el ecosistema emprendedor está conformado por grupos de interés público, productivo y de la academia; representados por instituciones de gobierno, empresa privada, universidad pública, universidades privadas, organismos internacionales y organizaciones no gubernamentales, entre otros, que, en el marco de una red de cooperación y alianzas estratégicas, tienen como objetivo facilitar la coordinación de acciones colectivas en apoyo al emprendimiento a nivel nacional.

En el marco del ecosistema emprendedor, el impulso de una cultura emprendedora y la formación de capital humano, se consideran factores determinantes para fortalecer el perfil de los emprendedores de los diferentes países. En ese sentido, fomentar un ecosistema emprendedor desde el sistema educativo formal, constituye parte de las recomendaciones que realizan organismos internacionales como la Organización Internacional del Trabajo (OIT), destacando áreas claves para su desarrollo:

- “1. Desarrollar un marco nacional de políticas ad hoc.
2. Entender que los maestros son el factor determinante para el éxito.
3. Comprometerse con negocios, asociaciones y organizaciones privadas.

4. Desarrollar un rol activo orientado a inducir e involucrar a las autoridades locales y regionales.

5. Una educación eficaz de espíritu emprendedor (...), que genere un ecosistema de educación hacia el emprendimiento a nivel local y regional” (OIT/CINTERFOR, 2012, pág. 83).

Es decir, el desarrollo y fortalecimiento de conocimientos y habilidades emprendedoras y empresariales, así como las redes de apoyo institucionales y de grupos de interés a los que se tenga acceso, incidirán de forma directa en la visión e idea de negocio a emprender y en la capacidad para reinventarse y darle un valor agregado a ideas de negocio tradicionales poco escalables en las etapas del proceso emprendedor.

II. Cultura de emprendimiento

2.1 Conceptos, determinantes y características generales

El concepto de cultura ha estado presente a lo largo de la historia, su evolución alude a una serie de significados e interpretaciones de acuerdo con la disciplina que se estudie. Desde la antropología social y cultural, sus acepciones hacen referencia a un atributo de los seres humanos; asociado a modos de vida, a formas de pensar, sentir y relacionarse dentro de una sociedad; compartiendo costumbres, tradiciones, creencias, valores, conocimientos y pautas de conducta, incluyendo prácticas sociales sistematizadas para resolver necesidades materiales.

La cultura se asume como una construcción social, producto de un cúmulo de conocimientos y saberes que se

aprenden y transmiten de generación en generación. La cultura como una conducta aprendida por los individuos, va cambiando y transformándose de acuerdo con el contexto y el momento histórico en que se vive. En su conjunto, las distintas formas de vida, de pensar, sentir y hacer, vistas como acciones sociales concretas, permiten un sentido de pertenencia a las personas y colectivos sociales que integran una sociedad en particular.

La cultura de emprendimiento por su parte, puede definirse como el “conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, prácticas, costumbres y acciones dirigidas a fomentar el espíritu emprendedor y a difundir los beneficios del emprendimiento entre la población” (Observatorio Nacional del Emprendedor, 2015, pág. 8). Es decir, forma parte de la identidad de una persona como grupo social, y del conjunto de conocimientos, saberes y prácticas sociales que le brinda el ambiente cotidiano para innovar y desarrollar una idea de negocio y proyecto empresarial.

2.2 Determinantes de la cultura de emprendimiento

2.2.1 Cultura y educación

La cultura y educación constituyen una relación intrínseca que promueve la participación de los seres humanos en la vida social, política y económica de las sociedades. De tal manera que no se habla de una educación per se, sino más bien, de una educación de calidad y de un aprendizaje y formación de competencias y habilidades a lo largo de la vida, que permita a los individuos adaptarse y renovarse continuamente para hacer frente a las exigencias de la economía global y el mundo del trabajo.

Para el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), promover la sinergia entre cultura y educación significa

impulsar enfoques educativos más holísticos e integrados, que en otras palabras alude a “mejores asociaciones entre la enseñanza y aprendizaje, explorando pedagogías innovadoras que fomenten el desarrollo e intercambio de conocimientos, competencias y experiencias actuales en los educandos, para alcanzar “sociedades inclusivas, sostenibles y resilientes” (UNICEF, 2023).

Por su parte el Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional (CINTERFOR) de la OIT, refiere que desde la perspectiva económica empresarial, esta sinergia entre cultura y educación, estaría enfocada en desarrollar dentro de las aulas de clase, actitudes, capacidades y habilidades en los estudiantes para fomentar el espíritu emprendedor, de tal manera que a través del intercambio de conocimientos y el ejercicio dirigido de experiencias reales de proyectos empresariales en el ambiente que les rodea, se fomente y regule una cultura de iniciativa hacia el emprendimiento empresarial, lo cual conlleva una reestructuración en los modelos de aprendizaje, en tanto un eje transversal dentro del currículo educativo (OIT/CINTERFOR, 2012, pág. 82).

En ese sentido, la educación por su propia naturaleza es considerada un satisfactor social que integra a los seres humanos con su entorno y les permite una mayor cohesión social. Experiencias de países que han combinado la política económica con la política social, han demostrado que apuntar a la generación de capital humano y capital social, como un medio para construir competencias en la persona humana y a su vez generar confianza en sí mismas, constituyen mecanismos efectivos para avanzar hacia el desarrollo sostenido de la población, permitiendo la expansión de libertades para vivir el tipo de vida que deseen las personas.

2.2.2 Educación y capital humano

La importancia del capital humano reside en las personas; en tanto el recurso más valioso de cualquier empresa. Fomentar la correspondencia entre desarrollo educativo y formativo de las personas y la competitividad de las empresas, sitúa a la educación como un fin en sí mismo, y a la vez, como una alianza directa entre educación, productividad y salarios, traducidos en un crecimiento económico y social, en el marco de una economía globalizada.

El concepto de capital humano refiere a Theodore Schultz y Gary Becker entre sus principales exponentes. El planteamiento que realizan ambos autores, destaca la sinergia entre inversión en educación y formación de capacidades y habilidades extracurriculares que realizan las personas, y las motivaciones que los lleva a tomar esa decisión, en el sentido de los costes directos e indirectos que dicha inversión les representa y los beneficios económicos y sociales que pueda llegar a significar en el transcurso de su vida (Reyes, 2015, págs. 2-4).

En ese sentido, el rendimiento de dicha inversión en educación y formación de capacidades y habilidades, se analiza desde una visión de formación emprendedora, a partir del aumento en los ingresos percibidos por el emprendedor en sus iniciativas empresariales, tomando en cuenta las ventajas comparativas que derivan de los conocimientos, prácticas y experiencias acumuladas derivados de la formación y experiencia educativa recibida, y, por otro lado, a partir de actitudes y estrategias para identificar mejores oportunidades de emprendimiento, y la motivación y autoconfianza para superar los riesgos del proceso y alcanzar los objetivos y metas trazadas, derivados de la planificación y administración del mismo.

Por su parte Klisksberg hace alusión a la calidad de las competencias educativas y formativas que recibe la población de un país, como el referente de las posibilidades reales de desarrollo que tienen las personas y la absorción de las nuevas tecnologías de la información y comunicación y de sus niveles de competitividad en el mercado laboral (Kliskberg, 2005, pág. 98).

En ese sentido, la implementación de políticas de capacitación y formación a lo largo de la vida se considera imprescindible, tomando en cuenta el impacto de la revolución digital y el aumento en el uso de las nuevas tecnologías en los sistemas de producción para aumentar la productividad de las empresas, en tanto la reconfiguración de sus procesos productivos para adaptarlos a los gustos y preferencias de los nuevos perfiles de clientes a nivel global, factores que, a su vez, modifican perfiles de puestos requiriendo competencias y habilidades en el marco de la Cuarta Revolución Industrial, léase: resolución de problemas, creatividad, empatía y trabajo en equipo, pensamiento crítico, comunicación y liderazgo, organización y autogestión, programación y habilidades computacionales, entre otros.

2.2.3 Capital social

Hablar del capital social es enfocarse en las formas organizativas propias de una sociedad. En la articulación de recursos y factores que al unirlos permiten beneficios mutuos para quienes lo poseen. Para Durston (2000), el capital social constituye el cúmulo de normas, instituciones y organizaciones que promueven relaciones de confianza, ayuda mutua entre individuos, articulados por la cooperación que se suscita a través de redes interpersonales (Durston, 2000, págs. 5-8). Es decir, el valor principal es la confianza y su principal objetivo el beneficio compartido.

Desde la perspectiva económica, se estima que el desarrollo de capital social es determinante para la creación de una empresa, en el sentido que, a través de la articulación de redes de cooperación entre agentes de interés económicos y sociales, se promueven y facilitan acciones sociales y actividades de mercado que fuera de la red o ayuda mutua sería más difícil de concretar. En el caso de los emprendimientos, los grupos de interés que conforman el ecosistema emprendedor, promueven el intercambio de nuevas ideas de negocios, fortaleciéndolas en sus diferentes etapas para que sean escalables y se consoliden como empresas sostenibles en una economía globalizada.

La formación y desarrollo del capital humano y del capital social se consideran complementarios en el proceso emprendedor, en tanto generadores de un valor agregado para los emprendedores en el desarrollo y fortalecimiento de sus ideas de negocio y creación de emprendimientos innovadores, permitiendo su participación en términos de mayores oportunidades y ventajas competitivas y comparativas frente a sus pares de un país determinado, y a su vez, promueven su crecimiento económico y cohesión social.

2.2.4 Enfoque de capacidades y libertades en el marco de una cultura de emprendimiento

En el marco del ecosistema emprendedor, la cultura emprendedora y la formación de capital humano y capital social, juegan un papel crucial en el perfil de los emprendedores de los diferentes países. Es decir, el desarrollo y fortalecimiento de conocimientos y habilidades emprendedoras y empresariales, así como las redes de apoyo institucionales y de grupos de interés a los que se tenga acceso, incidirán de forma directa en la visión e idea de negocio a emprender y en la capacidad para reinventarse y darle un valor

agregado a ideas de negocio tradicionales poco escalables en las etapas del proceso emprendedor.

Impulsar el crecimiento económico de los emprendedores, implica también voltear la mirada al enfoque de desarrollo en base a capacidades y libertades promovido por Amartya Sen. Desde esta perspectiva, las personas dejan de ser vistas como instrumentos y pasan a ser los protagonistas del desarrollo. Para Sen, la ampliación de capacidades permite a los individuos realizar actividades elegidas y valoradas libremente, esto a su vez les proporciona mejores oportunidades y libertades para decidir, actuar y llevar una vida de acuerdo a sus propias decisiones e intereses, promoviendo su propio crecimiento económico y desarrollo social (Sen, 2000, pág. 15).

En ese sentido, las capacidades y libertades en el marco de una cultura de emprendimiento, léase entre otros: -desarrollo educativo y formación extracurricular permanente de las personas, de acuerdo con las transformaciones de las sociedades, economía globalizada e innovación tecnológica-, son percibidos como satisfactores sociales determinantes para mejorar la competitividad de los emprendedores y sus ideas de negocios en empresas consolidadas. Al no contar con estos satisfactores, se convierten en tipos de privación de libertades básicas que sitúan a los emprendedores de un determinado país, en una situación de desventaja frente a sus pares de otros países donde sí se tiene acceso a ellos.

En retrospectiva, puede señalarse que a partir del enfoque de desarrollo basado en capacidades y libertades, el progreso y desarrollo de los emprendedores se plantea a partir del aumento de las libertades que hayan o no experimentado a través de los satisfactores sociales recibidos a lo largo de su vida, así

como por las conexiones logradas de estos satisfactores para lograr su participación en redes nacionales de emprendimiento y su articulación en el ecosistema de emprendimiento a nivel nacional, vistos como elementos que se refuerzan mutuamente y se convierten en auténticas libertades que promueven su propio crecimiento económico y desarrollo social y el de sus familias.

2.2.5 Características de la cultura de emprendimiento

a. Educación emprendedora

De acuerdo con el Global Entrepreneurship Research (2010), la educación emprendedora es definida como una “disciplina que involucra conocimientos y habilidades para dar a conocer el emprendimiento en las aulas de clase del sistema educativo formal, empezando desde el nivel de enseñanza primaria, seguido por el nivel medio o secundario y luego por el nivel superior universitario (OIT/CINTERFOR, 2012, pág. 11).

Promover el desarrollo de una cultura emprendedora, en tanto una construcción social, conlleva necesariamente a fomentar una educación y formación en conocimientos, capacidades y habilidades empresariales, a partir de procesos de enseñanza aprendizaje en el sistema educativo formal y a través de educación extraescolar, propiciando la participación de niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, promoviendo actitudes y valores compartidos y un sentido de pertenencia con las características del espíritu emprendedor, que se retroalimentan mutuamente a través de la cultura.

La importancia de iniciar y/o reforzar desde los primeros años de vida de la población, una educación con enfoque asociado a la actividad empresarial, representa una ventaja competitiva para niños y jóvenes, lo cual demanda impulsar en el marco del sistema

educativo formal, metodologías y estrategias de aprendizaje enfocadas en promover actitudes, valores, principios y habilidades empresariales para innovar en ideas y oportunidades de negocios, transformando procesos para nuevos productos que tengan como objetivo final la creación de una empresa.

b. Fomentar el espíritu emprendedor

Referirse al espíritu emprendedor, es enfocarse en la actividad empresarial, en las cualidades y características que identifican a una persona con respecto a sus formas de pensar, sentir y actuar, con respecto a la búsqueda y aprovechamiento de oportunidades económicas que proporciona el ambiente para convertir ideas y potencialidades de negocio en empresas rentables y consolidadas.

Un emprendedor con espíritu empresarial, genera ideas de negocios potenciales y proyectos empresariales a partir del liderazgo, creatividad e innovación, así como por su capacidad para administrarlos. Su autoconfianza y motivación al logro, lo hace valorar proyectos empresariales donde otras personas no las consideran viables.

En el marco de la personalidad del espíritu emprendedor, los retos que se puedan presentar en las etapas del proceso emprendedor, se enfrentan con dinamismo e inteligencia emocional, asumiendo riesgos sin temor a vencerlos, con una actitud proactiva para convertir en fortalezas y oportunidades, las debilidades y amenazas que se presenten como parte de la dinámica emprendedora, con una visión clara de las metas empresariales a alcanzar.

Recomendaciones del Parlamento Europeo definen el espíritu emprendedor, como “[...] la habilidad de la persona para

transformar las ideas en actos”. Entre los rasgos distintivos del espíritu emprendedor, se resaltan: la creatividad para generar ideas con gran potencial y soluciones para nuevas formas de hacer las cosas; la innovación como herramienta de transformación de procesos y productos; la capacidad para asumir riesgos y aprender de los errores, y la habilidad para planificar y gestionar proyectos que tengan como objetivo la creación de proyectos empresariales (Asociación RED GEM España y CISE, 2015, pág. 127).

c. Formación de competencias

El proceso de modernización de las sociedades a partir de las nuevas tecnologías, plantea una serie de retos a los emprendedores para adaptarse a los nuevos modelos de negocios y a la innovación de procesos productivos automatizados. La formación de competencias laborales por su parte, es considerada una herramienta fundamental para generar un valor agregado en el conocimiento y capacidades técnicas profesionales y en la adaptabilidad de los emprendedores, para llevar a la práctica ideas y proyectos de negocio con innovaciones tecnológicas y hacerlas viables, aumentando su productividad y competitividad en una economía globalizada.

Hablar de formación de competencias emprendedoras, es enfocarse en el conjunto integrado de conocimientos, saberes, habilidades, destrezas, actitudes y comportamientos necesarios para la planificación, organización y puesta en marcha de un proyecto empresarial. Dichos conocimientos, habilidades y destrezas en su relación causal con el desarrollo y crecimiento productivo de la actividad empresarial, conlleva a replantear la importancia de la formación y capacitación a lo largo de la vida y el concepto de formación de competencias como parte de las políticas de fortalecimiento y desarrollo de los emprendedores.

Por otra parte, el aumento significativo del número de empresas que incorporan la inteligencia artificial como parte de sus herramientas para impulsar su crecimiento y desarrollo productivo, es una realidad y una constante a nivel global, lo cual aumenta también la demanda de nuevos roles y habilidades empresariales para los emprendedores, en el sentido que les permita adaptarse fácilmente a la vorágine de la economía mundial.

El Foro Económico Mundial, en su Informe sobre el futuro del empleo 2020, resalta algunas consideraciones sobre la evolución del mercado laboral en el quinquenio 2020-2025 y su relación con las tecnologías que probablemente adoptaran las empresas para el año 2025. Desde la perspectiva de inclusión de nuevas tecnologías, se estima que la computación en la nube, macrodatos y el comercio electrónico siguen estando en los primeros lugares de las tendencias de los últimos años (World Economic Forum, 2020, pág. 27)

En el caso de las industrias, los patrones de adopción tecnológica refieren el uso de la inteligencia artificial con una mayor proporción en industrias de información y comunicaciones digitales, servicios financieros, atención médica y transporte. Por su parte, los grandes datos (Big data), el internet de las cosas y la robótica no humanoide tienen una mayor influencia en la industria de minería y de metales. Mientras que el interés por el cifrado relacionado con las nuevas vulnerabilidades que refleja la era digital, muestra un aumento en su adopción en la industria gubernamental y del sector público.

El comportamiento cada vez más generalizado en el uso de las nuevas tecnologías por parte de las diferentes ramas de la industria, no hace más que confirmar la reconfiguración de los roles en la actividad empresarial y el aumento en la demanda para la certificación de competencias y habilidades en el marco

de la disrupción digital, que obliga tanto a emprendedores vistos como empresarios nacientes, como a empresarios establecidos, a innovar en ideas de negocios y en nuevas formas para hacer las cosas, que les represente una mayor productividad de sus procesos productivos y una ventaja comparativa frente a sus competidores.

