

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2011

Perfil de Producto-Mercado

**Perfil de mercado de
franquicias en
Centroamérica:
Guatemala**



prom
perú

Presentación

En 1995, la Organización Mundial del Comercio – OMC y sus países miembros, entre los que se encuentra Perú, redactaron los principios y definiciones del comercio de servicios. Estos se plasmaron en el Acuerdo General del Comercio de Servicios – AGCS.

Desde el año 2004, PROMPERU ha apostado por este importante sector, a través del **Programa de Promoción de Exportación de Servicios**. Este ha permitido obtener logros importantes relacionados con la organización y caracterización de la oferta exportable, la competitividad de las empresas del sector, la generación de una institucionalidad especializada, la promoción internacional de la oferta a través de las marcas sectoriales, calidad, entre otros.

Los resultados favorables y el buen desempeño de las empresas a nivel internacional fueron la base para que el gobierno peruano promulgue la Ley Nro. 29646¹ “Ley de Fomento del Comercio Exterior de Servicios”. Con esta ley, vigente desde el 31 de diciembre de 2010, Perú expresa su voluntad de desarrollar este importante sector y lo declara de interés nacional.

En la actualidad los países con estructuras de costos elevadas están más que propensos a deslocalizar servicios hacia mercados en los cuales puedan reducir costos y aprovechar la presencia de empresas internacionales especializadas en los mismos; al mismo tiempo que mantienen sus actuales mercados. Así, en el año 2010, el comercio mundial de servicios alcanza los US\$ 3,800 miles de millones y representa el 20% del comercio mundial.

En el Perú, el comercio de servicios toma cada vez un mayor protagonismo, al haberse convertido en una importante fuente de generación de empleo y divisas. Adicionalmente, contribuye de manera importante en el PBI e incentiva la inversión privada. El comercio de servicios en Perú totalizó US\$ 3,956 millones en 2010.

En este marco, PROMPERU pone a disposición de la comunidad empresarial el **Perfil de mercado de Franquicias en Centroamérica - Guatemala**, el cual ofrece información relacionada con las características del mercado, los aspectos legales y tributarios, la inversión extranjera, el acceso al mercado, así como los diferentes acuerdos comerciales que este tiene con terceros países. Esperamos que esta publicación, le permita a usted, señor Empresario, contar con los elementos necesarios para diseñar una estrategia de negocios y le permita realizar un adecuado plan de exportación de servicios.

Departamento de Exportación de Servicios

¹ <http://www.congreso.gob.pe/ntley/Imagenes/Leyes/29646.pdf>

ÍNDICE

Resumen Ejecutivo.....	6
I. Guatemala	
1. Información del entorno macro.....	7
1.1 Factores Económicos.....	7
1.1.1 Indicadores macroeconómicos.....	8
1.1.2 Análisis del Sector Servicios.....	10
1.1.3 Distribución del gasto.....	11
1.1.4 Balanza comercial bilateral Perú - Guatemala.....	13
1.1.4.1 Comercio Exterior en Guatemala.....	13
1.1.4.2 Comercio Exterior en Perú.....	14
1.2 Factores socio – demográficos.....	16
1.2.1 Estadísticas poblacionales.....	16
1.2.2 Mapa socioeconómico de Guatemala.....	18
2. Mercado de Franquicias en Guatemala.....	22
2.1 Composición del mercado.....	23
2.2 Clasificación por sectores.....	23
2.3 Clasificación por modalidad de propiedad de los locales.....	24
2.4 Facturación.....	25
2.5 Generación de empleo.....	25
2.6 Rango de inversión.....	26
2.7 Regalías.....	26
2.8 Promoción y publicidad.....	27
2.9 Principales consultoras de franquicias.....	28
3. Aspectos Legales.....	29
3.1 Requisitos de marca comercial.....	29
3.2 Marco legal para la inversión extranjera.....	31
3.3 Régimen tributario.....	33
3.3.1 Impuesto sobre la Renta – ISR.....	33
3.3.2 Impuesto Único sobre Inmuebles –IUSI.....	33
3.3.3 Impuesto al Valor Agregado.....	34
3.3.4 Otros impuestos.....	34
3.3.4.1 Programa desgravación arancelaria.....	34
3.3.4.2 Impuesto sobre bebidas alcohólicas destiladas, cervezas y otras bebidas fermentadas.....	35
3.3.4.3 Impuesto a la distribución de petróleo crudo y combustibles derivados del petróleo.....	35
3.3.5 Impuesto de Productos Financieros.....	35
3.4 Impuesto al valor agregado.....	36
3.5 Regulaciones y Normas.....	36
3.6 Modelación: Base imponible y cálculo de impuesto adicional para remesas.....	37
3.7 Desarrollo de Negocios.....	38
3.7.1 Apertura de un negocio.....	38
3.7.2 Manejo de permisos de construcción.....	40
3.7.3 Contrato de trabajadores.....	42
3.7.4 Registro de propiedades.....	44
3.7.5 Cumplimiento de contrato.....	46
3.7.6 Cierre de una empresa.....	48
3.7.7 Protección de los inversores.....	50
4. Acceso al Mercado.....	52
4.1 Acuerdos Comerciales.....	53
4.2 Flujo de inversiones Guatemala – Perú y Perú – Guatemala.....	54

Tendencias.....	56
Conclusiones.....	58
Bibliografía.....	59

Cuadros

Cuadro 1: Evolución de los indicadores macroeconómicos 2006 – 2009 en Guatemala.....	
Cuadro 2: Comercio Exterior en Panamá 2005 – 2009.....	
Cuadro 3: Balanza Comercial Perú con Guatemala.....	
Cuadro 4: Evolución de las Exportaciones Tradicionales y No Tradicionales de Perú a Guatemala	
Cuadro 5: Ranking de productos peruanos exportados a Guatemala.....	
Cuadro 6: Población por departamento en Guatemala.....	
Cuadro 7: Estratificación socioeconómica en Guatemala	
Cuadro 8: Proporción el mercado de franquicias en Guatemala.....	
Cuadro 9: Facturación por país.....	
Cuadro 10: Inversión por empresas en Guatemala.....	
Cuadro 11: Rango de inversión por empresas en Guatemala.....	
Cuadro 12: Impuesto Único sobre Inmuebles en Guatemala.....	
Cuadro 13: Impuesto de desgravación arancelaria en Guatemala.....	
Cuadro 14: Impuesto sobre la distribución de bebidas alcohólicas, cervezas y otras bebidas en Guatemala.....	
Cuadro 15: Impuesto a la distribución de petróleo crudo y combustibles derivados del petróleo en Guatemala.....	
Cuadro 16: Caso Pisco Peruano en Guatemala.....	
Cuadro 17: Indicadores de apertura de un negocio en Guatemala.....	
Cuadro 18: Evolución de los indicadores de apertura de un negocio en Guatemala.....	
Cuadro 19: Indicadores de manejo de permisos de construcción en Guatemala.....	
Cuadro 20: Evolución de los indicadores de permisos de construcción en Guatemala.....	
Cuadro 21: Indicadores de contrato de trabajadores en Guatemala.....	
Cuadro 22: Evolución de los indicadores de contrato a trabajadores en Guatemala.....	
Cuadro 23: Indicadores de registro de propiedades en Guatemala	
Cuadro 24: Evolución de los indicadores de registro de propiedades en Guatemala.....	
Cuadro 25: Indicadores de cumplimiento de contrato en Guatemala.....	
Cuadro 26: Evolución de los indicadores de cumplimiento de contrato en Guatemala.....	
Cuadro 27: Indicadores de cierre de una empresa en Guatemala.....	
Cuadro 28: Evolución de los indicadores de cierre de una empresa en Guatemala.....	
Cuadro 29: Indicadores de protección a los inversores en Guatemala.....	
Cuadro 30: Acuerdos Comerciales en vigor en Guatemala.....	
Cuadro 31: Acuerdos comerciales aun no vigentes en Guatemala.....	
Cuadro 32: Tratados Bilaterales de Inversión con Guatemala.....	

Gráficos

Gráfico 1: Índice de precios al consumidor en Guatemala.....	
Gráfico 2: Ritmo Inflacionario en Guatemala	
Gráfico 3: Tipo de Cambio en Guatemala	
Gráfico 4: Distribución del consumo en Guatemala	
Gráfico 5: Evolución del Comercio Exterior de Guatemala.....	
Gráfico 6: Intercambio Comercial Perú con Guatemala	
Gráfico 7: Exportaciones Tradicionales y No Tradicionales de Perú a Guatemala.....	
Gráfico 8: Exportaciones por sectores a Guatemala.....	
Gráfico 9: Evolución Población Total de Guatemala.....	
Gráfico 10: Proporción de la población con educación superior y sin escolaridad según estrato socioeconómico en Guatemala	
Gráfico 11: Población e ingresos totales según estrato socioeconómico en Guatemala.....	
Gráfico 12: Número de marcas en Guatemala.....	
Gráfico 13: Unidad de locales – propios y franquiciados en Guatemala.....	
Gráfico 14: Origen de las marcas en Guatemala.....	
Gráfico 15: Empleo en Guatemala.....	
Gráfico 16: Ranking: Facilidad de hacer negocios en Guatemala.....	
Gráfico 17: Ranking: Apertura de un negocio en Guatemala	
Gráfico 18: Apertura de un negocio – Comparación con América Latina con Guatemala.....	
Gráfico 19: Ranking: Manejo permisos de construcción en Guatemala.....	
Gráfico 20: Manejo de permisos de construcción – Comparación con América Latina con Guatemala	
Gráfico 21: Ranking: Contrato de trabajadores en Guatemala.....	
Gráfico 22: Contrato de empleadores – Comparación con América Latina y el Caribe con Guatemala.....	
Gráfico 23: Ranking: Registro de propiedades en Guatemala	

Gráfico 24: Registro de propiedades – Comparación con América Latina y el Caribe con Guatemala.....	
Gráfico 25: Ranking: Cumplimiento de contrato en Guatemala.....	
Gráfico 26: Cumplimiento de contratos – Comparación con América Latina y el Caribe con Guatemala.....	
Gráfico 27: Ranking: Cierre de una empresa en Guatemala.....	
Gráfico 28: Cierre de una empresa – Comparación con América Latina y el Caribe con Guatemala.....	
Gráfico 29: Ranking: Protección de los inversores en Guatemala.....	
Gráfico 30: Protección de los inversores - Comparación con América Latina y el Caribe con Guatemala.....	
Gráfico 31: Evolución de la IED en Guatemala.....	
Gráfico 32: IED en Guatemala por Sector Económico.....	
Gráfico 33: IED en Guatemala según país de procedencia.....	