- *Clasificación de competencias*

La organización Internacional del Trabajo (OIT) define una competencia con una capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral plenamente identificada (www.oitinterfor.org). Es asociada también a partir del conocimiento razonado, acompañado de cualidades, capacidades y actitudes que esa competencia sugiera, buscando su efectividad desde un enfoque integrador.

Existen diversas categorizaciones de competencias que permiten una aproximación a sus definiciones. Desde la perspectiva del Marco Europeo de Cualificaciones para el aprendizaje permanente, se distinguen tres categorías: competencias básicas, genéricas y competencias especializadas, las cuales se describen a continuación (Comisión Europea, 2019):

Competencias básicas: Involucran conocimientos fundamentales adquiridos en el sistema formal de la educación. Son asociadas con habilidades para realizar la lecto-escritura, comunicación oral y operaciones de cálculo.

Competencias genéricas: Se denominan también transversales y están asociadas con comportamientos y actitudes puestos en práctica en labores y diferentes ámbitos de producción. En este tipo de competencias se destaca, la capacidad para trabajar en equipo, la capacidad de planificación, la habilidad de negociar, entre otros.

Competencias específicas: Se designan también como competencias especializadas o técnicas. Están relacionadas con aspectos técnicos de una ocupación en particular y por su propia naturaleza poco transferibles a otros ámbitos laborales.

Asimismo, en el marco de las competencias, las habilidades son entendidas como la capacidad para aplicar conocimientos y hacer uso de técnicas para llevar a la práctica tareas y dar solución a los problemas. En el contexto de las habilidades necesarias para los emprendedores, se resaltan los principios y funciones derivados principalmente del área de administración: planear, organizar, analizar, comunicar, evaluar, trabajo en equipo y colaborativo, capacidad para identificación de fortalezas y debilidades, actitud proactiva ante los cambios y para asumir riesgos, etc.

En síntesis, la influencia de la formación de competencias y habilidades necesarias para realizar la actividad emprendedora y su articulación con la cultura, en tanto saberes y comportamientos individuales, ejercen una influencia directa con la labor productiva de los emprendedores y en su adaptación a las transformaciones que plantean los mercados laborales y las empresas en la economía actual, liderados por la automatización y el uso cada vez mayor de las nuevas tecnologías.

3. Cultura de emprendimiento en el contexto guatemalteco: marco jurídico, principios, valores y características en el sistema educativo

Hablar de cultura de emprendimiento en el contexto guatemalteco, es voltear la mirada al marco jurídico nacional y a los principios y valores que se promueven como factores determinantes para fomentar el desarrollo empresarial y el desarrollo económico nacional a partir de actividades empresariales con enfoque emprendedor

que tengan como meta final la creación de empresa. Por su parte las características que definen la cultura de emprendimiento en el sistema educativo guatemalteco, permiten resaltar la relación de causa y efecto para el fortalecimiento del emprendimiento en el país.

3.1 Marco jurídico del emprendimiento

La Constitución Política de la República de Guatemala afirma la primacía de la persona humana como sujeto y fin del orden social. Establece como deberes del Estado, garantizar el desarrollo integral de la persona humana, para lo cual demanda adoptar las medidas que se estimen convenientes para dar respuesta a las necesidades que presente la población. En el área de desarrollo económico, se ha establecido un marco jurídico que regula jurídicamente todas las acciones en materia de emprendimiento, el cual está constituido por un conjunto de leyes, políticas y reglamentos que en su conjunto determinan el ámbito de aplicación y actuación de todas las personas de interés en actividades con enfoque emprendedor.

3.1.1 Ley de Fortalecimiento al Emprendimiento

La Ley de Fortalecimiento al Emprendimiento tiene como objetivo principal, incentivar y fortalecer el emprendimiento en Guatemala, fue aprobada por el Congreso de la República a través del Decreto Número 20-2018, el 24 de octubre de 2018, entrando en vigencia tres meses después de su publicación en el Diario Oficial. Entre las finalidades de la Ley, se describen:

“(…) brinde las condiciones adecuadas y las herramientas tecnológicas que promuevan el aumento de la productividad, mayor competitividad por medio del acceso al financiamiento y a nuevos mercados a los emprendedores; buscando su inclusión en el

sistema formal para ampliar la base empresarial y el desarrollo social y económico, especialmente en aquellas comunidades o regiones cuya población se encuentra en situación de pobreza y extrema pobreza o son vulnerables a los flujos migratorios internos y externos” (Congreso de la República de Guatemala, 2018, pág. 1).

3.1.2 Política nacional de emprendimiento

La Política Nacional de Emprendimiento -Guatemala Emprende- fue aprobada a través del Acuerdo Gubernativo número 150-2015 de fecha 22 de junio de 2015, del Ministerio de Economía. Tiene una proyección de 15 años para su cumplimiento (2015-2030), con el objetivo principal de fomentar una cultura emprendedora a nivel nacional con un enfoque interinstitucional, considerando especialmente cinco ejes de trabajo:

- a. Industria de Soporte: involucra a entidades de apoyo que prestan asistencia técnica y acompañamiento al emprendimiento;
- b. Financiamiento: enfocado en instrumentos financieros en apoyo a todo el proceso emprendedor;
- c. Articulación Institucional de Soporte: orientado a instancias de cooperación entre entidades públicas y privadas en apoyo al emprendimiento;
- d. Mentalidad y Cultura: está orientado a generar estrategias de sensibilización emprendedora, por medio de seminarios, talleres y cursos. Además del desarrollo de campañas de comunicación para promover una mentalidad y cultura emprendedora; y

- e. Sistema Educativo. Eje que hace referencia a la transferencia de modelos, metodologías y herramientas de emprendimiento para educación temprana, básica, media y extra escolar. Además de proyectos y programas para promover el emprendimiento en el marco de ferias, pasantías, olimpiadas, entre otros.

La delimitación de los cinco ejes con sus diferentes orientaciones de trabajo, se proyectan como la ruta metodológica para establecer lineamientos y directrices que permitan generar mejores oportunidades a los guatemaltecos que desean incursionar en la actividad emprendedora.

3.1.3 Reglamento de la Ley de Fortalecimiento al Emprendimiento

Para la aplicación e interpretación de la Ley de Fortalecimiento al Emprendimiento fue aprobado su Reglamento, a través del Acuerdo Gubernativo 49-2019 en fecha 26 de marzo 2019, el cual contiene la organización y disposiciones para la implementación del sistema emprendedor en el contexto nacional. En el marco de su estructura, se define a la Unidad de Fortalecimiento al Emprendimiento, dependiente de la Dirección de Servicios de Desarrollo Empresarial del Viceministerio de Desarrollo de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía, como el ente rector de la temática de emprendimiento a nivel nacional.

En el área específica de Centros de Formación para el Emprendimiento, se delimitan funciones y responsabilidades para el ente rector, en función de:

“Realizar mapeos a nivel nacional para identificar entidades públicas y privadas, público-privadas o de la academia, con el potencial necesario para

clasificarse como un Centro de Formación para el Emprendimiento.

Llevar un registro o listado actualizado de los Centros de Formación para el Emprendimiento existentes y reconocidos por la unidad de Fortalecimiento al Emprendimiento.

Organizar y llevar a cabo con las dependencias designadas por el Ministerio de Educación, las reuniones de trabajo para actualizar el Currículo Nacional Base para la Educación Primaria y la Educación Secundaria, a efecto se contemple dentro del mismo objetivos, materiales y contenidos que favorezcan el reconocimiento social a la iniciativa empresarial (...).

Organizar y procurar la coordinación y reuniones de trabajo con las universidades del país, a efecto de lograr promocionar e implementar programas de enseñanza sobre los procesos y actitudes de emprendimiento en el pensum universitario o a través de cursos especiales universitarios” (Ministerio de Economía, 2019, pág. 8)

3.2 Principios y valores de la cultura de emprendimiento

En el contexto del marco jurídico político nacional del emprendimiento, se establecen los principios y valores para fomentar una cultura del emprendimiento, entendiéndola como la “manera de pensar y actuar frente al emprendimiento, transformando comportamientos, creencias, modelos mentales y paradigmas a

favor de la creación de empresas innovadoras como opción de vida” (Congreso de la República de Guatemala, 2018, pág. 2).

Entre los principios que se describen en el marco de fomentar una cultura emprendedora en el país, pueden señalarse:

“(…) Fomentar una sociedad que valore, impulse y reconozca a la persona emprendedora y el proceso creativo que implica al materializar sus iniciativas empresariales.

Establecer un marco normativo y organizacional para la creación de políticas que promuevan el emprendimiento e innovación.

Fortalecer la industria de soporte al emprendimiento, articulando los diferentes actores, de manera que se logre incidir en todas las fases del emprendimiento de forma eficiente y dinámica para minimizar los riesgos de no lograr un emprendimiento exitoso.

Promover una vinculación efectiva entre los distintos actores del ecosistema de emprendimiento, que faciliten la coordinación, interacción y sinergia de espacios de acción colectiva entre sector público, privado y académico del entorno nacional de emprendimiento.

Que la educación emprendedora se incluya en el sistema educativo nacional, a través de programas que desarrollen capacidades emprendedoras personales (Congreso de la República de Guatemala, 2018, pág. 2).

Como parte de los valores propios del emprendimiento se resaltan también; la iniciativa, la perseverancia, la creatividad, la autoconfianza en las capacidades para el logro de objetivos y metas, y el trabajo en equipo, los cuales se estipula deberán de ser generados y reforzados en el marco de la educación emprendedora.

3.3 Características de la cultura de emprendimiento en el sistema educativo

En el marco de la Ley de Fortalecimiento al Emprendimiento, se establecen los principios normativos para el desarrollo y promoción de una cultura de emprendimiento. Se mencionan los centros de formación para el emprendimiento, educación y sensibilización, los cuales pueden ser entidades públicas, privadas y público-privadas y de la economía.

En el caso de la educación y formación para el emprendimiento en el sistema de educación formal, se describen lineamientos que se deben de incorporar y desarrollar en los distintos niveles de enseñanza, por ejemplo:

Educación primaria y secundaria:

La formación emprendedora en este nivel educativo hace énfasis en la incorporación en el Currículo Nacional Base de objetivos, materiales y contenidos para el reconocimiento social de la iniciativa emprendedora. Se enfatiza en la formación de competencias y habilidades y en el desarrollo de los valores propios del emprendimiento: iniciativa, perseverancia, creatividad, autoconfianza y trabajo en equipo.

Educación ciclo diversificado del nivel medio:

La enseñanza en el área emprendedora en este nivel educativo, está enfocada principalmente en el segmento de jóvenes que están

por graduarse, a través de actividades educativas que promuevan el intercambio de conocimientos y fomenten el emprendimiento.

Educación universitaria:

El fomento del emprendimiento en el nivel de enseñanza universitaria, se enfatiza a partir de la coordinación, promoción e implementación de programas cuyo objetivo se centre en el aprendizaje de procesos y actitudes de emprendimiento, los cuales podrán ser coordinados entre el órgano rector de la política de emprendimiento y las diferentes universidades del país.

4. Retos y desafíos de la cultura de emprendimiento guatemalteco

De acuerdo con el informe de resultados del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2021/2022, Guatemala es uno de los países que presenta una de las proporciones más altas de actitud positiva en cuanto a iniciar un negocio. Se estima que 8 de cada 10 guatemaltecos lo valora como una acción de carrera productiva a nivel nacional. No obstante, los resultados del Informe advierten también, que, aunque Guatemala se caracteriza por tener un alto perfil de espíritu emprendedor, no constituye un factor único para garantizar el nacimiento de un emprendimiento de calidad, asegurando su fase de consolidación y persistencia en el mercado.

Se estima que la motivación principal que lleva a 7 de cada 10 guatemaltecos a poner en práctica una idea de negocio para iniciar un emprendimiento, es la de subsistencia, lo cual condiciona una serie de factores para el desarrollo de la actividad emprendedora y para el avance en las etapas del proceso emprendedor.

La disponibilidad de recursos financieros para la inversión inicial, las limitaciones para el acceso a fuentes de financiamiento bancarias o crediticias, y el porcentaje de participación en la Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA), constituyen factores determinantes para el éxito en la actividad empresarial. Sin embargo, la ausencia de ellos, priva las libertades de los emprendedores para hacer y decidir de acuerdo a sus propias convicciones empresariales.

Con base a las características que presentan los emprendimientos por el tipo de inversión inicial y fuente de financiamiento, se puede resaltar que constituyen tipos de libertad para los emprendedores en el país, si se toma en cuenta que 4 de cada 10 emprendimientos se inicia con un capital menor a Q 5 mil quetzales, y 6 de cada 10 con un monto menor a Q 10 mil quetzales, recursos provenientes de fuentes de capital propios.

En cuanto al porcentaje de participación que presentan los emprendedores en las diferentes etapas del proceso emprendedor, en tanto medir sus posibilidades de llegar a la etapa de consolidación de creación de una empresa, los resultados del GEM 2021/2022, resaltan que en el país se destaca una Tasa de Emprendimiento Temprano del 28.3 %, la cual incluye las primeras dos etapas; la de Emprendedor Naciente y la de Propietarios Nuevos. No obstante, después de tres años y medio de permanencia del proyecto o idea de negocio en el mercado, únicamente el 12.7 % de los emprendedores logra llegar a la cuarta etapa que corresponde a la de establecimiento y/o consolidación del negocio, es decir, la creación de una empresa en el mercado.

Los retos y desafíos que enfrentan los guatemaltecos en el marco de sus ideas y proyectos de negocio para insertarse

en el proceso emprendedor, demanda de una política pública e intervenciones estatales reales y efectivas, de voluntad política y de un mayor compromiso gubernamental, que en su conjunto permitan el fomento y desarrollo emprendedor desde una perspectiva de ventajas competitivas y comparativas para los guatemaltecos que se involucran en el proceso de emprendimiento en el país, asegurando un mayor porcentaje de éxito de las empresas en su fase de consolidación

Conclusión

Tomando en cuenta que los emprendedores constituyen un pilar de crecimiento económico y fuentes de empleo en el país, el fomento de una cultura emprendedora, se considera un pilar fundamental para el desarrollo y fortalecimiento de conocimientos y habilidades emprendedoras y empresariales, así como las redes de apoyo institucionales y de grupos de interés a los que se tenga acceso, lo cual incidirá de forma directa en la visión e idea de negocio a emprender y en la capacidad para reinventarse y darle un valor agregado a sus ideas de negocio en las etapas del proceso emprendedor, asegurando el cumplimiento de sus objetivos y metas que lleven a la creación de empresa.

Bibliografía

- Asociación RED GEM España y CISE. (2015). GLOBAL Entrepreneurship Monitor: Informe GEM España 2014. España: Editorial de la Universidad de Cantabria, D.L. 2005. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/332344271_Global_Entrepreneurship_Monitor_Informe_GEM_Espana_2014/link/5caf0064a6fdcc1d498c2890/download
- Comisión Económica para América Latina. (s.f.). División de Desarrollo Social de la CEPAL.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. (Diciembre de 2005). Certificación por competencias como parte del sistema de protección social: la experiencia de países desarrollados y lineamientos para América Latina, Serie de Políticas Sociales 113. Santiago de Chile: División de Desarrollo Social, CEPAL. Recuperado el 17 de abril de 2023, de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/6115-certificacion-competencias-como-parte-sistema-proteccion-social-la-experiencia>
- Comisión Económica para América Latina, CEPAL. (julio de 2000). ¿Qué es el capital social comunitario?, serie Políticas Sociales. Santiago de Chile, Chile: División de Desarrollo Social, CEPAL, ECLAC.
- Comisión Europea. (2019). El Marco Europeo de Cualificaciones: apoyo a la movilidad educativa, profesional y transfronteriza. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. Obtenido de <https://europa.eu/europass/system/files/2020-05/EQF%20Brochure-ES.pdf>

- Congreso de la República de Guatemala. (24 de octubre de 2018). Ley de Fortalecimiento al Emprendimiento, Decreto Número 2018. Guatemala: Organismo Legislativo, Congreso de la República de Guatemala. Obtenido de <https://www.congreso.gob.gt>
- Durston, J. (julio de 2000). ¿Qué es el capital social comunitario? Santiago de Chile, Chile: División de Desarrollo Social, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Obtenido de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5969/1/S0007574_es.pdf
- Freire, A. (2004). Pasión por emprender, de la idea a la cruda realidad. Buenos Aires, Argentina: Aguilar. Buenos Aires, Argentina: Aguilar.
- Kliksberg, B. (2005). Más ética, más desarrollo. 4ta. Edición, febrero 2005. Buenos Aires, Argentina: Editorial Temas.
- Ministerio de Economía. (26 de marzo de 2019). Reglamento de la Ley de Fortalecimiento al Emprendimiento, Acuerdo Gubernativo 49-2019. Guatemala: Ministerio de Economía. Obtenido de sice.oas.org/SME_CH/GTM/Acuerdo_Gubernativo_049_2019_s.pdf
- Observatorio Nacional del Emprendedor. (2015). Análisis transversal del gasto en políticas de apoyo a emprendedores, micro, pequeñas y medianas empresas. México: Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD); Fundación IDEA; Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM). Obtenido de <https://info.undp.org/docs/pdc/Documents/MEX/Analisis transversal en políticas de apoyo a emprendedores y MiPyMEs.pdf>

- OIT/CINTERFOR. (24 de enero de 2012). Competencias para empresarios emprendedores: contexto europeo. Proyecto Avanz@: Competencias para la productividad de las Mipymes centroamericanas en la economía del conocimiento y la innovación. Fundación Omar Dengo - IDRC - OIT/CINTERFOR. Obtenido de https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_publicacion/comp_empre_cobo.pdf
- Reyes, H. (junio de 2023). Emprendimientos: características, oportunidades y realidades nacionales. Guatemala: Revista 236, trimestre abril-junio, Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales IIES, Universidad de San Carlos de Guatemala. Obtenido de <https://iies.usac.edu.gt>
- Reyes, H. (2015). El mercado laboral en Guatemala y el fortalecimiento de la formación y capacitación laboral. Guatemala: Revista Economía, No. 205 julio-septiembre 2015, Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales, IIES, Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Sen, A. (2000). Desarrollo y Libertad, Primera Edición. Barcelona, España: Planeta, S. A.
- UNICEF. (26 de febrero de 2023). unesco.org/es/about/culture-education. Obtenido de unesco.org/es/about/culture-education
- World Economic Forum. (20 de octubre de 2020). The Future of Jobs Report 2020. Geneva, Switzerland: World Economic Forum. Obtenido de <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020/in-full/chapter-2-forecasts-for-labour-market-evolution-in-2020-2025#chapter-2-forecasts-for-labour-market-evolution-in-2020-2025>

El impacto económico y social de las tiendas de barrio y la importancia de la responsabilidad social

MSc. Mónica Floralidma Hidalgo Motta*

Introducción

Actualmente Guatemala enfrenta retos y cambios políticos, económicos, culturales y sociales. Persiste la globalización y con ello constantemente se deben realizar cambios de procesos, se debe adaptar la sociedad y colaborar en las formas de actuar y realizar las actividades.

Se puede afirmar que la sociedad está cambiando de forma activa, las formas de analizar los rasgos esenciales de la globalización, constantemente se busca e investiga respuestas claras y analíticas sobre el actuar del ser humano como objeto y sujeto en la economía.

Los consumidores han cambiado de forma drástica sus hábitos de compra, los lugares específicos en donde compran ya no son los mismos, incluso prefieren realizar compras en línea.

Es un hecho que las grandes economías ya reconocen el avance y daño que conlleva realizar actividades económicas a gran escala y sobre todo con poca responsabilidad social y ética.

En la definición de globalización es necesario retomar lo descrito por Franz Hinkelammert, 2001, La criticidad en las ciencias sociales ha sido entendida de muchas maneras, y ésta asume tres rasgos principales. La criticidad surge de la responsabilidad, forma

* Investigadora en el Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IIES), Universidad de San Carlos de Guatemala.

parte de lo que llama una “cultura de la responsabilidad; (la cual), por supuesto es crítica. Pero, el acento no está en la crítica, sino en la responsabilidad, que exige ser crítico”. La responsabilidad se refiere a la destructividad ambiental, social y humana que conllevan los procesos de globalización y modernización neoliberal. El nihilismo al desnudo. Los tiempos de la globalización, Ed. Lom, Santiago, 2001, 297 p.

De acuerdo con la Política Nacional de Desarrollo K’atun Nuestra Guatemala 2032, es prioridad erradicar la pobreza, la exclusión, la discriminación y la desigualdad entre mujeres, hombres de todas la edades y condiciones socioeconómicas.

El objetivo principal es mejorar la calidad de vida de los habitantes y prestar de manera eficiente los servicios básicos de agua, energía, equipamientos, espacios públicos suficientes, de buena calidad, y mejores condiciones de seguridad.

Además, los guatemaltecos en áreas urbanas y rurales deben contar con amplias oportunidades laborales en los sectores industrial, comercial y de servicios, para que su desarrollo personal y el de su familia sean sostenibles. Los años que faltan por llegar al año 2032, efectivamente son nueve y en general se debe mejorar los medios de vida y la protección del medio ambiente y los recursos naturales.

El plan tiene 36 prioridades y 80 metas, en los cinco ejes que lo componen y que deberán desarrollarse durante los próximos años, contiene principalmente Ejes de Desarrollo y variables priorizadas; entre ellas Modernización fiscal, Adaptación institucional, Acceso a mercados, Seguridad y Justicia, Competitividad, Inversión productiva, Infraestructura económica y social, Capacidad de resiliencia y adaptación al cambio climático y otras.

Los ejes conllevan acciones a largo plazo, en nuestra realidad objetiva está en auge promover la ciencia y la tecnología articulada con las prioridades nacionales del desarrollo, desde 1991, el Estado ha reconocido, por medio del Decreto 63-91, que la ciencia y la tecnología constituyen elementos fundamentales para la promoción del desarrollo.

En Guatemala existe la necesidad de desarrollar una cultura de investigación, generación de conocimiento y transformación tecnológica, en el marco de una agenda nacional, con procesos de largo plazo y con participación del Estado, la iniciativa privada y la academia.

También se dará prioridad a la Democratización del crédito, es ejemplo de algunas instituciones bancarias, quienes se han manifestado a favor y en apoyo de las familias guatemaltecas, al proponer reformas en el sistema financiero para hacer llegar los beneficios de este a todos los actores económicos, con énfasis en el área rural, jóvenes, mujeres y mipymes.

Es importante mencionar el eje adaptación y mitigación frente al cambio climático, con el tema Recursos naturales hoy y para el futuro, proteger y potenciar los recursos naturales en equilibrio con el desarrollo social, cultural, económico y territorial, para que permitan satisfacer las demandas actuales y futuras de la población en condiciones de sostenibilidad y resiliencia, ante el impacto de los fenómenos que la naturaleza presente.

Dentro de los objetivos generales de los países, es prioridad un crecimiento y desarrollo económico, además se encuentran en proceso de cumplimiento y constante monitorio los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son el camino a seguir o el plan maestro para conseguir un futuro sostenible para todos.

Se interrelacionan entre sí e incorporan los desafíos globales a los que nos enfrentamos día a día, como la pobreza, la desigualdad, el clima, la degradación ambiental, la prosperidad, la paz y la justicia.

Es importante que logremos cumplir con cada uno de estos objetivos para los próximos años. Dentro del análisis de las tiendas de barrio en términos generales, se manifiesta el aporte y desempeño por cumplir y alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible a largo plazo, específicamente en los numerales 8, 9 y 12 los cuales en resumen significan lograr niveles más elevados de productividad, incrementar empleos, fomentar el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones, disminuir la generación de desechos mediante políticas de prevención, reducción, reciclaje y reutilización.

1. Principales elementos o características que se consideran, para elaborar una definición de una tienda de barrio o tenderos

El estudio de la economía informal representa un análisis exhaustivo, la economía de pequeñas, medianas y grandes empresas, representan un reto. En lo que se refiere a actividades económicas, cabe mencionar las tiendas de barrio, son negocios pequeños, se han incrementado dentro de nuestro país y generan empleos. En las primeras fases de la pandemia dichas tiendas de barrio fueron afectadas de manera negativa, ya que en primera instancia la cuarentena estricta tendía a movilizar a las personas a los supermercados, para obtener provisiones suficientes para largos períodos de tiempo.

Tras la pandemia covid-19, la recuperación económica actual, ha tenido como consecuencia un auge en las tiendas de

barrio, alcanzando niveles de productividad económica más altos, mayor emprendimiento, innovación y creatividad.

Por otro lado, ha sido incondicional, el apoyo de empresas guatemaltecas e internacionales, así como también instituciones bancarias a las tiendas de barrio.

Las tiendas de barrio tienen mayor importancia en barrios, colonias, en los departamentos y municipios de Guatemala, donde la economía se ha visto impactada en años anteriores por el desempleo, la falta de oportunidades laborales, lo cual ha causado que las personas opten por negocios informales y un propio empleo que les permita sostener económicamente a sus familias.

En la actualidad los diferentes medios de obtener un empleo, una ganancia económica, una remuneración son varios. Las tiendas de barrio representan oportunidades de crecimiento en algunas ocasiones, ya que se convirtieron en una herramienta de captación de capital, oportunidad de trabajo y apoyo en algunas áreas de la sociedad.

La pandemia fue causal de cambios en la economía, nos encontramos avanzando lentamente en el proceso de transformación digital, por necesidad hemos sido introducidos de forma inmediata a ese proceso de transformación.

La Fundación de Estudios Sociológicos (FUNDES), tiene su sede en Madrid fundada en 1979, es una organización internacional que promueve el desarrollo competitivo de la MIPYME en América Latina a través del fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas. FUNDES, opera a través del desarrollo de programas para empresas y organismos que busquen generar eficacia, rentabilidad e innovación a lo largo de su cadena de valor

o en las comunidades en donde trabajan. Tiene presencia en diez países de América Latina: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú y Venezuela¹

Recientemente publicaron que el trabajo de las tiendas de barrio representa casi el 50 % de las ventas de alimentación, actividad que se convierte en el ingreso y sustento para cientos de familias guatemaltecas.

A nivel latinoamericano sí existen varias definiciones de una tienda de barrio, de acuerdo a sus propias características y el lugar en donde se encuentran ubicadas.

Las tiendas de barrio o tenderos tienen fuerte impacto y participación dentro de la población guatemalteca. Cabe resaltar que son muchos los jóvenes que atienden las tiendas de barrio y es poco el interés hacia la mejora y consumo eficiente de los recursos en general.

Las tiendas de barrio han sido de gran ayuda para muchos barrios y colonias en donde no cuentan con comercios grandes, es decir supermercados tales como, Maxi Despensa, Despensa Familiar, Paiz, La Torre, Walmart, entre otros.

1.1 Características o elementos principales de las tiendas de barrios

- Participa el tendero y el consumidor
- Poca existencia conocimiento para crear una empresa

¹ FUNDES es miembro de CSR360 Global Partner Network, red global impulsada por Business in the Community (BITC). Firmó el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

- Productos a costo bajo
- Productos, granos básicos de hogar y alimentos para mascotas
- Fechas de caducidad a la vista
- Constante tratamiento de plagas
- Precios accesibles y económicos
- Horarios extendidos
- Puntos de venta cerca de una colonia y barrio
- Estándar de precios iguales entre tiendas de barrio
- Limpieza de productos
- Inventario de productos
- Tamaño y superficie del lugar similar
- Poca seguridad
- No. facturación electrónica
- Personas en su mayoría rural e indígena y empleada en sector informal
- Poca conocimiento del tema responsabilidad social empresarial.

Por lo anteriormente expuesto, una tienda de barrio se define como un establecimiento atendido por una o más personas detrás de un mostrador en donde el consumidor no tiene al alcance los productos, no los puede consumir dentro de las instalaciones, son tiendas como comercio al por menor, generalmente lo atienden en

familia, se pueden intercambiar los turnos para atender al público en general.

La tienda de barrio es diferente de un supermercado, existe una opinión y comunicación directa con los usuarios o clientes. Se encuentran dentro de un perímetro limitado como una colonia, en el barrio, en los municipios, en los departamentos y se ofrecen varios servicios, diferentes formas de pagos y predomina el pago en efectivo.

Se caracterizan en general pocos controles de calidad, despreocupación hacia el tema responsabilidad social empresarial, poco avance en tecnología y han sido víctimas de la delincuencia.

La Cámara Guatemalteca de Alimentos y Bebidas (CGAB), Cámara de Comercio de Guatemala y la Cámara de Comercio e Industria Guatemalteco Mexicana (CAMEX), se unieron a la iniciativa del Sistema Coca-Cola denominada: "Pequeños Gigantes". Además, es impulsado por otras 11 empresas proveedores de las tiendas de barrio y socios estratégicos, la finalidad es promover que los guatemaltecos se queden en sus casas, las tiendas de barrio, las abarroterías y los minisúper, se convierten en los protagonistas de las comunidades y con ello reactivar el comercio detallista.

Además de Cámara Guatemalteca de Alimentos y Bebidas, CAMEX y Coca-Cola FEMSA, la iniciativa ha sido promovida y apoyada por marcas como Huggies, Scott, Ducal, Kern's, Colgate, Pozuelo, Kellogg's, Pali Deli, Chivolac, Granada, Inlasa, Mondelez, Señor Tendero. Así mismo, aliados estratégicos como Tigo Media, RCN, La Mega 107.7, GPO Vallas, Guatemala.com & Smart Visión y algunos bancos del sistema.²

² ¿Cuánto compran los guatemaltecos a abarroterías y tiendas de barrio en alimentos? (prensalibre.com).

En plena pandemia y después de la misma, los tenderos tienen sus tiendas de barrio abastecidas con productos y alimentos de la canasta básica, incluso han implementado venta de frutas y verduras en ciertos días a la semana o diariamente. Uno de los objetivos es evitar largas filas de automóviles en los supermercados, aglomeraciones, ser una opción segura y cerca de casa para poder realizar las compras. Además, al realizar sus compras los consumidores pueden ahorrar tiempo, gasolina, cuota de parqueo, largas filas de vehículos y manejar menos estrés al consumir aledaños de sus viviendas.

2. Aplicación de los elementos del concepto responsabilidad social dentro de las tiendas de barrio

Según la Unión Europea, la responsabilidad social empresarial incluye la integración de preocupaciones sociales, ambientales, éticas y de derechos humanos dentro de la estrategia y operaciones comerciales de los negocios.

Las tiendas de barrio se han convertido en una alternativa laboral, son pequeñas, con enfoque familiar y por sus propias características a corto plazo, es poca la proyección en general a una sostenibilidad a favor del medio ambiente.

A largo plazo la responsabilidad social empresarial puede incrementarse con el compromiso constante entre clientes y dueños o colaboradores de la tienda de barrio, como la adopción de programas de reciclaje.³

Se observa que el propietario de la tienda de barrio ha sido tomado en cuenta para varios estudios de mercado, en el cual

³ ¿Qué es la responsabilidad social empresarial? 5 ejemplos reales (zendesk.com.mx).

se quieren reafirmar los productos y la motivación que tienen estos propietarios para mantener este tipo de negocios que son los primeros dentro del comercio y se mantienen de forma activa atendiendo a los vecinos del lugar, además se pone de manifiesto cómo este tipo de negocios siguen presentes en la actualidad y como los tenderos siguen creyendo en este tipo de establecimientos que se les considera tradicionales.

La empresa transnacional Coca-Cola bajo la estrategia Un Mundo Sin Residuos realizó la primera fase de su campaña “Mi Colonia sin residuos”, iniciativa que busca sensibilizar a la sociedad sobre la importancia de cuidar y preservar el medio ambiente a través del reciclaje.

Fue un plan piloto que funcionó, en treinta puntos estratégicos en la Ciudad de Guatemala y Mixco, donde las tiendas de barrio se convertirán en centros de recolección de botellas de plástico PET que los mismos consumidores podrán llevar y al mismo tiempo estarán participando en el sorteo de premios, contribuyendo de esta forma a generar una conciencia colectiva y crear la costumbre del reciclaje.

La campaña “Mi Colonia sin residuos” consiste en que los guatemaltecos lleven cinco botellas de plástico PET vacías, aplastadas y tapadas a alguna de las treinta tiendas participantes del proyecto ubicadas en las zonas 5, 13, 14, 15, 16 y 17 de Ciudad de Guatemala y en Mixco en las zonas 2, 3 y 4. Por cada 5 botellas PET de cualquier tamaño o marca las personas recibirán un cupón para participar en el sorteo del mes. Si las cinco botellas son de marcas de productos Coca-Cola, se entregará doble cupón para las rifas mensuales.

A través de esta iniciativa, las botellas PET no solo son recolectadas sino recicladas para volver a utilizarlas en un nuevo envase.

La recolección de las botellas estará a cargo de los recicladores de ECOGAES y RECICLA bajo la coordinación de World Wildlife Fund Guatemala, organización mundial presente en 100 países, con el objetivo de desarrollar y apoyar iniciativas para la conservación de las especies y del medio ambiente para salvar al planeta. ECOGAES y RECICLA es un servicio de recolección de residuos.

Además, se cuenta con el apoyo del Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales y la Municipalidad de Guatemala para validar y acompañar las acciones de la campaña. Un Mundo Sin Residuos, es una iniciativa global del Sistema Coca-Cola que representa un compromiso de la compañía Coca-Cola y sus socios embotelladores como Coca-Cola FEMSA, con el objetivo de recolectar y reciclar al año 2030 el equivalente al 100% de los empaques que comercialicen en el mercado. De esta forma, se refuerza la economía circular del plástico, aportando al sector de reciclaje, y cumpliendo con la responsabilidad social empresarial.⁴

3. Diferentes preferencias de los usuarios de acuerdo a la aparición de grandes supermercados y la importancia del concepto responsabilidad social empresarial (RSE)

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es un aspecto que cada día tienen más en cuenta sus clientes y usuarios, conscientes de que la productividad, la reducción de costos y, la obtención de beneficios no pueden justificar de modo alguno

⁴ Coca-Cola promoverá el reciclaje en tiendas de barrio (elmetropolitano.com.gt) William Segura, director de Asuntos Públicos, Comunicaciones y Sustentabilidad de Coca-Cola Centroamérica. La campaña “Mi Colonia sin residuos” Gabriela Arias, Gerente Legal y Asuntos Corporativos en representación de Coca-Cola.

la explotación, la violación de los derechos fundamentales de las personas o la degradación del medio ambiente.

Las tiendas de barrio por su forma de operar, ventas al menudeo, son un canal de distribución y comunicación directo entre algunos tenderos y los consumidores. Permite conjugar factores determinantes ya que cuenta con el conocimiento de los gustos y las preferencias de los consumidores.

Existe la idea generalizada de que la Responsabilidad Social Empresarial es una especie de concesión por parte de las empresas para con la sociedad en general, mostrando así algo de su buena disposición pensando positivamente, cuando en realidad el concepto tiene que ver con la vida en sociedad de este ente social llamado empresa.