Ilustraciones

Ilustración 1: Provincias socioeconómicas de Guatemala.....	
---	--

Anexos

Anexo I: Consumo interno inicia una tímida recuperación.....	60
Anexo II: Francorp se propone abrir 100 franquicias en Guatemala.....	61
Anexo III: La inversión extranjera en el país baja 25 por ciento.....	62

La República de Guatemala, es un país situado en el extremo noroccidental América Central, con características peculiares y una cultura autóctona que es el producto de la herencia maya y la influencia española durante la época colonial. El país tiene 108.889 km². Su capital es la Ciudad de Guatemala.

A pesar de su tamaño, Guatemala cuenta con una gran variedad climática y biológica producto de su relieve montañoso, esto propicia que en el país existan ecosistemas tan variados que van desde los manglares de los humedales del pacífico hasta los bosques nublados de alta montaña. Limita al oeste y norte con México, al este con Belice y el golfo de Honduras, al sureste con Honduras y El Salvador, y al sur con el océano Pacífico.

Guatemala es un país en vías de desarrollo. Su economía es la décima a nivel latinoamericano. En la región es superada únicamente por la República Dominicana. La economía es estable y junto con Panamá es el único país que provee crecimiento positivo en la región, pese a esto la economía guatemalteca está llena de contrastes ya que posee sectores en donde el Índice de Derecho Humano es muy similar al de países europeos, principalmente en la gran área metropolitana de Guatemala; así mismo posee otros indicadores fuera de la media latinoamericana y equivalentes a los de países africanos, principalmente en el interior del país.

El sector más grande en la economía guatemalteca es la agricultura, siendo Guatemala el mayor exportador de cardamomo a nivel mundial, el quinto exportador de azúcar y el séptimo productor de café. El sector del turismo es el segundo generador de divisas para el país, la industria es una importante rama de la economía guatemalteca y el sector de servicios que año tras año cobra mayor importancia, por lo que convierte la típica economía guatemalteca basada en la agricultura en una economía basada en la prestación de servicios.

Por otro lado, en un mundo donde las oportunidades empresariales escasean es importante asegurar al máximo las opciones de tener éxito. En muchos casos esto implica trasladarse geográficamente. La mayoría de veces los cambios suelen limitarse de una comunidad autónoma a otra, pero en ocasiones puede ser más rentable incluso cambiar de país.

El mercado de franquicias de este país, a pesar de ser un mercado relativamente nuevo, ha tenido una gran penetración, el cual crece a un ritmo del 10% al 15% anual. En la región centroamericana, la demanda se concentra en Guatemala, con 200 cadenas de franquicias, 35 de ellas de origen local. En el ranking latinoamericano, Guatemala ocupa la quinta posición, precedida por otros países de los demás sub continentes.

Asimismo, José Fernández, director de Francorp, comentó que en Guatemala existen cerca de 10 mil puntos de venta bajo la figura de franquicia. En 2009, el sector creció un 15% y se estima que genera entre 80 mil y 100 mil puestos de trabajo.

Las franquicias de comida representan un 40% del total, las de retail o de servicios son otro 40%, afirmó. En esta categoría operan colegios, bancos de cordón umbilical, bussines to bussines (proveeduría), que prestan servicios para otras compañías y no para el consumidor final; una planta de destrucción de desechos hospitalarios; gimnasios y escuelas de idiomas.

El directivo de Francorp anunció que la cadena de heladerías Freddo, una de las más importantes de Argentina; la tintorería francesa 5áSec y las franquicias brasileñas de la escuela de liderazgo para niños Lego y O Boticario, de cosméticos y perfumes, buscan inversionistas para abrir en Guatemala.

Pero también los empresarios guatemaltecos han logrado internacionalizar sus marcas. La cadena de restaurantes de comida mexicana Tacontento abrió recientemente en South Beach, Miami, y ya prepara su apertura en Río de Janeiro. Club Gas (gasolineras) ya está vendiendo en Costa Rica y la cadena Go Green, que opera en El Salvador, Honduras y Panamá, abrirá en Bogotá, Colombia.

Por ello, como mencionamos anteriormente, el sector franquicias aunque es un mercado nuevo, pero tiene grandes oportunidades de crecimiento y de inversión, ya que los negocios en ese país tienen matices innovadores a los vistos aquí, que podrían refrescar el rumbo de los

negocios ofrecidos así como ayudar a lograr los objetivos planteados por ambos países tanto el de Perú como Guatemala, en su esfuerzo por estrechar sus lazos bilaterales.

Además, con la venta de franquicias la empresa crece de forma acelerada sin necesidad de invertir, ya que el franquiciado pone en marcha la nueva operación, además de cancelar cuotas y regalías. Se fortalece la presencia de la marca y se tiene acceso a economías de escala con mejores costos y utilidades.

I. Guatemala

1. Información del entorno macro

El panorama macroeconómico al que se enfrenta Guatemala, como consecuencia de la crisis financiera mundial, será complejo, consecuencia, de las restricciones crediticias mundiales, al debilitamiento de la demanda externa y a la caída de los precios de las materias primas.

Para 2009, de acuerdo con las estimaciones realizadas por los departamentos técnicos del Banco de Guatemala, la actividad económica, medida por el Producto Interno Bruto (PIB) en términos reales, registró un crecimiento entre el 3,0% y el 3,5%, inferior al crecimiento económico estimado para 2008 (4,0%).

El comportamiento previsto de la actividad económica derivaría, de una parte de factores exógenos, debilitamiento de la demanda externa de los principales socios comerciales de Guatemala, en particular, por la recesión que experimentarían las economías de los Estados Unidos y de la Zona del Euro, así como por la desaceleración prevista en las economías del resto de países de Centroamérica, como resultado, principalmente, de la crisis experimentada por el sector financiero de las economías avanzadas y del deterioro de la confianza de productores y consumidores a nivel mundial.

La desaceleración económica mundial, repercutirá en menores flujos externos asociados a remesas familiares, a turismo y a inversión extranjera directa, lo que podría incidir en menor disponibilidad de recursos para crédito bancario al sector privado. De otra parte en los factores endógenos, incidiría favorablemente el mantenimiento de la estabilidad macroeconómica, como resultado de la aplicación de políticas monetaria y fiscal disciplinadas y la mayor inversión pública prevista en el Presupuesto General de Ingresos y Egresos del Estado para el Ejercicio Fiscal 2009.

Cuadro 1: Evolución de los indicadores macroeconómicos 2006 – 2009 en Guatemala

	2006	2007	2008	2009
PBI (millones de quetzales)	175,691.20	186,766.90	192,929.20	194,036.60
PBI (variación %)	5.4	6.3	3.3	0.6
Desempleo (variación %)	7.5	3.2	3.2	3.2
Inflación (variación %)	5.79	8.75	9.4	-0.28
Importaciones (millones de US\$)	11,914.50	13,575.70	14,546.50	11,527.50
Exportaciones (millones de US\$)	6012.8	6897.7	7737.4	7214.3

Fuente: Banco de Guatemala

1.1 Factores Económicos

1.1.1 Indicadores macroeconómicos

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) es la herramienta estadística que se utiliza para medir la inflación en la economía del país, tomando como base los precios observados en el mes de referencia. Este indicador registró en Abril una variación mensual de -0.10%, acumulada de 2.81%, e interanual de 3.75%.

La crisis económica internacional, en conjunto con una caída en las remesas familiares y una disminución en la actividad económica de Guatemala, fueron los principales factores que contribuyeron a la importante disminución en el Índice de Precios al Consumidor (IPC) en el 2009, que en Diciembre de 2009 registró una variación interanual de 0,28%.

Gráfico 1: Índice de precios al consumidor en Guatemala
Variaciones porcentuales
Año 2008 – 2010



Fuente: Banco Central de Guatemala

Para 2009 estaba previsto en principio un aumento de la inflación de entre un 4 y un 6 por ciento, rango que las autoridades monetarias han calculado como techo para 2010.

El director del IPC del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), Luis Arroyo, de los 26 productos que integran la canasta básica de alimentos, 12 subieron de precio, 3 se mantuvieron estables y los otros 11 bajaron.

Entre los productos que incrementaron su precio en enero pasado figuran el tomate, en un 78,88 por ciento; la cebolla, en 56,50 por ciento; las legumbres y leguminosas, en 17,59 por ciento, y las verduras y hortalizas, en 11,93 por ciento.

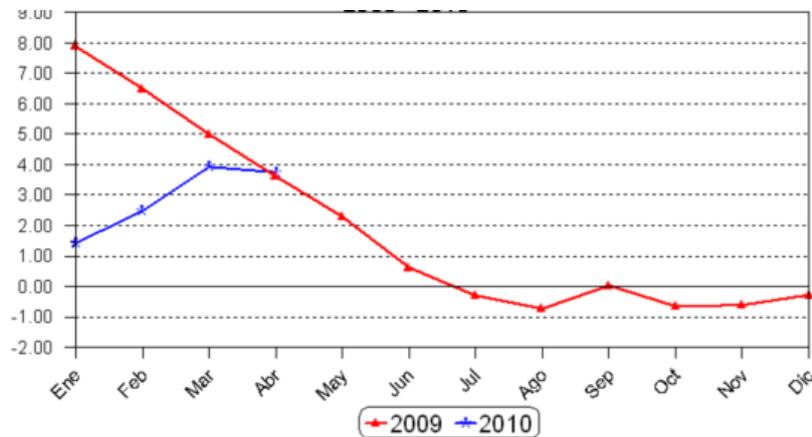
Mientras que en las que bajaron están el queso fresco en 1,63 por ciento, y la crema, los plátanos, los bananos, y el pan dulce, entre otros, todos en 0,25 por ciento.

La mayoría de los 424 bienes y servicios que integran la canasta familiar general se incrementaron también de precio en enero pasado.

Al concluir 2009 el costo de la canasta básica alimentaria alcanzó 228,59 dólares, mientras que la vital, que incluye educación, vivienda, salud y mobiliario, entre otros gastos, llegó a los 417,14 dólares.

Los gastos de vivienda tuvieron un aumento promedio de 0,45 por ciento, la educación en 1,57 por ciento, el transporte y comunicaciones en 0,51 por ciento, la salud en 1,22 por ciento, el vestuario y calzado en 0,37 por ciento.

Gráfico 2: Ritmo Inflacionario en Guatemala
Base Diciembre 2000=100
2009 – 2010



*El ritmo inflacionario a Abril 2010 se situó en 3.75%.

De acuerdo con el INE, en enero pasado el costo de la canasta básica alimentaria llegó a 1.938,27 quetzales (234,94 dólares), es decir, con un incremento de 4,96 dólares en relación a diciembre de 2009.

Mientras que el valor de la canasta básica vital, que incluye los 424 productos, bienes y servicios, cerró en 3.536,99 quetzales (428,72 dólares), con un aumento de 9,05 dólares en comparación con diciembre pasado.

Para 2010, las autoridades han fijado una inflación de entre 4 y 6 por ciento, similar a la de 2009, cuando cerró con un saldo negativo de -0,05 puntos porcentuales, debido a los efectos de la crisis económica y financiera mundial.

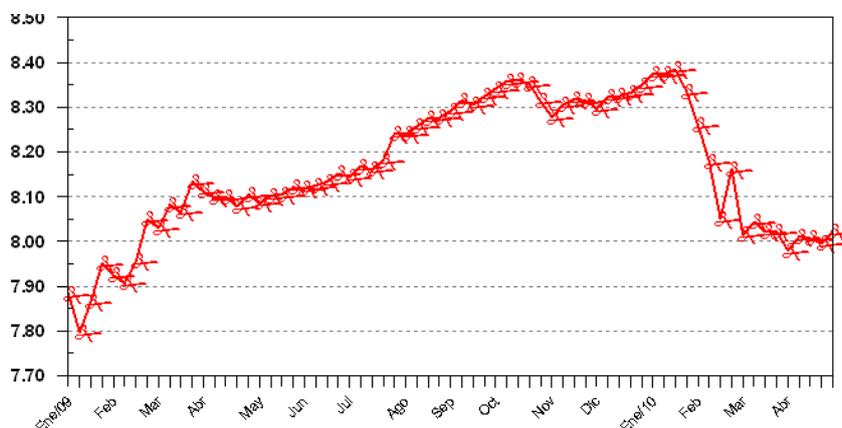
El comportamiento del mercado cambiario en Guatemala, en 2009 y lo transcurrido de 2010, ha registrado mayor volatilidad, en comparación con años anteriores (aunque bastante moderada si se le compara con las volatilidades cambiarias en otros países con regímenes cambiarios flexibles). Tal la volatilidad ha motivado un mayor interés de la opinión pública en los posibles determinantes del referido comportamiento.

Habiéndose depreciado en 7.30% en 2009, el tipo de cambio nominal muestra una apreciación acumulada de 3.48% al 2 de marzo de 2010 y una depreciación interanual de 0.66%.

El analista de la Asociación de Investigación y Estudios Sociales (Asíes), Carlos González, indica que la depreciación pone de fiesta a los exportadores, quienes requieren menos quetzales para sus transacciones, mientras que los importadores, más

Paulo De León, del Central American Business Intelligence (CABI), manifiesta que el alza es positiva, ya que vuelve competitivos a los productos en el exterior y, además, quienes reciben remesas obtienen más quetzales.

**Gráfico 3: Tipo de Cambio en Guatemala
Quetzales por dólar**



Fuente: Banco Central de Guatemala

*El tiempo de cambio se situó en Q 8.02284 por US\$ 1.00

En términos generales, hay un comportamiento estacional de apreciación cambiaria de enero a mayo, posteriormente se observa uno de depreciación entre junio y septiembre y finalmente se observa una tendencia a la apreciación en el último trimestre del año.

1.1.2 Análisis del Sector Servicios

El sector que actúa como motor de la economía en Guatemala es el de servicios. El comercio es una de las actividades de mayor participación en el PBI dentro del sector terciario y una de las actividades económicas de mayor importancia en el país. Las tasas de crecimiento más altas en los servicios durante el 2009 se dieron en el sector de las comunicaciones con 18,8% y la intermediación financiera y seguros con 16%, gracias a la inversión de empresas multinacionales. Su peso en el PBI fue del 9,1% y 4,2% respectivamente.

Guatemala tiene una importante red vial comparada con el resto de la región, aunque concentrada en unas determinadas áreas en detrimento de otras. La carretera Panamericana que comunica al país con México y el Salvador, así como las carreteras al Atlántico y al Pacífico desde la Capital, constituyen el eje del sistema. Según el Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda en el año 2005 había 230,379 kilómetros de carreteras de los que más del 40% estaban asfaltados.

El porcentaje que ocupan el comercio y los servicios en el Producto Interno Bruto (PIB) ha aumentado en los últimos años, mientras que la agricultura y la industria han reducido su participación en este indicador. Este fenómeno hacia la conversión del país en una economía de servicios se debe a la demanda generada en los servicios y al cambio de actividad de la mano de obra al comercio, según expertos. En 2001, el comercio y los servicios representaban el 56.9% del total de las actividades económicas del país. Para 2005 se observa un aumento a 58.3% de estos rubros y en 2009 subió a 60.4%, según datos del Banco de Guatemala (Banguat). En el caso de la agricultura, el año pasado tuvo una participación de 11.9%, mientras que la industria llegó a ocupar el 27.7% en el PIB. En 2005 estos rubros se ubicaban en 13.1% y 28.6%, respectivamente.

El presidente de la Cámara de Comercio de Guatemala (CCG), Jorge Briz, opina que el aumento se debe a que "cada día tenemos una economía más competitiva, eficiente y en constante crecimiento". Un ejemplo son las nuevas áreas para el desarrollo del país, como los call center y servicios de outsourcing.

La analista de la Asociación de Investigación y Estudios Sociales (Asíes), Violeta Hernández, estima que el incremento de estos rubros en el PIB es una situación que se ha presentado en muchos países, porque se cuenta con una cantidad de recursos limitada en los otros sectores y las personas se dedican al comercio y a prestar servicios personales.

El presidente honorario de la Cámara de Comercio y Servicios (Cecom), César Estrada, explica que este es un fenómeno que ocurre en la mayoría de países no industrializados, pues en el caso del comercio es el área que brinda cierta facilidad al empresariado para implementar un negocio por su propia cuenta.

Sin embargo, hace la aclaración de que en época de crisis, “no quiere decir que los servicios y el comercio crecieran, sino es mucho más probable que la aportación de la industria y agricultura disminuyera”.

El analista del Centro de Investigaciones Económicas Nacionales (CIEN) Hugo Maul explica que el sector del comercio es el que absorbe la mayor cantidad de mano de obra, que desplaza los otros sectores productivos, y agrega: “Es gente que trabaja por cuenta propia y por eso estos ingresos van creciendo en el marco del PIB”.

Maul dice que la mayor parte de estas actividades las realiza personal no calificado, por falta de oportunidades en otros sectores, pero aclara que existen otros servicios profesionales, como los de la banca, donde trabaja gente altamente capacitada.

Desde su punto de vista, “la mayor parte de personas dedicadas a estas actividades lo hace por el desplazamiento que tuvieron en otros sectores, y no les queda más que arriesgarse con sus negocios propios, pues no consiguen trabajo”.