La mayoría de las definiciones de responsabilidad social empresarial perciben este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus participantes. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones de los participantes.⁵

Como individuos tenemos legalmente derechos y obligaciones (responsabilidades) que están establecidos en la Constitución, y por lo tanto las mencionadas obligaciones nos comprometen a cumplirlas invariablemente sin dejarlas a nuestro criterio para su pleno cumplimiento.

⁵ Libro verde de la Comisión de las Comunidades Europeas. COM2001. Estrategia de la Unión Europea. Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Ahora bien, las empresas legalmente son personas morales y por lo tanto también tienen sus derechos y obligaciones, teniendo que cumplir plenamente estas últimas ya que de lo contrario están sujetos a ser amonestados o castigados de acuerdo a la ley.

Uno de los objetivos es crear conciencia en cuanto al tema Responsabilidad social, debido a que el guatemalteco está acostumbrado a consumir y no observa el deterioro del medio ambiente. La mayor parte de los tenderos no cumple con las medidas sanitarias recomendadas, al finalizar la pandemia, menor fue el interés.

Actualmente en el caso de las tiendas de barrio por no ser una empresa, no se consideran obligadas a respetar la Responsabilidad Social, porque no tiene nada que ver con las leyes de la oferta y la demanda. Y como la sociedad en general ha sido formada y educada para comportarse de acuerdo al mercado, vemos a la Responsabilidad Social como algo ajeno, algo raro que no cumple con lo generalmente establecido. Al revisar diferentes revistas y periódicos que analizan el tema tiendas de barrio se observa que tienen un origen informal, uno de los principales objetivos es comercializar de manera regular productos de consumo masivo, como alimentos, víveres, bebidas, tabaco y comida para mascotas.⁶

Algunas consultas realizadas con el sistema municipal de cobranza de la Municipalidad de Mixco, indican que en los últimos años existe una cantidad de 4,071 tiendas, 384 abarroterías y 97 minitiendas.

Se conocen datos estadísticos por un estudio realizado por empresa Señorial e indican que el 91 por ciento de la población visita en promedio 24 veces por mes una tienda.

⁶ Revista Global de Negocios. Volumen 3 Número 3 año 2015.

Los consumidores han encontrado en las tiendas de barrio una forma fácil y cercana para comprar artículos de consumo diario y de primera necesidad. La publicidad más grande que tienen las tiendas de barrio es el de los vecinos. Las tiendas de barrio, les proporcionan propaganda gratuita por parte de los proveedores, les ofrecen pintar locales, exhibir mercadería, congeladores, pegar letreros y otros. No invierten en publicidad, no ofrecen descuentos, ni ofertas y en algunas tiendas cuentan con reparto a domicilio por un consumo determinado.

En su mayoría es por desconocimiento o porque creen que no vale la pena gastar tiempo, esfuerzo y dinero en este tipo de estrategias de mercado.

Las tiendas de barrio a veces se ven en desventaja en comparación con sus competidores que sí logran mayor propaganda y sí explotan las estrategias de mercado. Las estrategias de mercado son un conjunto de acciones planificadas y enfocadas en las áreas de marketing, ventas y finanzas, con el objetivo de optimizar el manejo de recursos para incrementar las ventas y diferenciarse de la competencia. La Asociación Americana de Marketing (AMA) define al Marketing como una actividad, conjunto de instituciones y procesos, llevadas a cabo por organizaciones e individuos para crear, comunicar, distribuir e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y para la sociedad en general.⁷

Con la intensidad actual de los mercados, las empresas han tenido que adaptar sus iniciativas a planificaciones muy detalladas y ambiciosas, con el objetivo de coordinar todos los esfuerzos que son parte de las campañas de mercadeo y con ello incrementar sus ventas.

⁷ AMA 2007 La función del Marketing.

4. Opinión sobre el uso de mayor tecnología con la finalidad de apoyar a los consumidores en las tiendas de barrio

La recién pasada pandemia covid-19, se caracterizó por acontecimientos que marcaron la historia del país y entre esos hechos, uno de los protagonistas clave fue el impacto de las redes sociales y el uso de la tecnología. Sin embargo, las tiendas de barrio no utilizan tecnología avanzada como páginas de internet, redes sociales y apps, muy poca importancia a los medios de desinfección en tiempos de pandemia, no todas cuentan con medios de pago con tarjeta de crédito y débito, no se preocupan por obtener bolsas de plástico o de papel en favor del medio ambiente, algunas se dan a conocer por medio de grupos de chat WhatsApp o Facebook.

En el caso del interior de la república de Guatemala, se conocen por los mismos vecinos y por experiencias de consumo en cada tienda de barrio. Se han dedicado a la venta de abarrotes al menudeo de primera necesidad por experiencia, por locales disponibles en diferentes zonas, por necesidad de obtener un medio de subsistir, pertenecen al interior del país y encuentran en la ciudad de Guatemala una oportunidad de empleo. En el interior del país funcionan dichas tiendas por herencia de sus familiares.

Según datos proporcionados por Banrural, en 2010 se inició con el proyecto de los agentes bancarios llamándolos Cajas Rurales, inaugurando 41 de ellas. Actualmente, el banco decidió cambiar el nombre a Cajas Banrural, para conseguir que más guatemaltecos reconozcan el servicio, hasta el momento existen 3,770 en el país.

El objetivo principal de las Cajas Banrural es acercarse más a la gente y brindarles un buen servicio bancario donde se

encuentren. De esta manera, los guatemaltecos no tienen que hacer gastos adicionales en transporte desde sus comunidades a una agencia Banrural.

Después del cambio de nombre, las Cajas Banrural ya establecidas continuarán con los mismos servicios en los puntos existentes. Esto permite que el proyecto siga beneficiando a algunas de las poblaciones más vulnerables del país, como adultos mayores, pensionados y jubilados. Las transacciones son rápidas y confiables

Existe diferencia entre cuenta monetaria y de ahorro Banrural y los servicios de Caja Rural. A continuación, los servicios principales que Caja Rural ofrece en sus puntos de atención:

- Cobro de remesas.
- Depósitos (en quetzales a cuentas monetarias o de ahorro).
- Pago de cheques Banrural.
- Retiros (con tarjeta de débito).
- Pago de servicios (por ejemplo, de electricidad o de telefonía).
- Recibir transferencias móviles.
- Pago de colegiatura (solo para universidades seleccionadas).
- Pago de créditos (préstamos Banrural o a Génesis Empresarial).

Han transcurrido trece años del proyecto Caja Rural y alcanzaron presencia en toda Guatemala, son varios puntos de atención al público implementado por Banrural para llegar a las personas y lugares que estén más alejadas de las agencias principales.

Actualmente el Banco Industrial (BI) y la Cámara Guatemalteca de Alimentos y Bebidas (CGAB) lanzaron en septiembre de 2020 una alianza para propietarios de tiendas de barrio, depósitos, abarrotería y almacenes, trabajan en conjunto para apoyar a las tiendas de barrio, el Banco Industrial tiene como finalidad promover el crédito y con ello el tendero puede surtir su tienda y ofrecer mayores beneficios al consumidor.

Aún siguen impulsando esta alianza, mediante webinars para que más propietarios puedan desarrollar sus negocios.

El proceso consiste que mientras el Banco Industrial se enfoca en las microfinanzas para este sector, la Cámara y proveedores de estos pequeños negocios garantizan el abastecimiento a sus clientes, y el propietario de la tienda puede pagar a sus proveedores. Existen más de 300 mil tiendas en el país. La meta de este programa es cubrir el 10 por ciento. Los microcréditos van desde Q 5 mil hasta Q 160 mil. Personal del Banco Industrial visita a los interesados, al llegar al negocio realizan un estudio de la situación del cliente, incluso le brindan apoyo para crear el RTU o NIT ⁸

Según el Ministerio de Economía, en el documento “Perspectivas económicas 2023: las rutas posibles para Guatemala” en cuanto a las tasas de interés del sistema bancario, a lo largo del tiempo éstas se han ido reduciendo y actualmente se mantienen en niveles bajos.

Según indicó, dentro de la estrategia para alcanzar la transformación económica del país, durante 2023 se continuará con el impulso a la empresarialidad y a la economía sostenible a través de programas como el plan de la Ruta del Emprendedor, el

⁸ Guatemala: Cámara de Alimentos y BI, en alianza para apoyar tiendas de barrio | Noticias | Portal FinDev (findevgateway.org).

plan de Digitalización de la Mipyme, el Fondo de Crédito para el Desarrollo de la Mipyme, Banco de Hilos, el distintivo Sello Blanco para erradicar la pobreza y el programa Oportunidad Becas Mineco.

La Cámara Guatemalteca de Alimentos y Bebidas (CGAB) y su grupo de asociados realizaron una observación de campo de la situación de las tiendas de barrio en varios departamentos del país y el objetivo fue primordialmente la situación económica que tienen los tenderos y la situación de prevención sanitaria.

5. Ventajas y desventajas observadas por las tiendas de barrio antes y después de la pandemia covid-19

Aún nos encontramos experimentando una recuperación económica derivado de la actual pandemia covid-19 a nivel mundial y con secuelas de salud en los habitantes que ya han sufrido dicha enfermedad. Se incrementó el uso de guantes de látex, utensilios plásticos, mascarillas con la finalidad de protegerse de la pandemia, lo que incrementó la contaminación del medio ambiente. Del año 2020 al 2022 surgieron varias acciones por parte del Gobierno, principalmente con la finalidad de evitar contagios y ayudar en el área económica a las pequeñas empresas, hubo acciones positivas y negativas. En el caso de Mixco se realizaron diversos estudios sobre el actuar de las tiendas de barrio, se observa poco interés en el tema responsabilidad empresarial.

Las tiendas de barrio, uno de los tantos negocios informales de nuestro país y fuentes de ingresos para muchos guatemaltecos, el pilar de muchas familias, del cual subsisten día a día, experimentó ventajas y desventajas antes y después de la pandemia.

Ventajas

- Frente a los grandes supermercados estos negocios salieron favorecidos, principalmente fin de semana, debido a que ellos no podían abrir, de acuerdo a ciertos horarios, eran filas de personas en las tiendas de barrio que consumían varios productos de la canasta básica.
- Generan autoempleo, ya que generalmente son negocios familiares que bien administrados se convierten en pequeñas empresas.
- Los precios suelen ser más bajos que en los supermercados.
- El surtido se da mediante un consenso del tendero con los clientes de acuerdo a las necesidades de la zona.
- Las tiendas de abarrotes ofrecen diversos productos, incluso frutas y verduras frescas.
- Se pueden comprar productos frescos, como los lácteos.
- Racionalización de las compras: compras reducidas, donde solamente se lleva lo que en verdad se necesita.
- Ahorro de dinero: precios accesibles para los guatemaltecos.
- La distancia y cercanía, son aspectos observados en una comparativa de un supermercado y una tienda de barrio, ya que al acudir al supermercado una familia promedio puede abastecerse de gran manera economizando recursos entre más adquiera.
- Algunas cuentan con servicios bancarios, Agente Banco Industrial BI, Caja Banrural, Agentes G&T Continental.

- Servicios integrales de comercio y banca.
- Pago con tarjeta de débito y tarjeta de crédito con las tiendas que tienen agentes bancarios.

Desventajas

- Poco marketing y publicidad.
- Los precios y las ofertas no son frecuentes.
- Los proveedores son pocos.
- Pocas inversiones.
- A menudo se requieren largas horas de funcionamiento.
- No utilizan en su mayoría tarjeta de debito o crédito.
- Implica tener organización en los productos que se ofrecen, lo que consume tiempo del tendero.
- Se atraen clientes, siempre y cuando la distribución y los precios en los anaqueles son fáciles de ubicar, entre más rápido obtengan lo que buscan, más posible es que compren y que los clientes regresen.
- Los tenderos indicaban que los consumidores en época de pandemia, no querían portar la mascarilla al ingresar a los establecimientos, además muchos rechazan el alcohol en gel que se les proporciona y no desean desinfectar sus zapatos en las alfombras.
- Abrir una tienda en línea es mucho más barato que una tienda física minorista, no hay alquiler a pagar u otras facturas de servicios directamente relacionadas con la tienda, a excepción de alojamiento web y soporte técnico.

- La entrada de nuevos competidores al mercado del consumo masivo ha obligado a las tiendas tradicionales a cuestionar su funcionamiento.
- Una desventaja en las tiendas de barrio, fue un horario desfavorable, debido a que por resguardar la salud de los guatemaltecos se tomaron medidas altas de seguridad sanitaria, cerrándole la oportunidad y los ingresos mensuales a muchas tiendas, ya que muchas familias se ayudan entre ellos para atender las tiendas de barrio y allí mismo vivir.⁹

6. El impacto económico y social de las tiendas de barrio y la importancia de la responsabilidad social¹⁰

Se considera que Guatemala tiene unas 110 mil tiendas de barrio según un estudio realizado por la empresa Boquitas Señorial. (La empresa Boquitas Señorial es una marca guatemalteca con 35 años, famosa en Centroamérica y Estados Unidos, produce variedad de boquitas y otras variedades producidas en Alimentos S. A., parte de la Corporación Castillo Hermanos).

De igual manera se hace especial énfasis en verificar la aplicación de los elementos del concepto responsabilidad social dentro de las diferentes tiendas de barrio. Se observa necesaria e indispensable la intervención y apoyo de empresas guatemaltecas y de la campaña promovida por la Coca-Cola en favor del medio ambiente y en donde participan diferentes tiendas de barrio.

⁹ Tiendas de barrio en la pandemia: ganadores y perdedores a la vez-Con Criterio.

¹⁰ Las tiendas de barrio tienen un impacto clave para frenar el desperdicio alimentario - Diario Eco Tiene Guatemala más de 100 mil tiendas de barrio - Uniradio Informa ¿Qué promociones funcionan realmente en las tiendas de barrio? (grupobit.net) Las tiendas del barrio VS. Las grandes superficies ¿Qué las hace tan diferentes?

Es necesario observar la actitud de todos los participantes, respeto por las personas, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común.

Los efectos económicos que se pueden observar a largo plazo y con base en la experiencia reciente de pandemia, podría ser implementar un sistema de pago con otros medios ya que muchas veces no se cuenta con efectivo. Muchos tenderos aún apuntan en un cuaderno o libreta, a los clientes que han solicitado crédito, situación que no es favorable para el tendero.

A continuación, se presenta los beneficios que brindan las instituciones bancarias que apoyan a las comunidades y sociedad guatemalteca y funcionan dentro de las tiendas de barrio.

- a) Banco G&T Continental, brinda puntos de servicio del banco que ha sido habilitado en un comercio formalmente establecido. (Agentes G&T Continental). Los guatemaltecos pueden beneficiarse con transacciones bancarias y de servicio al cliente de forma ágil, rápida y segura.
- b) Banrural tiene cajas Banrural, en algunas tiendas de barrio, funcionan parecidas a un banco. Las transacciones no tienen ningún cobro adicional y se encuentran más cerca de la comunidad. Los clientes pueden realizar cuarenta transacciones diferentes en las Cajas Banrural.
- c) Banco Industrial ha brindado créditos y ha capacitado y orientado en el tema de crédito a los tenderos.

En cuanto al tema de la facturación electrónica, para los tenderos, quienes venden muchos de sus productos al menudeo, ha resultado negativo el efecto de las nuevas modificaciones. Se

ha incrementado el precio de los productos, pero especialmente los relacionados con licores, cigarrillos y artículos del hogar. En consecuencia, de este aumento, se han visto obligados a incrementar los precios de estos artículos, lo cual se traduce directamente en la disminución de las ventas.

La Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), en su Plan Estratégico Institucional 2021-2025 PEI 2021-2025 juega un papel importante debido a que la carga tributaria de Guatemala es una de las más bajas de Latinoamérica, una de las razones principales es la baja imposición directa, el abuso de los incentivos fiscales y la resistencia al pago de impuestos, además una débil cultura moral y tributaria.

La SAT ha implementado estrategias para mejorar el cumplimiento voluntario y el cobro de los tributos. Tiene como objetivo aumentar la recaudación de manera sostenida y reducir la brecha del incumplimiento tributario. Cuenta con el proyecto de Gobierno de Datos y la emisión de los documentos electrónicos, cuyos principales exponentes son, en este momento, el Registro Tributario Unificado (RTU) digital y la Factura Electrónica en Línea (FEL), los cuales son parte de una conceptualización más amplia, en donde la SAT tendrá a su disposición un gran número de herramientas electrónicas y de información que, usadas eficientemente y en forma conjunta, aumentarán la recaudación tributaria y reducirán la evasión en Impuesto sobre la Renta (ISR) el Impuesto al Valor Agregado (IVA).

Tanto los consumidores como los tenderos, deben adaptarse al cambio hacia lo digital. La tienda de barrio al ser un canal tradicional de comunicación entre tendero y consumidor, permite conjugar factores determinantes pues cuenta con el conocimiento

de los gustos y preferencias del consumidor, ya que a diferencia de los supermercados tiene un contacto directo con los clientes.

Entre los efectos ambientales se han realizado estudios en Chicago, Estados Unidos y se concluye que, con las tiendas de barrio, se puede consumir alimentos más frescos y se evita el desperdicio. Los clientes acuden a comprar con mayor frecuencia. La leche en mal estado, las verduras con moho y la carne caducada que descartamos al limpiar el refrigerador contribuyen de manera sorprendente al calentamiento global. Un tercio de todos los alimentos producidos se desperdicia, un problema responsable de las emisiones de carbono equivalentes a todo el transporte por carretera.

En la sociedad guatemalteca se observa que Boquitas Señorial, conmemora el Día del Tendero, un homenaje cada 29 de junio al gremio de más de 110 mil tenderos en el país. Los tenderos son personas emprendedoras, analíticas, ordenadas, trabajadoras, con buena memoria y relaciones personales.