El turismo es una de las principales fuentes de ingresos del país. Sin embargo, todavía sigue siendo un sector poco desarrollado que tendría un enorme potencial si se mejoraran las infraestructuras y la seguridad ciudadana. Después de las remesas de emigrantes, US\$ 1,012 millones en 2006 y US\$ 1,199 millones en 2007 según el INGUAT, lo que le sitúa como el principal producto de exportación del país, por encima de los bienes tradicionales.

Más de 1,6 millones de turistas visitaron Guatemala en el 2007, lo que supone un incremento del 8,4% respecto del año anterior.

El vicepresidente del Comité Coordinador de Asociaciones Agrícolas, Comerciales, Industriales y Financieras (Cacif) y presidente de la Asociación Guatemalteca de Exportadores (Agexport), Carlos Amador, explica que la tajada de los servicios seguirá creciendo, debido a la demanda nacional y extranjera.

El dirigente empresarial expresa que todos los servicios que presta el país tienen oportunidad de crecimiento, y esto llevará también a que crezca otro servicio como la intermediación financiera, la cual también se beneficia con el aumento de los otros que hacen negocios. Amador refiere que el crecimiento del sector de comercio y servicios representa la evolución de la economía; éstos se han hecho cada vez más robustos, aunque pensamos que el sector agrícola siempre será importante para la economía del país.

1.1.3 Distribución del gasto

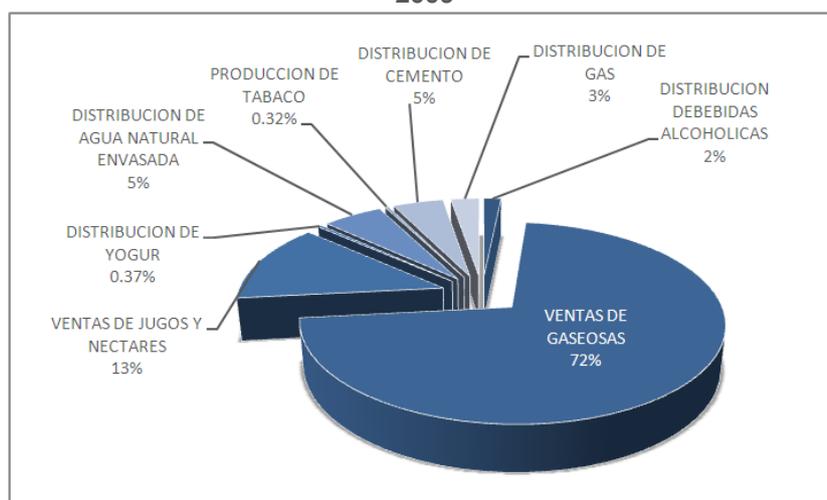
Con casi la mitad de la población constituida por niños, las empresas están empezando a tomar nota y tomar ventaja de esta tendencia, la preparación de una nueva base sólida de clientes leales potencial futuro. Además, la urbanización está aumentando el número de mujeres en la fuerza laboral y el correspondiente aumento de los ingresos está teniendo efectos sobre los hábitos de consumo. Como los compradores primarios, las mujeres están impulsando segmentación de productos para ellos y sus hijos. En respuesta, carteras de las empresas de productos se adaptan para satisfacer la demanda más específica. Además, la expansión de los supermercados y modernos centros comerciales sirve como un catalizador para promover y satisfacer la creciente demanda. La actual situación demográfica y el cambio en Guatemala presentan situaciones prometedoras para el desarrollo futuro del mercado de bienes de consumo.

La característica más evidente de la población guatemalteca es su juventud. Mientras que los informes recientes de los países desarrollados ofrecen preocupante envejecimiento de la población escenarios para el futuro de las perspectivas de crecimiento de sus economías, el extremo opuesto es cierto para Guatemala, donde los jóvenes superan en gran medida la antigua cerca de 9 a 1, según Euromonitor Internacional estadísticas.

Mejores oportunidades de trabajo urbana están permitiendo que las mujeres guatemaltecas a ser financieramente más fortalecidas a través de un mayor empleo. Con poco más de un 40% de la población considerada urbana en el año 2000, esta cifra se espera que llegue a casi 60% en 2010. Este asombroso crecimiento que ha anticipado el número de mujeres económicamente activas en la fuerza de trabajo, que se prevé que aumente el setenta por ciento entre 2000 y 2010. Estas dos variables de correlación representan un aumento de los ingresos familiares, así como cambio en los hábitos de compra de los consumidores, notablemente en el canal minorista de comestibles.

El cambio los que viven en regiones provinciales a los centros urbanos está estimulando la demanda "aspiracional" entre los consumidores. Más gente con más dinero están impulsando el supermercado moderno canal minorista en Guatemala. Los crecientes ingresos permiten a los consumidores con el comercio en la tienda de comestibles al por menor que los canales de visitar, así como los productos que compran. La urbanización expone a los consumidores a los mejores precios, opciones de crédito, promociones y una mayor variedad de productos que normalmente se pueden encontrar en supermercados independientes pequeñas. Estas tomas se encuentran típicamente en las zonas metropolitanas, así como en las afueras. La proximidad a los compradores es la clave, con tiendas estratégicamente ubicadas a lo largo de las rutas de autobuses para atender a las familias de menores ingresos que no son propietarios de un coche. Con mayores ingresos, los consumidores aspiran a productos de mejor calidad que puedan encontrar a través de compras de una sola parada en estos puntos de venta moderna. El crecimiento presupuestos familiares también permiten a los consumidores para gastar en grandes tamaños de envases, como bolsas de la familia o el Jumbo 3,3 botellas de un litro de soda, que trabajan en su beneficio para ahorrar en el precio unitario.

Gráfico 4: Distribución del consumo en Guatemala 2009



Fuente: elPeriodico de Guatemala

Las ventas de productos manufacturados, la distribución de bebidas, cemento, la importación de vehículos y motocicletas durante el tercer trimestre del año lograron contener el fuerte descenso que evidenciaron durante los primeros seis meses del año, pese a ello aún persiste la caída comparados con los niveles registrados en igual período de 2008. Las estadísticas publicadas por la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), revelan que en el caso de los combustibles continúa la tendencia al alza en el consumo lo que se traduce en un mayor número de viajes y transporte de mercancías.

El consumo de gasolina superior se incrementó un 9.8% al mes de septiembre; la de gasolina regular un 23.5% y el del diesel aumentó un 13.7% con respecto a los primeros 9 meses de 2008. En total se reportan 603 millones de galones de productos derivados del petróleo importados hasta septiembre de 2009, mientras que el año pasado fueron 538 millones. Entre tanto la importación de gas propano registra una caída del 15.4%.

En el caso de la importación de vehículos nuevos la reducción es de 43.7% y los autos usados cayeron 10.7%, una mejora con respecto a la caída registrada en el primer semestre de 46.7 y 17%, respectivamente. En tanto que la importación de motos se contrajo un 52%, sin embargo en el primer semestre la baja alcanzó 64%. El parque vehicular pasó de 1 millón 838 mil 755 unidades en junio a 1 millón 877 mil 627 en septiembre.

Los guatemaltecos demandaron 15.7 millones de litros de bebidas alcohólicas, un 4.8% menos que en 2008. La demanda de cerveza cayó un 5.7%, la de jugos y néctares 9.15%, y la de yogures se desplomó 37.3%; la distribución de agua natural envasada redujo su caída de un 14% en junio a 5.9%.

Las ventas de cemento nacional sumaron 45.9 millones de sacos, una merma del 4.2% con respecto a septiembre de 2008, debido a la contracción del sector de la construcción, pero esta empieza a recuperarse. La producción nacional de cigarrillos acentuó su retroceso al caer de 6.5 a 9.2%.

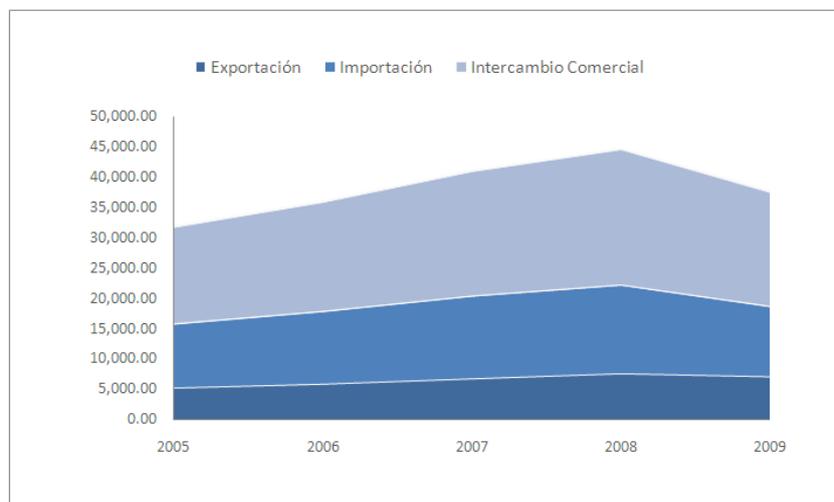
1.1.4 Balanza comercial bilateral Perú - Guatemala

1.1.4.1 Comercio Exterior en Guatemala

El monto total de las exportaciones, a febrero de 2010, se situó en US\$1,319.2 millones, superior en US\$127.9 millones (10.7%) al monto registrado al mismo mes de 2009 (US\$1,191.3 millones). El valor de las exportaciones está influenciado por el incremento en las exportaciones de los principales productos por US\$35.8 millones (9.7%); Otros Productos al Resto del Mundo por US\$71.8 millones (14.3%); y, Productos a Centroamérica por US\$20.3 millones (6.4%).