De acuerdo con el sitio web Medium, las tiendas de abarrotes, además de ser una fuente de empleos, son consideradas como un elemento cultural y económico para la mayoría de los países de Latinoamérica.

Vender en un supermercado no es lo mismo que vender en una tienda de barrio, debido a que los clientes de las tiendas de barrio buscan cantidades pequeñas para periodos de tiempo cortos. Los clientes son personas en su mayoría padres de familia y adolescentes, casi siempre saben qué desean comprar. Difícilmente probarán algo nuevo a menos que tengan un incentivo que los motive, como una promoción o una oferta. En las tiendas de barrio predomina un ambiente cordial, de confianza lo que

atrae la atención de más clientes o vecinos, también, origina una excelente relación laboral con sus empleados, los cuales reflejan esa motivación ofreciendo un buen servicio de atención al cliente.

Conclusión

En Guatemala, el gremio de las tiendas de barrio, que en su mayoría son pequeños negocios familiares, a pesar que las personas que atienden las tiendas de barrio son entre dos a tres personas, eminentemente familia, además con poca escolaridad, han logrado tomar las mejores decisiones y salir adelante antes, durante y después de la pandemia. Además, el carácter primordialmente familiar de la mano de obra que la atiende hace que los tenderos y sus familias trabajen sin salarios. El sustento diario depende del tiempo que se encuentre este negocio abierto, razón por la que los tenderos están obligados a trabajar todos los días en jornadas continuas. Sin embargo, no tienen los beneficios que los trabajadores asalariados reciben, como, por ejemplo, la salud y la seguridad social.

La responsabilidad social en las tiendas de barrio ha sido muy poco el avance, sin embargo, se cuenta con el apoyo de varias empresas de Guatemala y de otras empresas a nivel internacional y de entidades bancarias. Como parte de las buenas prácticas ambientales es necesario educar en proyectos y actividades enfocadas al reciclaje y la disminución del uso del plástico, mayormente con el actual crecimiento demográfico que es un desafío para los países más pobres.

En la mayoría de las tiendas de barrio aún se fían cantidades pequeñas o grandes que los clientes pagan a fin de mes, situación que no es recomendable para ningún negocio. Se debe implementar el uso de tarjetas de débito y crédito y también en el corto plazo la

facturación electrónica, de esa forma aumentarán la recaudación tributaria y reducirán la evasión en Impuesto sobre la Renta (ISR) el Impuesto al Valor Agregado (IVA) además se realizan operaciones/transacciones más transparentes. Actualmente la SAT ha realizado e implementado estrategias para implementar el uso de Factura Electrónica en Línea (FEL) y han concluido de acuerdo a las diferentes áreas de estudio, que pueden autorizar a un pequeño contribuyente (PC) a seguir emitiendo facturas en papel, por la falta de acceso a internet en el área, donde se ubica el comercio, no hablar español, no saber usar la tecnología y ser analfabeta.

Referencias bibliográficas

- Banco Industrial BI <https://agentes.bi.com.gt>
Web ¿Quieres ser Agente Bi? ¡Afíliate ya! Obtén información personalizada por medio de un asesor, únicamente debes llenar el formulario.
- Banco Portal Agentes G&T Continental <https://www.agentesgtc.com/Agentes/Transaction/LOGON.asp>
WebBanco G&T Continental; Agentes G&T Continental.
- Banrural cajarural.banrural.com.gt/caja_rural/default.asp
http://cajarural.banrural.com.gt/caja_rural/default.aspWebBanrural
- Campaña “Pequeños Gigantes” promueve las compras ... <https://elmetropolitano.com.gt/es/2020/07/02/cam...>
Web2 de jul de 2020 · Un estudio de la consultora FUNDES en Latinoamérica señaló, que en Guatemala el trabajo de las tiendas de barrio representa casi el 50 % de las ventas de alimentación, y este negocio se convierte/

Diez consejos de finanzas para emprendedores que dispararán tu rentabilidad FinanzasLas tiendas de barrio tienen un impacto clave para frenar el desperdicio alimentario - Diario EcoLas tiendas de barrio tienen un impacto clave para frenar el desperdicio alimentario - Diario Eco <https://www.diario.eco/tiendas-de-barrio-sostenibles/>

Grandes-Supermercados-versus-Supermercados-barrio.pdf (riesgoempresarial.com)

Las Tiendas de barrio: menos del 45 por ciento de los tenderos sigue las medidas sanitarias recomendadas - relato.gt

Las Tiendas de barrio en la pandemia: ganadores y perdedores a la vez <https://concritorio.gt/tiendas-de-barrio-en-la-pandemia-ganadores-y-perdedores-a-la-vez/>

Las tiendas de barrio problemas que han enfrentado. <https://business-intelligence.grupobit.net/blog/4-problemas-que-han-enfrentado-las-tiendas-de-barrio-en-los-ultimos-años>

Losobjetivosestratégicostrazadosenelplan2021-2025<https://portal.sat.gob.gt/portal/noticias/sat-presenta-plan-estrategic...>
Web18 de oct. de 2021. Portal SAT | Que es SAT - GuatemalaPortal SAT | Que es SAT - Guatemala

Los tiempos de la globalización, Ed. Lom, Santiago, 2001, 297 p. Franz Hinkelammert, El nihilismo al desnudo. <https://journals.openedition.org/polis/pdf/7220>

Ministerio de Economía “Perspectivas económicas 2023: las rutas posibles para Guatemala” organizado por Prensa Libre Plus y en donde también participó Centro de Investigaciones Económicas Nacionales (CIEN).

Mis Finanzas para Mi Negocio - Blog de finanzas para negocios (misfinanzasparaminegocio.com).

Plan Nacional de Desarrollo K'atun: Nuestra Guatemala 2032 Resumen Ejecutivo. Guatemala: Conadur - Segeplán, 2014.

Prensa Libre. Sostenibilidad 2022. En menos de un año será obligatorio el reciclaje. Sábado 20 agosto. Guatemala, Guatemala.

Qué promociones funcionan en las tiendas de barrio -en-las-tiendasdebarrio#:~:text=Las%20tiendas%20de%20barrio%20son,inspira%20su%20tendero%20de%20barrio.

Revista Global de Negocios. Volumen 3 Número 3 año 2015.

Superintendencia de Administración Tributaria SAT <http://www.sat.gob.gt/>

Ventajas y desventajas comercio minorista. <https://analiticaderetail.com/ventajas-desventajas-comercio-minorista/><https://www.followupcx.com/ventajas-desventajas-comercio-minorista>

Evolución del comercio internacional de Guatemala “A partir de la suscripción del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de América (RD-CAFTA)”

Lic. Carlos Enrique Solís García*

1. Generalidades

El Comercio Internacional es la actividad económica que describe las transacciones o intercambios de mercaderías entre los países, en la economía mundial, tan importante en el crecimiento y desarrollo de una nación que tiene las características de una actividad económica de carácter universal, porque ningún país puede sustraerse de ella, ya que nadie es autosuficiente en sí mismo. El comercio es el intercambio de bienes o servicios, que se negocian en un mercado. Hoy en día el comercio es facilitado con un medio de intercambio llamado dinero. La intervención del dinero en el mercado facilitó y promovió el comercio. El principio básico del comercio es que los países se comprometan a realizar transacciones en las que se beneficien ambas partes. El comercio permite que los países se especialicen en la producción de ciertas mercancías (productos, bienes y servicios), de manera que usen sus recursos eficientemente; su importancia a nivel internacional se ha incrementado en lo económico, social y político debido a la globalización, industrialización, transporte e infraestructura.

A través del paso del tiempo el comercio ha venido evolucionando y pasando por diversas etapas, en estrecha relación con las corrientes económicas, políticas y sociales de época, es así que a partir de la década de los 90, cuando la globalización entra en

* Investigador en el Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IIES), Universidad de San Carlos de Guatemala.

escena, el comercio internacional fue impactado fuertemente por ella, al extremo que el principio de libre comercio quedó marginado por la fuerza de las transnacionales y los países hegemónicos, que buscando expandir sus poderes luchan por ganar nuevos escenarios económicos, al límite de ir amenazando más la soberanía de los países con la implementación de la corriente neoliberal y la globalización, que han tratado de abarcar todos los aspectos económicos de los países, de los cuales el comercio no es la excepción y con la teoría de la apertura comercial y el acceso a mercados se planteó la necesidad de la formación de bloques de países, en los cuales se suscribieran tratados de libre comercio, cuyo objetivo fundamental de lanzamiento fue la eliminación de barreras al comercio, promover condiciones para una competencia justa, incrementar las oportunidades de inversión, propiciar protección adecuada a los derechos de propiedad intelectual, establecer procedimientos adecuados para la aplicación de los tratados, así como la solución de controversias, logrando con ello "el crecimiento y desarrollo de los países".

Los Tratados de Libre Comercio (TLC), son acuerdos regionales o bilaterales en los cuales los países signatarios se comprometen a reducir sustancialmente los aranceles a los productos importados de los países miembros. "Estos tratados surgen por la necesidad de aprovechar las ventajas competitivas de otros países que pueden proveer bienes y servicios a menores costos (COMEX, 2003). Los tratados de libre comercio también crean las condiciones necesarias para atraer inversión extranjera y crear un mercado más amplio y seguro para las mercancías (SICE, 2018)".

Antes de que entrara en vigor el DR-CAFTA, Estados Unidos de América siempre fue el principal mercado para los

países centroamericanos. Con la Iniciativa para la Cuenca del Caribe (1984), la Ley de Asociación Comercial de la Cuenca del Caribe (2000), (convenio por el cual Estados Unidos otorgó tratos arancelarios preferenciales, para una gran parte de la oferta exportable de los países de Centroamérica). Las exportaciones hacia el mercado norteamericano se han visto beneficiadas, pese a que los mecanismos establecidos presentaban algunas limitaciones en cuanto a temporalidad y por su unilateralidad.

La globalización y los tratados de libre comercio han marcado el paso en la apertura de nuevos mercados. La región centroamericana está bajo un sistema de tratado de libre comercio DR-CAFTA, el cual es un tratado que establece la creación de una zona de librecomercio entre los países firmantes. Hace permanente los beneficios para el 80 % de productos centroamericanos que brindaba la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (ICC), abarcando un volumen comercial de treinta mil millones de dólares. El tratado no entra en contravención con acuerdos regionales ya establecidos y el proceso de integración centroamericano no se ve afectado.

Guatemala desde la década de los 80 ya era una economía que se venía encaminando con la liberalización comercial, lo que se aceleró con la adhesión al Acuerdo General Sobre Aranceles Aduaneros (GATT en 1991), a partir de entonces nuestro país ha venido intensificando su apertura comercial con nuevos convenios unilaterales, bilaterales, regionales y multilaterales con distintas regiones del mundo.

El país del norte por mucho ha sido el socio comercial más importante para Guatemala, pero no el único. A la fecha nuestro país ha firmado siete acuerdos comerciales adicionales al DR-CAFTA con las siguientes naciones (MINECO, 2022):

- ✓ **Colombia:** El Tratado de Libre Comercio entre la República de Colombia y las Repúblicas de El Salvador, Guatemala y Honduras (Triángulo Norte de Centroamérica) fue firmado en Medellín el 9 de agosto de 2007 y entró en vigor con Guatemala el 12 de noviembre de 2009.
- ✓ **Chile:** El Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Centroamérica y Chile fue firmado el 18 de octubre de 1999.
- ✓ **Taiwán:** El Tratado de Libre Comercio Guatemala-Taiwán se firmó el 22 de septiembre de 2005. El Tratado comercial entró en vigor el 1 de julio de 2006.
- ✓ **México:** El TLC entre México y las Repúblicas de El Salvador, Guatemala y Honduras, vigente desde el 15 de marzo de 2001.
- ✓ **Panamá:** El Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y Panamá fue suscrito el 06 de marzo de 2002 y el protocolo bilateral el 26 de febrero de 2008 en la ciudad de Panamá. La fecha oficial de publicación del Acuerdo Comercial Internacional fue el 22 de junio de 2009, entrando en vigor el 20 de junio del año 2009.
- ✓ **República Dominicana:** El Tratado entró en vigor para Guatemala el 3 de octubre de 2001.
- ✓ **Unión Europea:** El Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá) fue suscrito en Tegucigalpa, Honduras, el 29 de junio de 2012. El Parlamento Europeo aprueba el acuerdo el 11 de diciembre de 2012.

Debido a que uno de los principales objetivos que se establecen en los tratados de libre comercio es la reducción de aranceles, el costo de las importaciones es menor y esto incentiva el comercio; por tanto, se esperaba que la entrada en vigor de DR-CAFTA tuviera un efecto positivo y multiplicador del comercio entre los países signatarios. "El lenguaje común es sin duda alguna, una forma acertada de lograr acercamiento comercial entre dos partes" (Salazar 2015).

2. Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de América (RD-CAFTA por sus siglas en inglés)

A partir del 1.º de enero de 1994, fecha en que entra en vigor el Tratado de Libre Comercio entre Canadá, Estados Unidos y México, o (NAFTA, por sus siglas en inglés), diversos países de América Latina y el Caribe mostraron un evidente interés en consolidar y profundizar los lazos comerciales con los Estados Unidos de América, su principal socio comercial, mediante el establecimiento de nuevos acuerdos. La región Centroamericana, incluyendo la República Dominicana, firmó un Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de América, este TLC, conocido como "Dominican Republic-Central American Free Trade Agreement" (DR-CAFTA por sus siglas en inglés), fue estructurado para estimular la expansión y diversificación del comercio en la región, eliminar los obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de mercancías y servicios. "También sirvió para generar mayores oportunidades de inversión, comercio y empleo en los países signatarios (Pacheco y Valerio, 2017)."

El 10 de marzo del 2005, a través del Decreto 31-2005 del Congreso de la República de Guatemala (reformado por el Decreto 11-2006) se suscribe el Tratado de Libre Comercio (TLC) República

Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos de América, "Dominican Republic, Central American Free Trade Agreement (DR-CAFTA)" entrando en vigor el 1 de julio del año 2006. Este tratado comercial denominado desde su inicio como CAFTA, fue negociado de enero de 2003 a enero de 2004, al cual se incorporó la República Dominicana en julio de este último año, adoptando en ese momento la sigla DR-CAFTA por sus siglas en inglés. El 1.º de julio 2023 se cumplieron 17 años de vigencia del referido Tratado de Libre Comercio.

Contenido del DR-CAFTA:

Con el establecimiento de este marco jurídico se pretendió desde su inicio que las relaciones comerciales se realizaran con mayor transparencia y estabilidad, evitando las aplicaciones unilaterales y discrecionales que en ese entonces afectaban el flujo comercial de la región. Según el texto su principal objetivo fue impulsar el desarrollo económico a través de la liberalización comercial y el fácil acceso a uno de los mercados más importantes a nivel global, esto en afinidad con los principios ya establecidos por la Organización Mundial del Comercio (OMC).

El DR-CAFTA a similitud con otros acuerdos de este tipo, está conformado por varios capítulos, anexos y apéndices donde se establecen los derechos y obligaciones que se acuerdan entre las partes.

El contenido del acuerdo consta de 22 capítulos, establecidos en el siguiente orden:

Figura 1

Títulos de los 22 capítulos que conforman el TLC DR-CAFTA

Capítulo Uno	Disposiciones Iniciales
Capítulo Dos	Definiciones Generales
Capítulo Tres	Trato Nacional y Acceso de Mercancías al Mercado
Capítulo Cuatro	Reglas de Origen y Procedimientos Aduaneros
Capítulo Cinco	Administración Aduanera y Facilitación del Comercio
Capítulo Seis	Medidas Sanitarias y Fitosanitarias
Capítulo Siete	Obstáculos Técnicos al Comercio
Capítulo Ocho	Defensa Comercial
Capítulo Nueve	Contratación Pública
Capítulo Diez	Inversión
Capítulo Once	Comercio Transfronterizo de Servicios
Capítulo Doce	Servicios Financieros
Capítulo Trece	Telecomunicaciones
Capítulo Catorce	Comercio Electrónico
Capítulo Quince	Derechos de Propiedad Intelectual
Capítulo Dieciséis	Laboral
Capítulo Diecisiete	Ambiental
Capítulo Dieciocho	Transparencia
Capítulo Diecinueve	Administración del Tratado y Creación de Capacidades relacionadas con el Comercio
Capítulo Veinte	Solución de Controversias
Capítulo Veintiuno	Excepciones
Capítulo Veintidós	Disposiciones Finales

Nota: Elaboración propia con datos del TLC DR-CAFTA.

Los 22 capítulos presentados en la Figura 1, se pueden agrupar en cinco grandes temas: asuntos institucionales y de

administración; comercio de bienes; comercio de servicios e inversión; contratación pública de bienes y servicios; y otros temas no comerciales pero relacionados con los bienes que se mercadean, en particular propiedad intelectual, asuntos laborales y ambientales.

Dentro de los objetivos específicos se pueden mencionar:

- ✓ Acceso a mercados: consolidar y expandir los beneficios comerciales que se habían establecido en la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (CCI) desde 1983 y del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) de 1994, eliminar las barreras no arancelarias y establecer reglas y procedimientos aduaneros que garanticen un funcionamiento adecuado de las aduanas.
- ✓ En materia de servicios e inversiones: se pretendió ampliar la oferta de servicios y fomentar el desarrollo de los flujos de inversión, así como buscar alternativas de solución para fomentar y establecer los mecanismos necesarios para contar con un estado de derecho con bases sólidas, que garantice el buen funcionamiento de las relaciones comerciales.
- ✓ En lo referente al comercio electrónico: su pretensión fue que desde el principio se establecieran las directrices generales que darán paso a las nuevas oportunidades comerciales (nuevas de época) para facilitar la modernización y competitividad del sector productivo.
- ✓ Por otra parte, se encuentra la propiedad intelectual: esto se refiere a la protección de los derechos de propiedad intelectual tomando como base las diferencias de tamaño y desarrollo de los países miembros.