Del monto total exportado (US\$1,319.2 millones), los principales productos representaron el 30.8% (US\$406.2 millones); los productos exportados a Centroamérica el 25.7% (US\$339.3 millones); y, los productos exportados al Resto del Mundo el 43.5% (US\$573.7 millones).

Gráfico 5: Evolución del Comercio Exterior de Guatemala (en millones de US\$)



Fuente: Banco de Guatemala

A febrero de 2010, el monto total de las importaciones realizadas se situó en US\$1,913.4 millones, superior en US\$185.8 millones (10.8%) al monto importado al mismo mes de 2009 (US\$1,727.6 millones); el aumento en las importaciones, estuvo influenciado por las variaciones positivas observadas en los rubros siguientes: Materias Primas y Productos Intermedios para la Industria, con US\$89.6 millones (16.9%) y Combustibles y Lubricantes, con US\$74.1 millones (23.7%); los cuales, en conjunto, representaron un 88.0%.

Cuadro 2: Comercio Exterior en Panamá 2005 – 2009
Valores en US\$

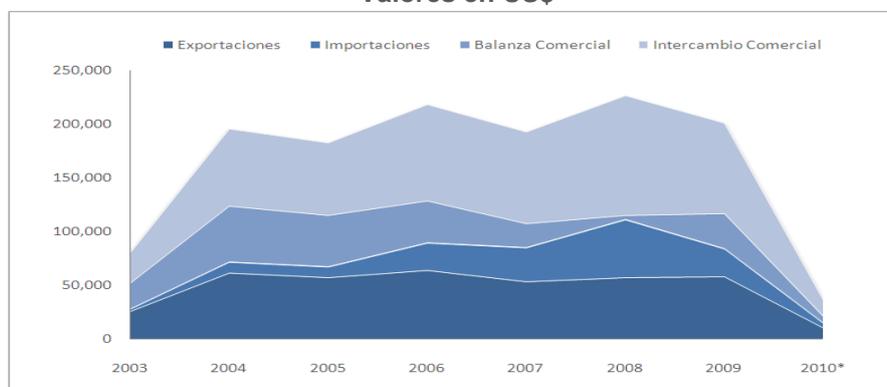
	2005	2006	2007	2008	2009
Exportación	5,381.00	6,025.20	6,897.70	7,737.40	7,231.30
Importación	10,498.70	11,918.90	13,575.80	14,546.50	11,525.60
Intercambio Comercial	15,879.70	17,944.10	20,473.50	22,283.90	18,756.90

Fuente: Banco de Guatemala

1.1.4.2 Comercio Exterior en Perú

Las exportaciones peruanas a Guatemala el año pasado fueron de US\$ 41 millones 269 mil, del total de las exportaciones a Guatemala, que sumaron US\$ 41 millones 269 mil, US\$ 18 millones 598 mil son tradicionales (básicamente petróleo) y US\$ 22 millones 670 mil a las no tradicionales (químico, agropecuario y agroindustrial, siderúrgico y metalúrgico y metalmeccánica, entre otros.

Gráfico 6: Intercambio Comercial Perú con Guatemala
Valores en US\$



Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas - SUNAT

Cuadro 3: Balanza Comercial Perú con Guatemala
Valores en US\$

	2006	2007	2008	2009	2010*
Exportaciones	64,617,296	54,019,586	57,884,179	58,694,888	10,728,915
Importaciones	25,453,710	31,655,340	53,920,600	25,901,804	4,494,767
Balanza Comercial	39,163,586	22,364,246	3,963,579	32,793,084	6,234,148
Intercambio Comercial	90,071,006	85,674,926	111,804,779	84,596,692	15,223,682

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas – SUNAT

(*) Cifras Enero - Marzo

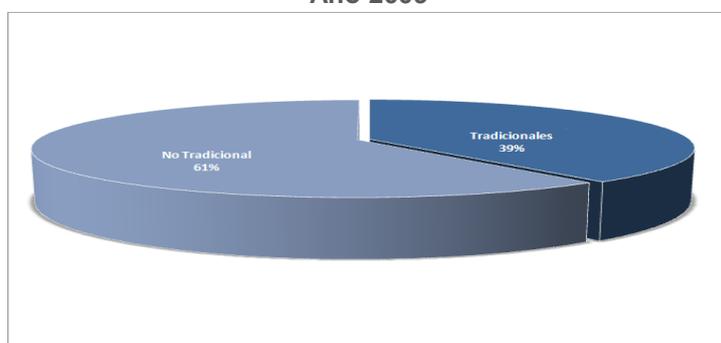
Cuadro 4: Evolución de las Exportaciones Tradicionales y No Tradicionales de Perú a Guatemala
Valores en US\$

	2005	2006	2007	2008	2009	2010*
Tradicionales	27,060,437	18,920,900	4,130,231	12,909,887	23,040,659	1,117,175
No Tradicionales	30,819,675	45,696,396	49,889,356	44,974,293	35,654,229	9,611,739
Total	57,880,112	64,617,296	54,019,587	57,884,180	58,694,888	10,728,914

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas – SUNAT

(*) Cifras Enero - Marzo

Gráfico 7: Exportaciones Tradicionales y No Tradicionales de Perú a Guatemala
Año 2009



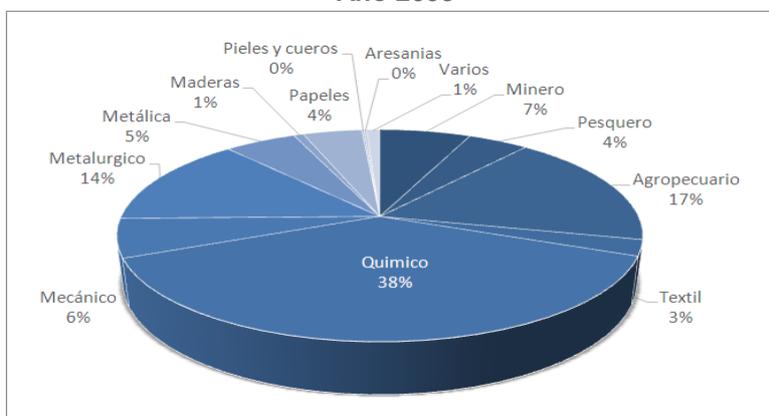
Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas – SUNAT

Las exportaciones tradicionales de Perú a Guatemala para el año 2009 fueron de US\$ 23,040,659 y las exportaciones no tradicionales fueron de US\$ 35,654,229, comparándolo con el año 2008, las exportaciones tradicionales han aumentado, pero las exportaciones no tradicionales han disminuido en US\$ 9,320,064.

Además como se aprecia en el cuadro, en años anteriores las exportaciones no tradicionales superaban a las tradicionales, para este año se proyecta que se mantenga la tendencia de años anteriores.

En el siguiente gráfico, se observa que los sectores que más se han exportado, han sido el Sector Químico con 38%, seguido por el Sector Agropecuario con 17% y el sector Metalúrgico con 14% y los sectores donde las exportaciones han sido bajas, son el Sector Maderero con 1% y el Sector de Pieles y Cueros con 0.35%.

Gráfico 8: Exportaciones por sectores a Guatemala
Año 2009



Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas – SUNAT

Cuadro 5: Ranking de productos peruanos exportados a Guatemala
Valores en US\$

Descripción	2006	2007	2008	2009	Ene - Mar 2010
Cinc sin alear	7261173	2967426	2116602	2609335	1074485
Tinta de imprenta	360251	263647	789619	955380	155989
Vidrio de seguridad	33919	0	7500	946778	383693
Harina, polvo y pellets	118610	427726	645856	616192	0
Grupos electrógenos petroleros	179012	527263	750877	460535	138316
Vajillas	323614	434414	342928	345367	92553
Grasa y aceites de pescado	257983	442050	112669	328101	42690
Uvas frescas	422602	390836	137484	287670	359920
Galletas dulces	138527	216215	312827	256470	19390
Hilos y cuerdas de caucho	212598	230534	158665	249844	15484

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas – SUNAT

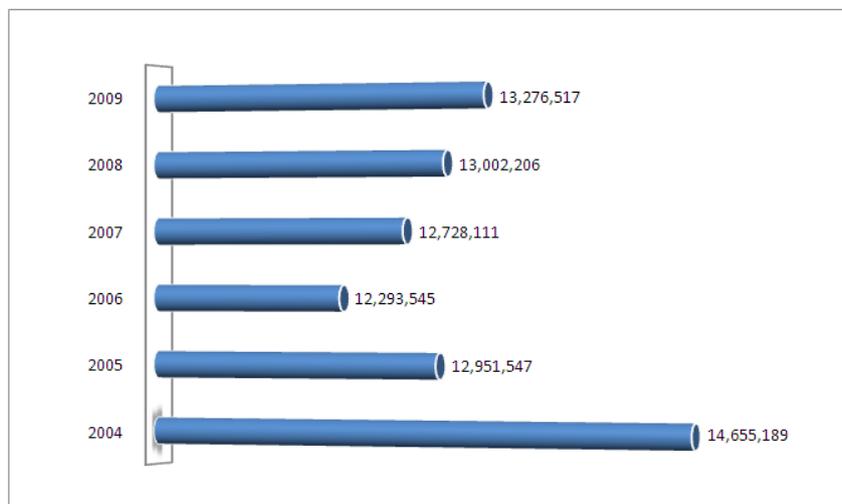
1.2 Factores socio – demográficos

1.2.1 Estadísticas poblacionales

Guatemala, República de América Central, limita al Oeste y Norte con México, al este con Belice y el Golfo de Honduras, al sureste con Honduras y El Salvador, y al sur con el Océano Pacífico. El país tiene una superficie total de 108.889 km². La capital es la ciudad de Guatemala. Guatemala tiene una población según estimaciones para el año 2009 de 13, 276,517 habitantes, con una densidad demográfica de 120 hab/km² y una tasa de crecimiento de 2.07%.