- ✓ Respecto a los derechos laborales, se establecen las normas para proteger los derechos de los trabajadores utilizando la legislación laboral interna de cada país¹.
- ✓ En lo concerniente al medio ambiente, se busca la protección y cooperación de los países para el desarrollo de proyectos de mutuo interés en materia ambiental.

Algo importante de resaltar en el acuerdo es la pretensión de buscar establecer un mecanismo eficaz para resolver las controversias que surjan de la aplicación del tratado y facilitar el uso del arbitraje u otros medios para resolver las problemáticas. De la misma manera, buscar reducir al máximo las malas prácticas de la competencia desleal dentro del flujo comercial.

3. Comportamiento del comercio guatemalteco ante los países miembros del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos (DR-CAFTA)

Antes de analizar el comportamiento pre y post del tratado comercial DR-CAFTA, es relevante indicar que una de las principales razones por la cual los países de Centroamérica aprobaron el CAFTA, fue por la posibilidad latente de perder los beneficios que gozaba del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) y la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (ICC) (tratos arancelarios preferenciales para Centroamérica) beneficios que estarían vigentes hasta el año 2008. En otras palabras, los beneficios de la aprobación del DR-CAFTA radica principalmente en no haber perdido las ventajas (acceso preferencial al mercado de los Estados Unidos) que venían gozando con el SGP y la ICC ya que en ambos casos estaban sujetos a la renegociación periódica para mantener su vigencia;

¹ Siempre que estas normativas internas no obstaculicen de alguna manera las transacciones comerciales.

además de pasar de beneficios unilaterales a multilaterales; y de no haberse aprobado el tratado comercial, esto hubiera repercutido directamente en la pérdida de inversión y empleo.

3.1 Comercio de Guatemala ante los Estados Unidos de América

Para determinar los efectos del DR-CAFTA en el flujo comercial entre Estados Unidos y Guatemala (antes y después de su entrada en vigor) se tomaron como referencia datos de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA) del año 2013, con una serie histórica de 13 años, comprendidos del 2000 al 2012 (6 años antes y 6 años después).

3.1.1 Comercio con Estados Unidos (sin incluir maquilas)

Como se puede visualizar en la Figura 2, el flujo comercial entre el país del norte y nuestro país dentro de esta serie histórica de referencia presenta saldo negativo para los intereses económicos de nuestro mercado (divisas), antes de la entrada en vigor del DR-CAFTA (2000-2006) y posterior al mismo (2007-2012). El intercambio comercial con los Estados Unidos durante el año 2000 fue de US\$ 3,042,429 miles, donde las exportaciones fueron de US\$ 971,224 miles y las importaciones de US\$ 2,071,205 miles, resultando un saldo negativo para Guatemala de US\$ 1,099,981 miles. Ya para el año 2006, las relaciones bilaterales entre estas dos naciones fueron de US\$ 4,553,848 miles, donde las exportaciones nacionales nuevamente son menores que las exportaciones, dando como saldo negativo US\$ 2,570,722 miles.

Durante el período analizado antes de la aprobación del tratado comercial, las exportaciones aumentaron únicamente US\$ 20,339 miles, mientras que las importaciones se incrementaron

en US\$ 1,491,080 miles, dando como resultado una sumatoria en el intercambio de US\$ 1,511,419 miles (aumento del 49.7 %), donde las exportaciones crecieron un 2.1 % y las importaciones se incrementaron significativamente en un 72.2 %, esto aumenta el saldo negativo en la balanza comercial en un 133.9 %.

Figura 2

Comercio de Guatemala con los Estados Unidos de América
Período 2000-2012 (no incluye maquilas)
Cifras en miles de dólares (US\$)

Año	Exportaciones	Variación %	Importaciones	Variación %	Total	Variación %	Saldo
2000	971,224		2,071,205		3,042,429		-1,099,981
2001	642,497	-33.8	1,964,400	-5.2	2,606,897	-14.3	-1,321,903
2002	724,793	12.8	2,806,176	42.9	3,530,968	35.4	-2,081,383
2003	788,607	8.8	2,940,646	4.8	3,729,253	5.6	-2,152,039
2004	858,201	8.8	3,195,131	8.7	4,053,332	8.7	-2,336,929
2005	1,046,153	21.9	3,470,921	8.6	4,517,074	11.4	-2,424,768
2006	991,563	-5.2	3,562,285	2.6	4,553,848	0.8	-2,570,722
2007	1,141,284	15.1	4,098,234	15.0	5,239,518	15.1	-2,956,950
2008	1,373,606	20.4	4,690,584	14.5	6,064,190	15.7	-3,316,978
2009	1,197,054	-12.9	3,760,201	-19.8	4,957,255	-18.3	-2,563,146
2010	1,300,292	8.6	4,586,889	22.0	5,887,181	18.8	-3,286,597
2011	1,799,667	38.4	5,925,830	29.2	7,725,497	31.2	-4,126,163
2012	1,768,789	-1.7	5,847,771	-1.3	7,616,560	-1.4	-4,078,982

Nota: Elaboración propia con datos de la SIECA (año 2013).

Continuando con el análisis de la Figura 2, después de la aprobación y entrada en vigor del DR-CAFTA (2007-2012), el intercambio comercial entre Guatemala y los Estados Unidos se incrementa durante el año 2007 en US\$ 5,239,518 miles, donde las exportaciones sumaron US\$ 1,141,284 miles y las importaciones US\$ 4,098,234 miles, siempre con un saldo negativo para nuestro país de US\$ 2,956,950 miles. Después de 6 años de vigencia del tratado, durante el período 2007-2012 el comercio entre ambos estados ya se había incrementado en un 45.7 % (US\$ 2,377,042 miles), donde las exportaciones aumentaron a US\$ 627,505 miles (55.2 %) y por el lado de las importaciones el incremento fue de US\$ 1,749,537 miles (43.1 %), arrojando como resultado negativo a la balanza comercial de Guatemala de US\$ 1,122,032 miles (40.3 %).

Los datos antes indicados, demuestran que durante el primer período (2000-2006) las exportaciones del país se incrementaron únicamente un 2.5 % mientras que en el segundo período (2007-2012) ascendieron a un 54.8 %, inclusive su aumento fue un tanto superior al de las importaciones, reduciendo así la brecha en la balanza comercial de Guatemala de un 133.9 % establecido en el primer período a un 40.3 % del segundo período. Los datos porcentuales negativos (interanuales) tal como se puede observar en la Figura 2, se dieron en los años 2001, 2006, 2009 y 2012, tanto para las exportaciones como para las importaciones entre nuestro país y el país del norte.

3.1.2 Exportaciones con los Estados Unidos (incluyendo maquilas)

Los datos estadísticos correspondientes al comercio con los Estados Unidos y Guatemala del período 2000 y 2001, corresponden a la clasificación denominada **Comercio de Territorio Aduanero**;

a partir del año 2002 a esas estadísticas se le suman los datos correspondiente a transacciones realizadas bajo el amparo del **Decreto Número 29-89 del Congreso de la República** (Ley de Fomento y Desarrollo de la Actividad Exportadora y de Maquila; y los datos generados del **Decreto Número 65-89 del Congreso de la República** (Ley de Zonas Francas); a partir de ese momento al comercio exterior del país se le denominó *Comercio General*.

En la Figura 3, para el año 2000 y 2001 las exportaciones del país fueron las más bajas de la serie que se presenta, esto se atribuye a que no están incluidas las exportaciones bajo los Decretos del Congreso de la República de Guatemala, 65-89 (Zonas Francas) y 29-89 (Maquilas)²

Al presentar la información estadística de manera separada se hace evidente que son las exportaciones bajo el Decreto Número 29-89 (maquilas) las más representativas para el flujo comercial guatemalteco frente a su socio comercial más importante, ya que durante la serie representa arriba del 55 % de sus exportaciones totales. Caso contrario se puede observar con el comportamiento del Decreto 65-89 (zonas francas) ya que su tendencia es a la baja durante el período (2002-2012) representado en la Figura 3. Por último, en el caso de las exportaciones del Territorio Aduanero mantiene un comportamiento leve, pero de forma ascendente, con excepción al año 2006, período de transición donde entra en vigor el TLC DR-CAFTA.

² A partir del año 2002 el Banco de Guatemala segrega la presentación estadística del comercio exterior de la siguiente manera: a) Comercio del Territorio Aduanero, b) Comercio amparado por el Decreto Número 29-69 del Congreso de la República, y c) Comercio amparado por el Decreto Número 65-89 del Congreso de la República.

Figura 3

Exportaciones de Guatemala a los Estados Unidos (Valor FOB)
Período 2000-2012 (Incluye maquilas a partir del año 2002)
Cifras en miles de dólares (US\$)

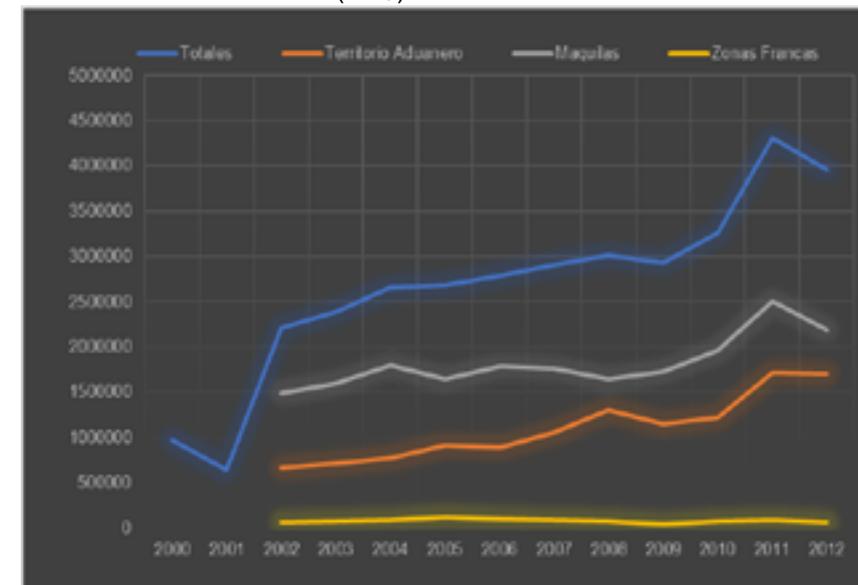
Año	Totales	T. Aduanero	%	Maquilas	%	Zonas Francas	%
2000	971,224						
2001	642,497						
2002	2,215,652	663,574	29.9	1,490,859	67.3	61,219	2.8
2003	2,384,303	716,386	30.0	1,595,696	66.9	72,221	3.0
2004	2,660,393	771,735	29.0	1,802,192	67.7	86,466	3.3
2005	2,686,448	917,907	34.2	1,640,295	61.1	128,246	4.8
2006	2,781,851	893,63	32.1	1,790,288	64.4	97,933	3.5
2007	2,903,814	1,057,738	36.4	1,762,530	60.7	83,546	2.9
2008	3,014,445	1,298,598	43.1	1,640,839	54.4	75,008	2.5
2009	2,924,367	1,151,117	39.4	1,727,313	59.1	45,938	1.6
2010	3,258,655	1,221,898	37.5	1,958,363	60.1	78,394	2.4
2011	4,307,525	1,715,675	39.8	2,507,857	58.2	83,992	1.9
2012	3,955,032	1,699,357	43.0	2,186,243	55.3	69,432	1.8

Nota: Elaboración propia con datos de la SIECA (año 2013); Banco de Guatemala (año 2013).

Para mayor apreciación se presenta la Figura 4, donde se puede visualizar con mayor claridad cuál fue el comportamiento de las exportaciones de Guatemala ante los Estados Unidos de América, durante el período comprendido del año 2000 al 2012 (pre y post DR-CAFTA), donde a partir del 2002 se incluyen las cifras estadísticas bajo el Decreto 29-89 del Congreso de la República (Ley de Fomento y Desarrollo de la Actividad Exportadora y de Maquila).

Figura 4

Exportaciones de Guatemala a los Estados Unidos (Valor FOB)
Período 2000-2012 (Incluye maquilas a partir del año 2002)
Cifras en miles de dólares (US\$)



Nota: Elaboración propia con datos de la SIECA (año 2013); Banco de Guatemala (año 2013).

3.1.3 Importaciones con los Estados Unidos (incluyendo maquilas)

En lo que se refiere a las importaciones de Guatemala desde los Estados Unidos, el Territorio Aduanero a partir del año 2002, cuando se incluye en las estadísticas el Decreto Número 29-89 (maquilas) por mucho es el que mayor porcentaje representa del total de las importaciones que realiza el país pasando de un 78 % en el 2002 a un 84 % en el año 2012. Las importaciones del sector de maquilas y zonas francas apenas representan conjuntamente en promedio el 10.2 % durante el período 2002 al 2012.

Figura 5

Importaciones de Guatemala desde los Estados Unidos (Valor CIF)
Período 2000-2012 (Incluye maquilas a partir del año 2002)
Cifras en miles de dólares (US\$)

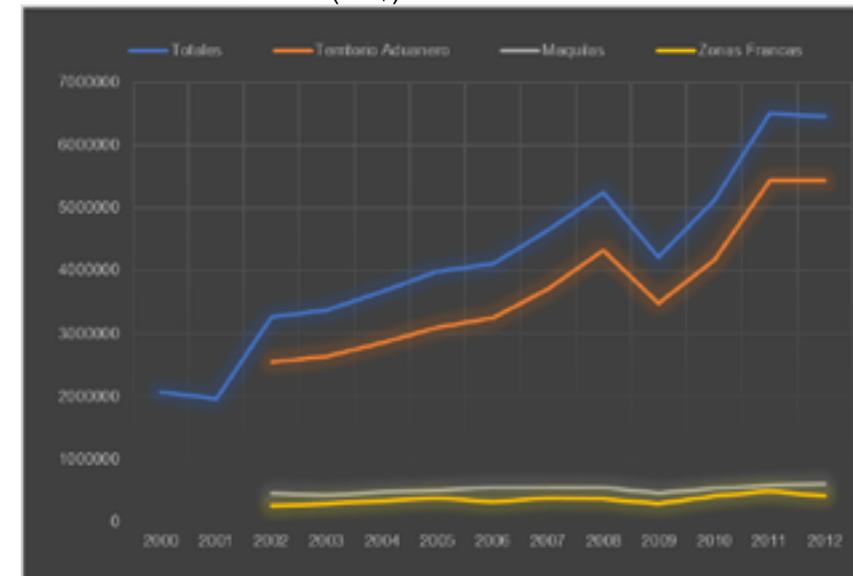
Año	Total	Territorio Aduanero	%	Maquila	%	Zonas francas	%
2000	2,071,205						
2001	1,964,400						
2002	3,269,854	2,550,917	78.0	463,678	14.2	255,259	7.8
2003	3,372,003	2,643,146	78.4	431,357	12.8	297,501	8.8
2004	3,673,363	2,853,250	77.7	478,232	13.0	341,88	9.3
2005	3,982,417	3,092,120	77.6	511,496	12.8	378,801	9.5
2006	4,114,834	3,245,844	78.9	552,549	13.4	316,441	7.7
2007	4,642,643	3,717,266	80.1	544,409	11.7	380,967	8.2
2008	5,242,383	4,319,906	82.4	551,799	10.5	370,678	7.1
2009	4,211,891	3,475,702	82.5	451,69	10.7	284,499	6.8
2010	5,124,674	4,174,521	81.5	537,785	10.5	412,368	8.0
2011	6,508,640	5,437,544	83.5	582,81	9.0	488,286	7.5
2012	6,460,409	5,434,280	84.1	612,637	9.5	413,492	6.4

Nota: Elaboración propia con datos de la SIECA (año 2013); Banco de Guatemala (año 2013).

De la misma manera como se visualizaron las exportaciones, se presenta la Figura 6, con los datos estadísticos correspondientes a las importaciones que formaron parte del comercio exterior de Guatemala ante su socio comercial los Estados Unidos de América, durante el período 2000 al 2012, donde a partir del 2002 se incluyen las cifras estadísticas bajo el Decreto Número 29-89 del Congreso de la República (Ley de Fomento y Desarrollo de la Actividad Exportadora y de Maquila).

Figura 6

Importaciones de Guatemala desde los Estados Unidos (Valor CIF)
Período 2000-2012 (Incluye maquilas a partir del año 2002)
Cifras en miles de dólares (US\$)



Nota: Elaboración propia con datos de la SIECA (año 2013); Banco de Guatemala (año 2013).

3.1.4 Balanza comercial con los Estados Unidos de América

Se incorpora la Figura 7, para evidenciar como el intercambio comercial con su principal socio los Estados Unidos de América, siendo por mucho el principal proveedor de bienes y servicios para el país y otros de la región, ha sido deficitaria históricamente (antes y después del DR-CAFTA). La balanza comercial de Guatemala por consiguiente es negativa ya que las importaciones superan a las exportaciones, lo que significa que seguimos dependiendo de su producción, no solo por no tener la capacidad de producirlas, sino, también por depender de materias primas y, por si fuera poco,

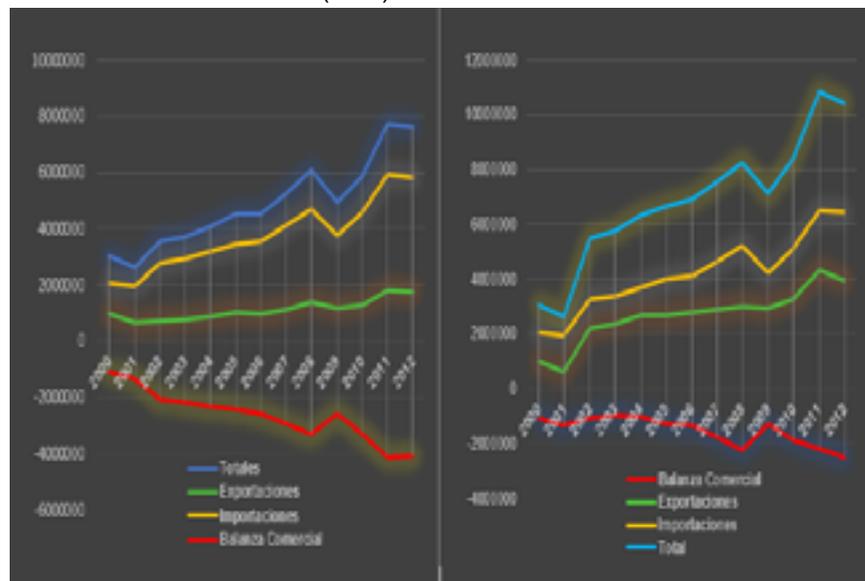
no se es capaz de lograr esa apertura de mercado con lo que se produce, para lograr la nivelación.

Figura 7

Balanza comercial de Guatemala ante los Estados Unidos

* Período 2000-2012

Cifras en miles de dólares (US\$)



Nota: Elaboración propia con datos de la SIECA (año 2013); Banco de Guatemala (año 2013).

*Los datos reflejados en la Figura de la izquierda no incluyen datos estadísticos del Decreto Número 29-89 (maquilas); la Figura de la derecha si contiene datos bajo el Decreto Número 29-89 (maquilas).

3.2 Comercio de Guatemala ante el resto de los países de Centroamérica

Guatemala a lo largo de la historia ha mantenido relaciones comerciales con los países de Centroamérica, siendo uno de los más importantes dentro de este flujo comercial (exportaciones e

importaciones), y su jerarquía se ve reflejada en el superávit que presenta su balanza comercial dentro del territorio. Para determinar el comportamiento del comercio entre nuestro país y el resto de los países centroamericanos, se tomó una serie que parte del año 2002 al 2012, ya que a partir del año 2002 se concatenan las cifras del territorio aduanero, maquilas y zonas francas (comercio general); los datos fueron tomados de la SIECA y el Banguat, tal como se realizó anteriormente para establecer el comportamiento del flujo comercial con los Estados Unidos.

3.2.1 Exportaciones con el resto de los países de Centroamérica (incluye maquilas)

Las exportaciones hacia los socios comerciales centroamericanos siempre han sido representativas para el comercio general de Guatemala, los países compradores más importantes en esta serie (2002-2012) fueron: El Salvador, Honduras y Nicaragua; por su parte Costa Rica fue el país de la región que menos importaciones del comercio guatemalteco realizó.

Analizando los datos que se presentan en la Figura 8, se evidencia el crecimiento generado durante el período 2002-2012. El total del comercio con Centroamérica fue de US\$ 1,039,537 miles en el primer año de la serie aumentando para el último año a US\$ 2,804,172 miles (las exportaciones se incrementaron en 2.7 veces en el período). El Territorio Aduanero registró por mucho las cifras más altas exportadas y mantuvieron un crecimiento alto y constante durante este período, pasando de US\$ 921,526 miles en el 2002 a US\$ 2,453,567 miles en el 2012; sin embargo, las exportaciones provenientes de maquilas y zonas francas no presentaron mayor variabilidad y representación en el comercio total con Centroamérica.

Figura 8

Exportaciones con el resto de los países de Centroamérica (Valor FOB)
Período 2002-2012 (Incluye maquilas)
Cifras en miles de dólares (US\$)

Año	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Centroamérica	1,829,537	1,722,407	1,292,815	1,485,437	1,544,238	1,861,048	2,356,837	1,869,805	2,384,825	2,810,201	2,894,173
Territorio Aduanero	971,526	981,854	1,139,525	1,241,575	1,452,823	1,791,888	2,342,817	1,711,339	2,378,270	2,441,977	2,453,587
Maquila	31,980	33,850	61,792	61,262	66,643	85,517	136,846	122,234	151,360	165,105	144,840
Zona Franca	88,915	187,803	197,187	182,600	125,562	173,543	178,884	186,241	185,650	203,100	205,985
El Salvador	471,133	519,804	573,886	651,891	699,562	842,539	973,334	897,506	994,674	1,132,291	1,110,747
Territorio Aduanero	430,189	483,859	533,184	552,140	625,263	736,254	845,300	706,762	858,890	969,811	954,759
Maquila	13,620	17,873	29,940	39,693	30,893	44,947	71,540	90,600	73,888	91,272	86,882
Zona Franca	27,344	37,882	41,762	60,178	43,437	61,819	56,494	60,133	62,722	71,138	89,106
Honduras	289,838	288,896	358,485	384,843	481,571	583,478	737,986	806,534	798,982	814,745	795,489
Territorio Aduanero	249,574	250,763	312,394	332,262	421,967	510,798	638,896	596,574	582,571	707,345	708,838
Maquila	9,433	7,481	91,862	15,327	29,623	28,249	43,326	42,850	53,380	41,207	24,427
Zona Franca	25,731	30,652	35,149	48,304	38,988	54,432	59,323	47,319	53,879	60,332	63,822
Nicaragua	137,289	156,215	171,672	213,219	235,269	287,811	337,812	281,829	352,789	408,671	473,478
Territorio Aduanero	122,244	128,899	154,595	181,371	203,606	224,922	268,494	231,831	306,140	351,529	406,395
Maquila	1,213	2,919	2,958	7,437	12,867	12,463	20,332	28,085	23,672	31,854	29,882
Zona Franca	13,830	18,227	93,800	24,408	18,787	31,525	38,785	21,954	32,882	35,288	35,130
Costa Rica	158,989	158,723	182,952	285,573	227,848	257,849	318,876	283,746	347,856	484,295	424,526
Territorio Aduanero	123,439	131,255	166,542	175,712	201,187	230,714	289,387	256,133	329,281	371,801	382,373
Maquila	7,731	6,596	842	2,819	2,369	816	1,840	629	1,987	1,752	3,636
Zona Franca	19,919	21,303	29,888	26,800	24,387	26,288	28,462	26,933	28,600	30,332	38,587

Nota: Elaboración propia con datos de la SIECA (año 2013); Banco de Guatemala (año 2013).

3.2.2 Exportaciones con el resto de los países de Centroamérica (incluye maquilas)

En cuanto a las importaciones se refiere, Guatemala en el año 2002 importó del resto de socios comerciales centroamericanos el rubro de US\$ 826,208 miles, mientras que para el año 2012 ya se había incrementado a US\$ 1,718,764 miles; tal como se puede observar en la Figura 9, el comercio total de importaciones al igual que en las exportaciones fue superado por el Territorio

Aduanero durante toda la serie, estableciéndose que, comparado con el comercio total en el año 2002 fue de 95.2 % y para el año 2012 fue de 89.3 %, este decremento mínimo fue provocado por el aumento de las importaciones del sector maquila que a partir del año 2005 (principales vendedores: El Salvador y Honduras), donde presentaron un aumento secuencial significativo, para el año 2002 representaban tan solo el 3.4 % y para el año 2012 se había incrementado a 9.28 %; en cuanto a las importaciones de las zonas francas su comportamiento fue variable sin mayor impacto en el comercio total.

Figura 9

Importaciones con el resto de los países de Centroamérica (Valor CIF)
Período 2002-2012 (Incluye maquilas)
Cifras en miles de dólares (US\$)

Año	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Centroamérica	826,208	828,326	944,975	1,039,297	1,103,728	1,286,238	1,381,962	1,219,898	1,694,271	1,887,552	1,718,764
Territorio Aduanero	798,288	814,382	927,713	990,86	1,068,326	1,289,910	1,484,932	1,219,270	1,329,883	1,587,719	1,534,723
Maquila	28,181	27,878	38,411	32,82	72,299	82,983	189,895	87,898	191,987	136,229	139,524
Zona Franca	11,739	17,488	21,952	28,717	26,198	28,133	47,099	21,902	19,881	23,687	24,517
El Salvador	397,885	498,037	448,943	560,371	546,713	638,963	692,967	598,888	676,915	826,483	792,83
Territorio Aduanero	377,348	385,59	437,87	473,319	502,97	571,742	629,817	528,898	583,381	797,71	679,879
Maquila	14,878	11,079	14,241	28,386	32,896	39,629	59,48	48,952	79,629	108,778	98,629
Zona Franca	6,798	9,387	7,832	8,246	7,847	9,476	7	4,307	9,823	6,994	9,101
Costa Rica	288,242	385,47	338,876	338,294	371,887	485,888	425,888	384,212	437,687	455,823	478,794
Territorio Aduanero	283,422	298,987	314,874	331,379	362,386	388,388	414,82	381,81	418,881	450,585	464,388
Maquila	1,472	1,448	1,148	3,328	2,823	2,882	6,488	4,718	8,823	4,563	7,828
Zona Franca	3,348	5,025	4,888	3,587	6,75	4,971	1,373	7,889	672	488	4,59
Honduras	112,881	184,952	137,282	158,775	185,398	278,738	252,836	282,232	287	348,888	387,918
Territorio Aduanero	98,247	94,97	118,788	118,882	124,239	238,388	282,983	233,384	283,847	287,882	328,917
Maquila	11,886	11,8	18,194	22,389	28,887	28,389	34,887	21,874	42,823	34,133	32,748
Zona Franca	2,888	6,987	8,448	15,444	28,198	28,075	28,487	7,485	8,83	18,842	14,285
Nicaragua	28,22	36,877	37,832	48,217	55,752	78,888	94,88	73,879	83,811	78,888	87,882
Territorio Aduanero	27,289	28,488	34,389	34,811	47,788	67,888	78,788	58,888	58,484	62,483	75,12
Maquila	845	1,348	2,817	5,817	7,788	10,88	12,812	14,888	22,122	12,712	22,81
Zona Franca	18	444	188	188	188	188	1,888	9,28	1,72	818	713

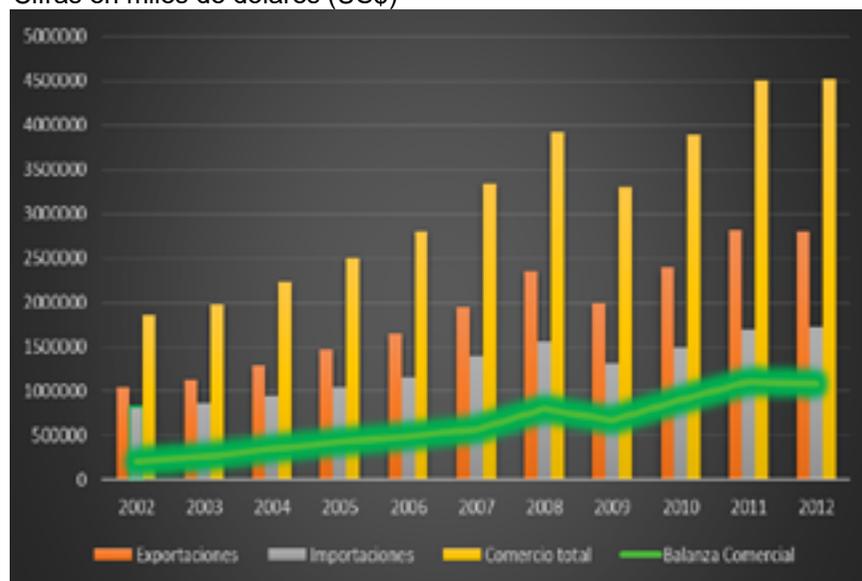
Nota: Elaboración propia con datos de la SIECA (año 2013); Banco de Guatemala (año 2013).

3.2.3 Balanza comercial con el resto de los países de Centroamérica

Para visualizar de mejor manera cuál ha sido el comportamiento de la balanza comercial entre Guatemala y el resto de los países de Centroamérica, se presenta la Figura 10, donde se evidencia con claridad el comportamiento ascendente de esta estadística en el mercado centroamericano antes y después de la entrada en vigor del TLC RD-CAFTA (2002-2012).

Figura 10

Balanza comercial con el resto de los países de Centroamérica
Comercio total (incluye maquilas)
Período 2002-2012
Cifras en miles de dólares (US\$)



Nota: Elaboración propia con datos de la SIECA (año 2013); Banco de Guatemala (año 2013).

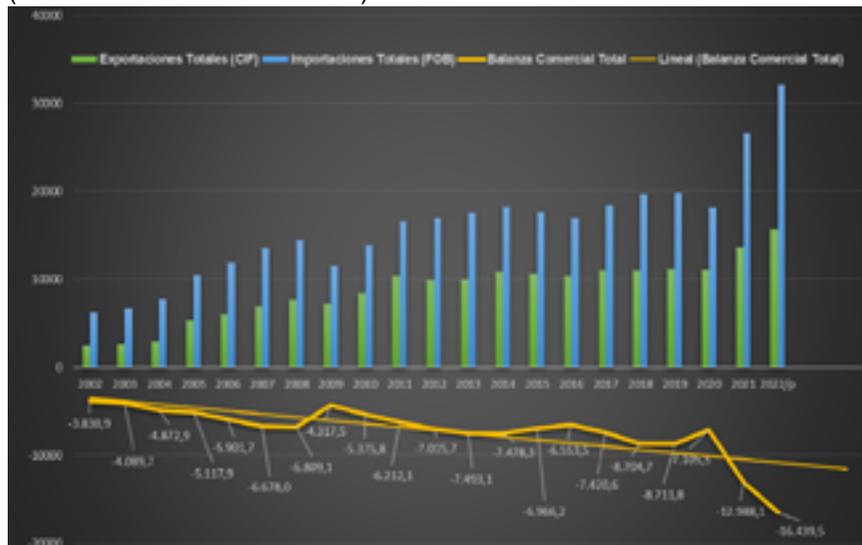
4. Comercio total de Guatemala con sus socios comerciales a nivel mundial

Tal como se presenta en la Figura 11, desde que entra en vigor el tratado de libre comercio DR-CAFTA en el año 2006 al año 2022/p las exportaciones totales, según datos de Banguat, pasaron de US\$ 6,012.8 millones a US\$ 11,125.0 millones respectivamente. En cuanto a las importaciones totales en el año 2006 eran de US\$ 11,914.5 millones y en el año 2022/p la cifra ascendió a US\$ 32,123.5 millones. En el año 2021 se situó el mayor incremento en las importaciones del Guatemala, este aumento fue alrededor del 46 %, pasando US\$ 18,206.7 millones en el 2020 a US\$ 26,607.9 millones en el 2021, este fenómeno (aumento de importaciones) tuvo su razón de ser, el comercio exterior se vio afectado por la emergencia sanitaria que provocó la pandemia de la covid-19, “desabastecimiento de inventarios, los incrementos desmedidos en los combustibles (ocasionando incremento en los fletes marítimos, tierra y aire), inflación, entre otros factores influyentes a nivel global”. Según perspectivas del Banco de Guatemala, para el año 2022 estas cifras aumentarían significativamente, donde las exportaciones oscilarían entre US\$ 15,884.0 millones y las importaciones estarían llegando a cifras récord de US\$ 32,123.5 millones, incrementando más el déficit de la balanza comercial respecto a la serie histórica.

En la Figura 11 se presenta una serie de datos estadísticos referentes al comercio total de Guatemala, donde es perceptible como la balanza comercial frente a sus socios comerciales a nivel mundial es deficitaria. El saldo del comercio total según estos datos (período 2002-2022), mantiene una caída constante con excepción del año 2009, 2016 y 2020 donde se puede notar una leve nivelación.

Figura 11

Balanza comercial total de Guatemala
Período 2002 – 2022
(Cifras en millones de dólares)



Nota: Elaboración propia con datos del Banco de Guatemala (año 2022).

p/ Los datos presentados en el año 2022 son proyectados.

5. Efectos socioeconómicos del DR-CAFTA en Guatemala

El desarrollo de la política comercial en las economías pequeñas, juegan un rol importante en el dinamismo de la actividad económica. La política comercial de nuestro país está determinada principalmente por los compromisos adquiridos mediante el marco legal del tratado de libre comercio entre los Estados Unidos de América, Centroamérica y la República Dominicana (DR-CAFTA), así mismo, en el mercado común centroamericano del Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea. *Ventajas y desventajas* son los dos polos que enfrentan las naciones a la

hora de negociar tratados de libre comercio, principalmente uno de gran extensión como lo fue el TLC DR-CAFTA, por tratarse de economías subdesarrolladas (emergentes) contra una de las mayores potencias económicas a nivel mundial como es el caso particular de los Estados Unidos de América.

El Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de América representó para los países de Centroamérica, la permanencia de los beneficios con los que venían negociando. Les garantizó certeza jurídica en sus relaciones comerciales y velar por un mecanismo de solución de controversias creado dentro del mismo TLC. Por otra parte, pasar de tratos unilaterales a relaciones en condiciones “recíprocas”, dicho de otra manera, recibir los beneficios de la reducción o eliminación de los aranceles a sus exportaciones desde la región centroamericana, como las provenientes del país del norte, ya que con la entrada en vigor del DR-CAFTA, quedaron sin efecto los beneficios unilaterales del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) y la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (ICC) para los países centroamericanos.