La población de origen maya-quiché representa aproximadamente el 45% de los habitantes de Guatemala; los ladinos (mestizos), un 45%, y los blancos de origen europeo, negros y asiáticos, un 10% de la población. Los grupos indígenas, entre los que destacan los quichés y cakchiqueles, viven en las tierras altas dedicados a la agricultura, la artesanía textil, la ganadería y el comercio local.

Gráfico 9: Evolución Población Total de Guatemala



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Guatemala

El 56.8% de este universo se ubica entre los 15 y 64 años, el 39.40% entre los 0 y 14 años y el 3.80% se ubican las personas de 65 años a más. En 2008 la esperanza de vida al nacimiento de la población guatemalteca fue de 69.99 años; 68.22 años en las hombres y 71.86 en las mujeres. Del total de la población de Guatemala, el 49.69% son mujeres y el 50.31% hombres.

Guatemala se organiza en 22 departamentos administrativos, son los siguientes: Alta Verapaz, Baja Verapaz, Chimaltenango, Chiquimula, El Progreso, Escuintla, Guatemala, Huehuetenango, Izabal, Jalapa, Jutiapa, Petén, Quetzaltenango, Quiché, Retalhuleu, Sacatepéquez, San Marcos, Santa Rosa, Sololá, Suchitepéquez, Totonicapán y Zacapa.

La mayor concentración se registra en el Altiplano, donde se localizan los departamentos de Guatemala, Huehuetenango y Alta Verapaz.

Cuadro 6: Población por departamento en Guatemala

Departamento	2010
Guatemala	3,103,685
El Progreso	155,596
Sacatepéquez	310,037
Chimaltenango	595,769
Escuintla	685,830
Santa Rosa	340,381
Sololá	424,068
Totonicapán	461,838
Quetzaltenango	771,674
Suchitepequez	504,267
Retalhuleu	297,385
San Marcos	995,742
Huehuetenango	1,114,389
Quiché	921,390
Baja Verapaz	264,019
Alta Verapaz	1,078,942
Petén	613,693
Izabal	403,256
Zacapa	218,510
Chiquimula	362,826

Fuente: INE, Guatemala

Ilustración 1: Provincias socioeconómicas de Guatemala



Fuente: Política de Guatemala

1.2.2 Mapa socioeconómico de Guatemala

Tomando en cuenta que las formas de estratificación socioeconómica obedecen a múltiples dimensiones, los estratos aquí presentados se elaboran a partir de la aplicación de un índice de estratificación social que compendia en una sola dimensión, diversos elementos importantes en la definición de las desigualdades: además de ingresos, comprende variables educativas y de las condiciones habitacionales de los hogares. Se utilizan cinco estratos que pueden reflejar y recoger las variaciones internas: Alto, medio, medio bajo, bajo y bajo extremo.

La distinción en estratos es el reflejo funcional propio del desarrollo de una sociedad como Guatemala y conocerla puede enriquecer el análisis de esa realidad. La división tri o dicotómica reduciría esa posibilidad, aunque, con excepción del estrato “alto”, los demás resultan relativamente homogéneos.

El siguiente cuadro, describe la estratificación socioeconómica de la población guatemalteca.

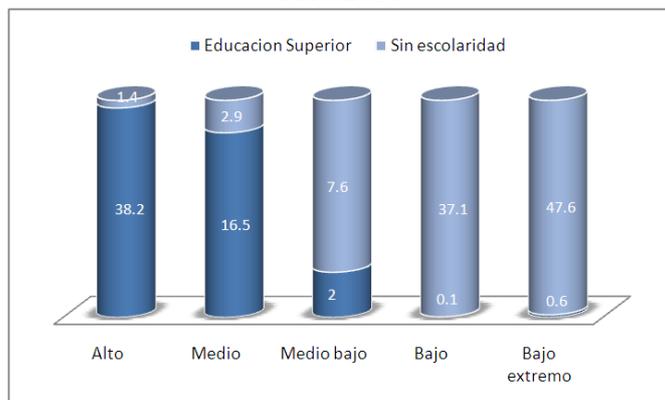
Cuadro 7: Estratificación socioeconómica en Guatemala

Estrato	2004	
	Población (miles)	Porcentajes
Alto	380.5	3.2
Medio	1,847.10	15.5
Medio bajo	2,421.60	20.4
Bajo	3,819.30	32.1
Bajo extremo	3,419.70	28.8
TOTAL	14,655	100

Fuente: PNUD-Guatemala

La posibilidad de movimientos ascendentes en la escala social está relacionada con los ingresos y los niveles educativos. En Guatemala, el 5.7% de la población de entre 25 y 40 años tiene alguna formación universitaria. En el otro extremo, el 24% no cuenta con ningún grado de escolaridad. En los sectores bajos y medio bajo, menos del 2% de la población en la edad mencionada ha tenido acceso a la educación superior, lo que limita sus posibilidades de incorporación en el mercado laboral, dificultando la posibilidad de una movilidad ascendente en el corto plazo. Por otro lado, casi la mitad de la población del estrato bajo extremo no cuenta con ninguna escolaridad, proporción que se reduce en los estratos medios y alto.

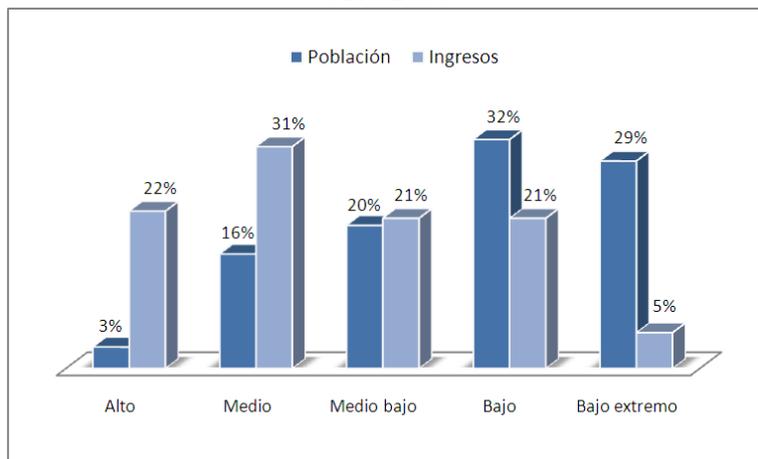
Gráfico 10: Proporción de la población con educación superior y sin escolaridad según estrato socioeconómico en Guatemala
Año 2004



Fuente: PNUD-Guatemala

Por otra parte la distribución de la población según los estratos y la participación respectiva en los ingresos totales. Es evidente que la relación entre los ingresos y la población que los recibe resulta desproporcionada. Esta relación va de 0.2 en el estrato bajo extremo hasta 6.9 en el estrato alto.

Gráfico 11: Población e ingresos totales según estrato socioeconómico en Guatemala Año 2004



Fuente: PNUD-Guatemala

Cabe resaltar que los gráficos y tablas anteriores son del año 2004, ya que el informe del Programa de las Naciones Unidas y el Desarrollo, va a emitir un nuevo informe conteniendo las estadísticas sociales, este año en el segundo semestre. Los datos presentados son la última información acerca del tema.

Nivel Socioeconómico A/B

Habitan aquí el 1.5% de la población nacional, urbana, equivalente a 166.717 personas, de las que sólo una minoría de 4.459 personas son indígenas (2.7%). Del total, un 25% son menores de quince años y aumenta el número de adultos mayores. Los hogares tienen un promedio de 2.4 hijos; la composición de la clase alta en Guatemala no es muy heterogénea y hay una minoría que concentra en grado extremo una altísima calidad de bienestar.

Este estrato tiene como promedio un ingreso mensual por cabeza de 7,938.06 quetzales, equivalente a 264.60 quetzales diarios (33.01 dólares), lo que se traduce en una desigualdad equivalente a 384 veces más de lo que reciben las personas en el estrato bajo extremo.

En general las personas de este estrato disponen de abundante servicio doméstico, choferes y guarda espaldas. Son todos alfabetos y muchos bilingües; la escolaridad es de 14.3 años promedio. Disfrutan del total ideal en lo que se refiere a la disponibilidad de electrodomésticos, TVs, computadoras, automóviles de lujo y para otros usos y en numerosos casos, helicópteros, avionetas y lanchas de motor.

El estrato alto está formado por propietarios y gerentes (socios o no) de los más importantes activos productivos tanto en el país como en el exterior y sus principales fuentes de ingreso son los beneficios (ganancias) del capital invertido productivamente, intereses, bonos y otras derivaciones del capital financiero. El 19% está en el comercio, el 18% en finanzas y 18 en servicios.

Es una élite criolla y/o blanca europea y sólo excepcionalmente es mestiza; practican la endogamia y el racismo y formas abiertas de discriminación en sus relaciones sociales. Tienen un alto grado de organización gremial, activa vida social y cultural pero menos participación directa en las lides políticas, la que practican en defensa de sus intereses.

Nivel Socioeconómico C+

En este estrato medio lo forman 894.613 personas (un 7.8% del total nacional), de los cuales ya sólo el 6.8 por ciento son indígenas y 9.5 por ciento rurales, constituyendo grupos de 'ladinos' heterogéneos por la pigmentación de su piel, con identificaciones dolorosas por su condición de mestizos de diverso color.

El estrato medio lo forman 220,364 hogares, en su mayoría la familia nuclear con 2.1 hijos promedio y ya sólo un 29% de la población menor de los quince años. Recordando de nuevo el valor variable del promedio, estos sectores tienen un ingreso mensual personal de 4,766.01 quetzales, equivalente a 158.87 quetzales diarios (US\$ 19.81), es decir con una capacidad para 'consumir' el equivalente a 3 canastas básicas. Este ingreso les permite disfrutar (como promedio) de razonables condiciones de bienestar, un equipamiento doméstico a la altura de sus ideales de consumo, lo que se traduce en una disponibilidad de los electrodomésticos básicos, celulares, TV y DVD, computadoras, automóviles no siempre de segunda mano. El servicio doméstico aparece ya en buen número.

Los estratos medios presentan una variabilidad muy grande de formas de ingreso (salarios, beneficios, ganancias, intereses, etc.) pues incluyen, profesionales liberales de diversa calificación, asalariados del sector público o privado, o independientes, así como empleados calificados con alta remuneración.

Por categoría ocupacional el 46% son empleados de la empresa privada y un 18 por ciento cuenta propia. Según el sector de actividad, del empleo en el sector financiero 42% salen de los estratos medios, el 36% en la enseñanza y en el sector público el 28%.

Son todos alfabetos, con once años promedio de escolaridad lo que revela un sector alto con educación superior completa. Forman parte del gran público de los cines, los restaurantes y los espectáculos pagados. Leen y en el nivel superior hablan otro idioma.

Los hogares de este sector intermedio envían a sus hijos a la Universidad, y no a las privadas precisamente; los sectores bajos del estrato medio exhiben un nivel de bienestar hacia fuera que en numerosos casos los endeudan crónicamente o que financian con tarjetas o al crédito.

Participan desigualmente en la vida de los partidos políticos y en otras actividades deportivas, sociales y culturales y de este Piso salen quienes dirigen en buena medida el Estado, el ejército, la iglesia, las universidades y otras instituciones públicas y privadas.

Nivel Socioeconómico C

Los habitantes del estrato medio bajo de la sociedad guatemalteca, y lo forman 2.5 millones de personas que equivalen al 22.5% del total nacional. Las diferencias promedio de los miembros de este ambiguo estrato socioeconómico con los sectores bajos de la sociedad no son pocas pero reveladoras por un lado de la homogeneidad, por el lado de la pobreza, de la inmensa población guatemalteca y, por el otro, de su indudable heterogeneidad. En este estrato vive menos de un cuarto de la población del que ya sólo 528.329 son indígenas, es decir el 20.5 por ciento. El 36 por ciento son menores de quince años y tienen un 2.8 hijos promedio por familia. Sus habitantes tienen un ingreso mensual (promedio) por persona de 1,436.18 quetzales, es decir, 47.87 quetzales diarios (US\$ 5.97). Es esta una cifra que les permite un consumo algo superior al precio de la canasta mínima per cápita que se calcula en 350.00 quetzales, pero aún insuficiente para atender las necesidades elementales del bienestar personal.

Del "estrato medio bajo" salen un 32% de empleados del comercio y servicios y un 20% de trabajadores de fábricas o empresas, un 58% son dueños de las microempresas del sector informal de la economía. En una perspectiva ocupacional, del total de empleados públicos, un 35% pertenecen a este estrato y un 35% laboran en la enseñanza.

La escolaridad de esta clase media baja es de un promedio de 6.2 años y el 98% son alfabetos. Este sector social experimenta, más que los otros estratos, los efectos de las crisis económicas, del estancamiento y de manera especial, de la inflación, por la fragilidad de su status social, que cuidan y del cual dependen emocionalmente.

Nivel Socioeconómico D

Habitando en el estrato bajo, 5.6 millones de ciudadanos (49.4% del total), es decir la mitad de guatemaltecos todos en situación de pobreza. El ingreso mensual per cápita (promedio) es de 649.057 quetzales, es decir, 21.64 diarios (US\$ 2.70). En la medición internacional de la pobreza este estrato está por encima del estándar o nivel mínimo que establece un ingreso de 2 dólares diarios por persona.

Viven un millón de hogares, con un promedio por familia de 3.5 hijos y con un 47% que son menores de quince años, la pobreza tiene una cara juvenil. Este estrato bajo está formado por una ligera mayoría de 2.9 millones de personas (51.1%) en relación con 2.7 millones de indígenas.

El 20% son analfabetas y tienen 2.5 años promedio de escolaridad. El 73% son trabajadores del sector de la economía informal, el 48% están en el campo. Un buen número de mujeres van al servicio doméstico.

No están organizados en función de algún eje de interés colectivo, son desconocedores de la política nacional; y sólo un número menor de gente del “estrato bajo” participa en las elecciones.

Nivel Socioeconómico E

En este estrato habitan un poco más de 2 millones de personas, que corresponden a unas 329 mil familias hacinadas en un promedio de 3.5 personas por habitación, con 4.3 hijos promedio. Corresponden a lo que llamamos el “estrato bajo extremo” de la sociedad guatemalteca y que lo forman el 18.8 por ciento de la población total. De ella, el 71 por ciento corresponden a población maya, de las distintas etnias indígenas y un 29 por ciento de mestizos, también en condiciones próximas a la de mendicidad o pobreza absoluta. La población de este estrato, sumergido en el fondo de la clasificación social es muy joven, un 54 por ciento son menores de quince años. La pobreza tiene un rostro infantil.

Este estrato es antihigiénico, prácticamente sin acceso a servicios básicos de saneamiento, agua potable y electricidad y también con un escaso acceso en equipamiento doméstico. El 43 por ciento son analfabetos y el promedio-años de escolaridad es de 0.8.

El ingreso mensual per cápita (promedio) de estos indigentes fue aproximadamente de 401.782 quetzales, es decir, la cifra de 13.93 quetzales diarios (US\$ 1.73). En su mayoría, el 75% son campesinos, por cuenta propia el 36% y sin remuneración alguna, el 21%. Son pues campesinos sin tierra, de subsistencia. En otra óptica clasificatoria el 78% del extremo bajo extremo se encuentran en el sector informal. Padecen hambre crónica y altísimos niveles de desnutrición. El 36% de los hogares tienen jefatura femenina y presentan el mayor promedio de hijos por familia de todo el país.

	Niveles Socioeconomicos				
	A/B	C+	C	D	E
Representan ¹	1.50%	7.80%	22.50%	49.40%	18.8
Hijos por hogar	2.4	2.1	2.8	3.5	4.3
Ingreso mensual promedio (US\$)	990.03	594.41	179.12	80.95	50.11
Escolaridad promedio (años)	14.3	11	6.2	2.5	0.8
Alfabetismo	100%	100%	98%	80%	57%
Formado por	Propietarios y Gerentes	Empleados de empresas privadas y por cuenta propia	Trabajadores de fábricas o empresas	Trabajadores de la economía informal y del campo	Campesinos

Servicios a los que tienen acceso y demás características	Abundante servicio domestico	Disponibilidad de electrodomesticos básicos	Ingresos insuficientes para atender necesidades elementales	Un buen número de mujeres van al servicio domestico	El estrato es antihigienico
	Choferes y guardaespaldas	Celulares, TV, DVD, computadoras.	Experimentan mas los efectos de las crisis económicas	Desconocedores de la política nacional	Sin acceso a servicios básicos de saneamiento
	TVs, computadoras, automoviles de lujo	Automóviles, servicio doméstico	Experimentan la inflación, el estancamiento	Bajo porcentaje participa en las elecciones	Escaso acceso a agua potable y electricidad

¹ Porcentaje que representan de la población total nacional

2. Mercado de Franquicias en Guatemala

El sector de franquicias de en Guatemala, registra los siguientes datos:

El sector es aun nuevo, y por ello aun no se tiene datos oficiales sobre el mercado.

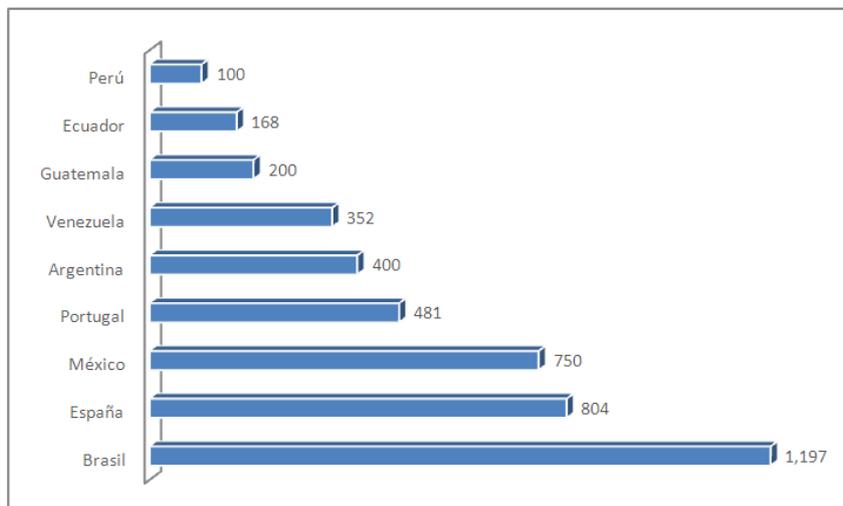
El número de marcas que existen en Guatemala son 200, de las cuales 35 marcas son nacionales y 165 extranjeras, el cual representa en puntos porcentuales 18 y 82, respectivamente.