Según se estipula en el texto, existen diferencias a favor de los países centroamericanos por su condición de desventaja en relación con el tamaño de sus economías, nivel de desarrollo y su capacidad competitiva. Los Estados Unidos estableció un tratamiento asimétrico consistente en mayor flexibilidad en las reglas y la acumulación de origen entre los países miembros; plazos más amplios para el cumplimiento de los compromisos en propiedad intelectual; y diferencias importantes en los plazos de desgravación arancelaria (el proceso de desgravación arancelaria busca proteger a los productos sensibles que son importantes en términos de producción, destinados al mercado local y que compiten directamente con los productos importados). Algunos productos

se les otorga elementos de contingencia (cuotas de importación) para evitar caídas abruptas de la producción local. Otros productos tienen un proceso de desgravación gradual. También están los que tienen un período de gracia, es decir, la desgravación comienza un cierto número de años tras haber entrado en vigor el Tratado. Asimismo, se aplica un sistema de cuotas para varios productos marcados como sensibles.

Se esperaba que con mayor apertura de la región y la mejora a la normativa centroamericana inducida por la suscripción del DR-CAFTA, se generaran mayores oportunidades de inversión, comercio y empleo en los países signatarios (países emergentes). Pero, ¿Cuál es la condición de estos países en vías de desarrollo (Guatemala) 17 años después de que entrado en vigor el referido tratado de libre comercio con el país del norte? No existen estudios y son pocos los datos que se pueden vincular directamente que emanen del TLC DR-CAFTA, para poder visualizar con claridad cuál es el impacto en inversión de capitales (creación de nuevas empresas) y como consecuencia la creación de empleos formales; su incidencia fiscal (desgravación arancelaria gradual a las exportaciones e importaciones); diversificación de productos de exportación e importación; entre otros indicadores económicos y sociales.

5.1 Inversión Extranjera Directa en Guatemala después de entrado en vigor el DR-CAFTA

Con la vigencia del tratado la región centroamericana y en especial Guatemala se han vuelto más atractivos para inversionistas de otras partes del mundo, principalmente para las empresas estadounidenses; ya que con este marco normativo se protege la inversión y se promueve un clima de negocios estable y seguro. Además, se ofrece a los inversionistas extranjeros libre acceso al

mercado de la principal potencia económica del mundo. Con lo cual coadyuba al crecimiento y el desarrollo económico, tan anhelados por la mayoría de guatemaltecos.

Para Guatemala la Inversión Extranjera Directa como porcentaje del PIB (período 2005 al 2013), se presentaba de la siguiente manera: en el año 2005 antes de la entrada en vigor del DR-CAFTA representó un 25.7 %, ya con la vigencia del tratado comercial en el año 2006 fue de 27.6 % presentando un leve aumento, en el 2007 tiene su mayor alza con un 40.9 %, y su mayor decrecimiento se marcó en el 2008 con un 3.5 %, mantiene alzas y bajas durante los siguientes años con un 32.5 % en el 2009, 15.3 % en 2010, para el 2011 un 27.3 %, en el 2012 cae nuevamente a 11.5 % y finalmente en el 2013 representó 14 % (figura 12).

Figura 12

Inversión Extranjera Directa (IED) Guatemala / porcentaje del PIB
Período 2005 al 2013



Nota: Elaboración propia con datos del Banco Mundial (2015).

Si se analiza la variación de la Inversión Extranjera Directa (período 2014 al 2022) en términos de millones de dólares estadounidenses, se presenta la siguiente tendencia (Figura 13).

Figura 13

Inversión Extranjera Directa (IED) Guatemala
Período 2014 al 2022
(Cifras en millones de dólares estadounidenses)



Nota: p/ Cifras preliminares.

Elaboración propia con datos del Banco de Guatemala (s.f.), serie consolidada.

La tendencia que se presenta en la Figura 13, es clara la tendencia decreciente del año 2014 al año 2020, con cifras preliminares del Banguat en el año 2021 se incrementan el flujo de la IED (período de recuperación económica tras el paso de la pandemia la covid-19), para el 2022 se estimaba nuevamente una tendencia a la baja, acorde al promedio que se venía dando antes de la emergencia sanitaria.

Con todo lo que el tratado a letra muerta establece, donde supone "favorecer" a las economías abiertas y emergentes (Guatemala), sin embargo, en el trascurso de la investigación y con los datos proporcionados en las figuras presentadas, este tratado comercial deja más desventajas que ventajas económicas y sociales para el país. Donde las exportaciones no han tenido el crecimiento esperado y que históricamente las importaciones son superiores (balanza comercial deficitaria); al contemplar la tendencia decreciente que presenta la IED en las últimas décadas ya en vigencia el DR-CAFTA. Con esto se puede afirmar que no ha sido significativa la creación de nuevas empresas y por consiguiente tampoco se han generado significativamente nuevos empleos formales.

En total, 11.8 millones de guatemaltecos están en edad para trabajar y representan el 68 % de la población del país, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). De acuerdo con la Encuesta de Empleo e Ingresos (ENEI 2021) la PEA la componen 7.407,379 millones. Donde el 56.8 % pertenecen al área rural nacional, el 24.9 % al casco urbano y el 18.3 % pertenecen al área urbano metropolitana. Según la ENEI las principales actividades económicas a las que la población ocupada se dedica son las siguientes: en la **agricultura un 29.2 %**, al comercio al por mayor y menor 28.7 %, a la **industria manufacturera 14 %** y a la construcción, actividades de administración pública y defensa, servicios, actividades profesionales, actividades financieras, actividades inmobiliarias, información y comunicación.

Es de resaltar que, en la práctica, la Inversión Extranjera Directa no es atraída solamente por la presencia de ventajas fiscales y mano de obra barata. Sino que existen otros factores importantes como lo son la infraestructura, el crecimiento económico, seguridad, la apertura comercial, otros.

5.2 Diversificación de productos de exportación e importación de Guatemala antes y después del DR-CAFTA

Principales productos exportados de Guatemala a Estados Unidos:

Con datos de la Dirección de Análisis Económico del Ministerio de Economía (2017), antes del tratado comercial, nuestro país exportaba a Estados Unidos productos como artículos de vestuario en un 52 % y una tasa de crecimiento promedio anual de 350.8 % del período comprendido del año 2001 a 2005. Entre los principales productos de exportación podemos encontrar el banano con 9 % y 6.4 % de crecimiento promedio anual; petróleo 8 % y 22.5 % de crecimiento; café 7 % y 8.9 % de crecimiento; frutas frescas, secas o congeladas 3 % y 63.4 % de crecimiento; azúcar 3 % y 18.2 % de crecimiento; legumbres y hortalizas 2 % y 39.8 % de crecimiento; manufacturas de piedras y metales preciosos 1 % y 319.6 % de crecimiento promedio anual; manufacturas de madera 1 % y 48.3 % de crecimiento; bulbos, raíces y plantas ornamentales 1 % y 12.4 % de crecimiento. El resto de productos representaba el 12 % con 25.6 % en promedio de crecimiento anual de exportación.

Posterior a la entrada en vigor del TLC, a partir del año 2006 al año 2016, las exportaciones hacia los Estados Unidos continúan creciendo en promedio anual a una tasa del 2.2 %; los productos continúan siendo los mismos, la variación se encuentra en el monto exportado y la participación que ha variado. Dentro de los principales productos están los artículos de vestuario con 34 %, del período 2006 al 2016 refleja un decrecimiento promedio anual negativo de 2.1 %; le siguen el banano 18 % de participación, creciendo a un ritmo promedio anual de 11.9 %; frutas frescas, secas o congeladas 8 %, 8.4 % de crecimiento promedio anual; piedras y metales preciosos 7 %, 22.9 % de crecimiento; café

6 %, 0.9 % de crecimiento; legumbres y hortalizas 3 %, 6.1 % de crecimiento; petróleo 2 %, -9.7 % de decrecimiento; azúcar 2 %, 4.5 % de crecimiento; manufacturas de papel y cartón 2 %, 10.3 % de crecimiento; plátano 2 %, 17.3 % de crecimiento. El resto de productos representa el 15 %, a un ritmo de 2.4 % de crecimiento promedio anual de exportación.

Principales productos importados de Guatemala desde Estados Unidos:

Siempre con datos de la Dirección de Análisis Económico del Ministerio de Economía (2017) durante el período 2001 al 2005, antes del DR-CAFTA, dentro de los productos importados se encuentran otros derivados de petróleo 16 %, 23.4 % de crecimiento promedio anual; máquinas y aparatos mecánicos para usos electrotécnicos 12 %, 9.1 % de crecimiento; vehículos y material de transporte 9 %, refleja una disminución de -1.7 % de crecimiento promedio anual; materiales textiles 6 %, 88 % de crecimiento; materiales plásticos 6 %, 16.7 % de crecimiento; aparatos transmisores y receptores 4 %, 12.5 % de crecimiento; productos diversos de la industria química 3 %, 17.4 % de crecimiento; hilos e hilazas 3 %, 134.8 % de crecimiento; papel y cartón 3 %, 9.3 % de crecimiento; abonos y fertilizantes 3 %, 30 % de crecimiento. El resto de productos representa el 35 %, con 8.8 % de crecimiento promedio anual importados.

Después de que entró en vigor el DR-CAFTA, pocos de los productos han variado su participación, siendo estos en un período comprendido del 2006 al 2016: otros derivados de petróleo 25 %, 10.7 % de crecimiento promedio anual; le siguen en orden de importancia vehículos y material de transporte 9 %, 2.7 % de crecimiento; máquinas y aparatos mecánicos para usos

electrotécnicos 9 %, disminución de 0.9 % de crecimiento promedio anual negativo; aparatos transmisores y receptores 6 %, 6.3 % de crecimiento; materiales plásticos y sus manufacturas 5 %, 3.0 % de crecimiento; materiales textiles 3 %, 1.5 % de crecimiento; papel y cartón 3 %, 7.6 % de crecimiento; maíz 3 %, 5.8 % de crecimiento; alimentos preparados para animales 3 %, 10.1 % de crecimiento; productos diversos de la industria química 2 %, 1.7 % de crecimiento. El resto de productos representa el 31 %, 3.3 % de crecimiento promedio anual en importaciones.

Como ya se había determinado y expuesto, las importaciones son mayores a las exportaciones condición que coloca a Guatemala en evidente desventaja ante los Estados Unidos en relación a los "beneficios" para las economías de los países emergentes que dicta el Tratado de Libre Comercio DR-CAFTA. Según el Banguat (2022), en el año 2021 Guatemala registró un déficit en su Balanza comercial de 12.878,6 millones de dólares estadounidenses, lo cual representa un 14,82 % del PIB, superior al registrado en el año 2020, que representó 6.637,7 millones de dólares estadounidenses, representando el 8.6 % del PIB. Estos dos últimos años fueron afectados por el fenómeno de la pandemia covid-19, pero no se alejan de los promedios que se venían presentando antes de dicho fenómeno.

Es así que los diversos problemas de carácter socioeconómico que actualmente enfrenta nuestro país no es nada nuevo ni provocado únicamente por el efecto pandémico, que obviamente afectó en lo político (políticas de estado); en lo económico (comercio), principalmente a las micro, pequeña y mediana empresa, sin dejar de lado a la economía informal; y en lo social (población) sobre todo a la gran mayoría, el ciudadano de a pie, que es siempre el que se encuentra en total desventaja

ante este tipo de fenómenos, ante un sistema capitalista neoliberal que permite nuestro modelo de Estado actual, condenando a la mayoría de la población, únicamente a subsistir por su condición de pobreza y pobreza extrema.

6. Consideraciones finales

Con la implementación del tratado se generan derechos y obligaciones de largo plazo que generan mayores incentivos a las transacciones comerciales. El recién pasado mes de junio, se cumplieron 17 años de vigencia del Tratado de Libre Comercio RD-CAFTA para nuestro país y durante este período se ha dado a Guatemala un mejor posicionamiento en las relaciones comerciales bilaterales ya establecidas, mejorando también el acceso a nuevos mercados, que es uno de los principales objetivos de la actual apertura comercial y que se impulsa a raíz de la firma de los Tratados de Libre Comercio. El tema de las relaciones comerciales es permanente, por ello que el país no debe aislarse, al contrario, es indispensable para el desarrollo económico la interrelación con el resto del mundo, no solo para colocar productos y servicios en el extranjero, sino para recibir todos aquellos en los que no se está en capacidad de producir.

Actualmente la nación se encuentra en un período de recuperación económica a consecuencia del impacto político, pero sobre todo socioeconómico que implicó la pandemia de la covid-19 desde su punto más álgido, los tratados de libre comercio como parte de la política económica del país, son de suma importancia en este proceso de recuperación ya que el Comercio Exterior es representativo para la economía de Guatemala. Sin embargo, nuestro país históricamente ha permanecido con una balanza comercial negativa. El déficit de la balanza comercial aumentó a

una tasa interanual del 14.6 % previo a la firma del DR-CAFTA y en los años posteriores ha aumentado a una tasa de 3.7 %, lo que a primera vista parecería una mejora. Pero el aumento del déficit de la balanza comercial con los países del DR-CAFTA ha sido mayor en los años posteriores a la firma del acuerdo, siendo así que en los años previos a la firma del acuerdo el aumento del déficit de la balanza comercial con los países del DR-CAFTA era de 18.2 % y en los 17 años posteriores al acuerdo ha aumentado a una tasa del 14.8 %.

Para Guatemala el comercio es una de las alternativas para lograr una posición en el marco internacional si se busca un mejor nivel de productividad y competitividad. Considerando sus elevados índices de desigualdad y pobreza en comparación con los países de la región, el DR-CAFTA generó mucha expectativa y también polémica desde su negociación, en cuanto a su posible impacto económico y social. Antes de que entrara en vigor el tratado comercial con los Estados Unidos, algunos expertos concluían que dicho acuerdo sería la solución que necesitaba el país para estimular el desarrollo socioeconómico que tanto aqueja de antaño; en contraparte se consideraba que traería consecuencias adversas en varios sectores productivos. Lo que sí es claro, es que el comercio al igual que los otros sectores de la economía nacional deben ser atendidos e impulsados para mejorar la balanza comercial, por su constante posición deficitaria.

En términos generales, los efectos del DR-CAFTA para Guatemala no fue significativo ya que como se había indicado, diversidad de productos de exportación ya ingresaban al país del norte en condiciones preferenciales y las mismas no fueron modificadas por el tratado comercial; con el paso del tiempo estos efectos positivos, aunque casi imperceptibles lógicamente se fueron visualizando. Es

de resaltar que el flujo comercial no depende únicamente de las importaciones y exportaciones (incentivos arancelarios), hay otros factores importantes como lo son las inversiones, infraestructura, seguridad, certeza jurídica, políticas institucionales de Estado, competitividad, clima de negocios, entre otros.

¡Progresar es indicativo de un sentido de mejora y bienestar en la condición humana!

7. Referencias

- Banco de Guatemala (Banguat) (s.f.). Estadísticas Macroeconómicas. www.banguat.gb.gt/
- CIEN (2015). Agenda de Desarrollo Empleo. Proyecto de Lineamientos de Política Económica, Social y de Seguridad 2011-2021. <https://cien.org.gt/wp-content/uploads/2018/08/empleo.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (s.f.). www.cepal.org/es
- Congreso de la República de Guatemala (s.f.). www.congreso.gob.gt/
- Diario de Centro América (s.f.). www.dca.gob.gt
- Dr. Zamorano (año 2018). Evaluación del impacto del Tratado de Libre Comercio. <https://bdigital.zamorano.edu/server/api/core/bitstreams/43097b86-63b0-4fc0-8c19-6ceeffbe8e73/content>
- Fondo Monetario Internacional (s.f.). www.imf.org/
- Gobierno de Guatemala (Sala de Prensa) (s.f.). www.prensa.gob.gt/

Ministerio de Economía, Guatemala (s.f.). www.mineco.gob.gt/

Ministerio de Finanzas Públicas (MINFIN) (s.f.). www.minfin.gob.gt/

Organización Mundial del Comercio (OMC) (s.f.). www.wto.org/

Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA)
(s.f.). www.sieca.org.gt/

Sistema de Información Sobre Comercio Exterior (SICE). [http://
www.sice.oas.org](http://www.sice.oas.org)

Superintendencia de Administración Tributaria (SAT). [www.sat.
gob.gt/](http://www.sat.gob.gt/)

Ministerio de Economía (2007). DR-CAFTA un año después: Su
impacto y recomendaciones para Guatemala. [https://ciencia.
org.gt/wp-content/uploads/2018/08/DR-CAFTA.pdf](https://ciencia.org.gt/wp-content/uploads/2018/08/DR-CAFTA.pdf)

Ministerio de Economía (2017). Evaluación de las Relaciones
Comerciales entre Guatemala y Estados Unidos de América.
En el marco del Tratado de Libre Comercio entre Estados
Unidos, Centroamérica y República Dominicana. [http://
www.sice.oas.org/tpd/usa_cafta/Studies/Review2017_
GTM_USA_s.pdf](http://www.sice.oas.org/tpd/usa_cafta/Studies/Review2017_GTM_USA_s.pdf)

El contenido, redacción, opinión y enfoque teórico de los artículos publicados en esta revista, en su forma digital e impresa, son responsabilidad total de sus autores o autoras. Por lo tanto, los mismos no reflejan necesariamente la opinión o puntos de vista de la Dirección.

Los materiales de esta revista pueden ser utilizados libremente, citándose debidamente la fuente.

Impreso en el taller del IIES
Guatemala, noviembre 2023

Universidad de San Carlos de Guatemala

Facultad de Ciencias Económicas



“Id y enseñad a todos”

- 📍 Ciudad Universitaria, Zona 12
Edificio S-6 Tercer Nivel
- 📌 @IIES.USAC
- 🌐 iies.usac.edu.gt
- ✉ iies@usac.edu.gt
- ☎ 24188000 ext. 85195 / 85197
Directo: 24188523
Guatemala, América Central