Este sector ha generado 100,000 puestos de trabajo.

El rango de inversión de las franquicias oscila entre US\$ 15,000 a US\$ 1, 000,000.

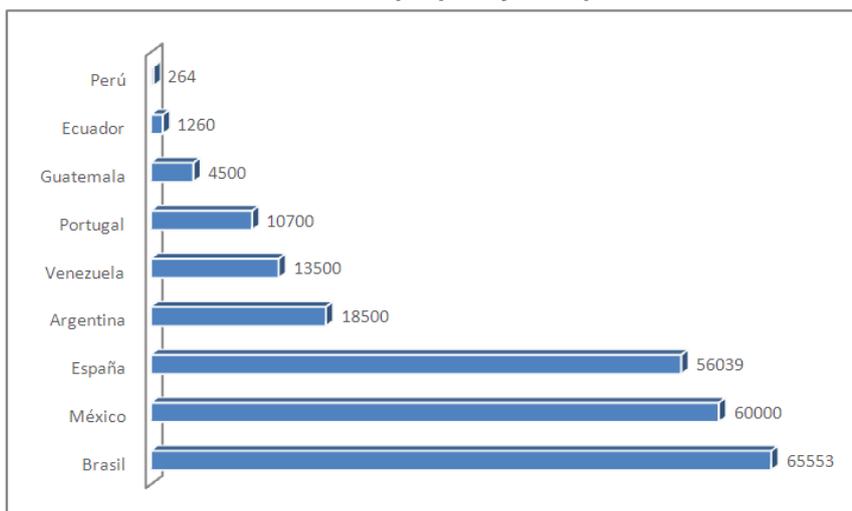
La unidad de locales entre propios y franquiciados son en total para el territorio guatemalteco de 4,500 locales.

Gráfico 12: Número de marcas en Guatemala



Fuente: Asociación Iberoamericana de Franquicias

Gráfico 13: Unidad de locales – propios y franquiciados en Guatemala



Fuente: Asociación Iberoamericana de Franquicias

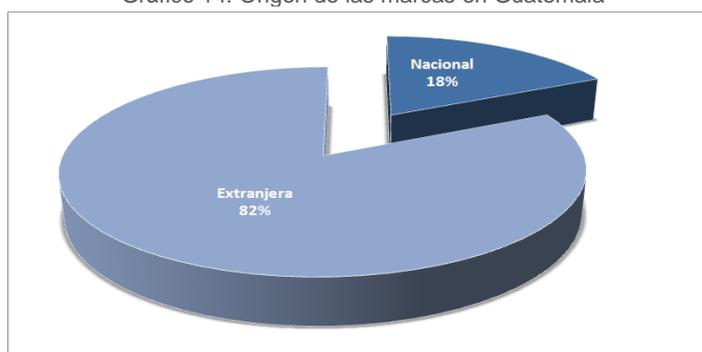
2.1 Composición del mercado

Como se puede apreciar en la siguiente tabla, el número de marcas que existen en el mercado de franquicias en Guatemala son 200, de las cuales 35 marcas son nacionales y 165 marcas son extranjeras. Las marcas nacionales representan el 18% y las extranjeras el 82%.

Cuadro 8: Proporción el mercado de franquicias en Guatemala

Nº MARCAS	NACIONAL	%	EXTRANJERA	%
200	35	18	165	82

Gráfico 14: Origen de las marcas en Guatemala



Fuente: Federación Iberoamericana de Franquicias

2.2 Clasificación por sectores²

Las empresas que conforman el sector de franquicias en el mercado guatemalteco se categorizan como sigue. En cada sector se indica el número de franquicias que existe en cada uno de ellos.

Franquicias de Automóviles

- Accesorios de automóviles y Servicios relacionados / Talleres de automóviles (1)
- Alquiler de automóviles (0)
- Concesionarios de automóviles (0)

- Gasolinera / Garage (1)
- Limpieza y Cuidado de Automóviles (0)
- Motos (1)

Hoteles y Restauración

- Bar, Grill y Pub (0)
- Cafeterías / Teterías / Heladerías (0)
- Fast Food / Comida Rápida (0)
- Hoteles y Alojamiento (1)
- Restaurantes y Pizzerías (8)

Muebles y Decoración

- Electrodomésticos (0)
- Floristerías (0)
- Mobiliario / Ropa de cama / Cocinas (1)
- Pinturas, Cuadros y Molduras (0)
- Regalos / Artículos del hogar / Decoración (1)
- Ropa de casa / Textil (0)

Servicios Especializados

- Arreglos de ropa - Modistas / Sastres (0)
- Créditos y Trámites (1)
- Educación y Centros de ocio infantil (0)
- Agencia de Medios y Publicidad (1)

Servicios para las empresas

- Agencias de colocación y empleo (0)
- Asesoría – Consultoría (1)
- Coaching / Asesoramiento Empresarial (0)
- Contabilidad / Impuestos (0)
- Imprenta rápida / copiado / Diseño gráfico (0)
- Alquiler de Oficinas (1)
- Otros servicios (0)

2.3 Clasificación por modalidad de propiedad de los locales

Una de las tareas más arduas que se puede tener es alquilar una casa, oficina o local comercial. Para ello invertimos mucho tiempo y esfuerzo en encontrar el lugar que se acomode a nuestros intereses, capacidad de pago y en general que supla nuestras necesidades o bien, encontrar el inquilino que cumpla con el pago puntual de la renta sin dañar la propiedad.

Ante esta situación, la mejor forma de garantizar nuestros derechos, ya sea como inquilino o como arrendador, lo mejor es suscribir un contrato en el cual se cubran todas y cada una de las posibles situaciones que se pueden dar durante el tiempo de duración del alquiler. A este contrato se le llama, legalmente contrato de arrendamiento, también se le conoce como contrato de locación o de alquiler. Es por ello, que la modalidad de propiedades de los locales no posee características especiales o diferenciadoras de las propiedades normales.

El arrendamiento es el contrato por el cual una de las partes se obliga a dar el uso o goce de una cosa por cierto tiempo a otra que se obliga a pagar por ese uso o goce un precio determinado. Eso significa que puede ser alquilada cualquier cosa, una casa, un local, un vehículo, mobiliario, etc. Y a cambio el dueño de la cosa recibe un pago.

El contrato de arrendamiento se perfecciona mediante el simple acuerdo de voluntades en cuanto a las obligaciones que recíprocamente asumen las partes, dicho acuerdo de voluntades únicamente puede ser verificado por las partes cuando no existe un contrato escrito.

Cuando se piensa en arrendar un inmueble, debe de entregársele al Notario que elabora el contrato la siguiente documentación.

De acuerdo al código civil guatemalteco, cualquier contrato superior a los Q.300.00 debe de constar por escrito, por ello, las opciones para celebrar un contrato de arrendamiento.

El arrendamiento termina por el cumplimiento del plazo fijado en el contrato o por la ley, o por estar satisfecho el objeto para el que la cosa fue arrendada.

²Se han utilizado solo a las empresas que están registradas en la Asociación Guatemalteca de Franquicias.

2.4 Facturación

Según la Federación Iberoamericana de Franquicias, esta es la facturación por país, como se puede observar no hay datos de la Facturación para el año 2009 en Guatemala.

Cuadro 9: Facturación por país

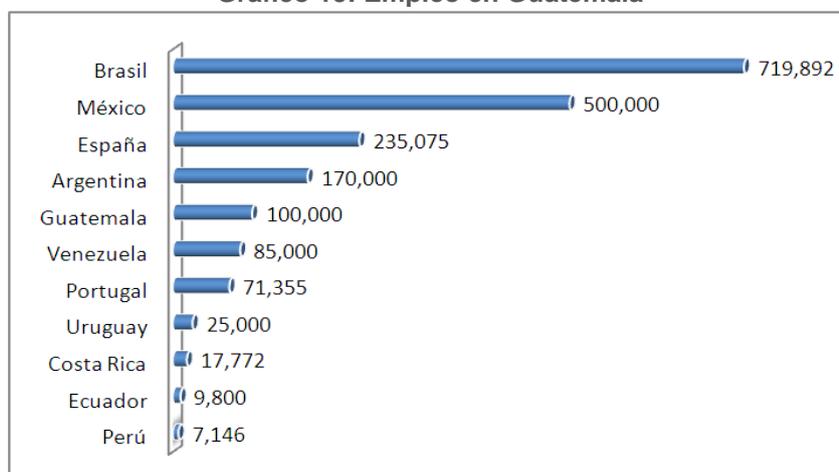
PAIS	FACTURACIÓN millones USD
Argentina	2.781,03
Brasil	26.983,00
Ecuador	890,00
España	34.871,77
Guatemala	-
México	9.000,00
Perú	450,00
Portugal	5.574,00
Venezuela	5.810,00

Fuente: Federación Iberoamericana de Franquicias

2.5 Generación de empleo

El mercado de franquicias guatemalteco ha generado 100,000 puestos de trabajo para el 2009.

Gráfico 15: Empleo en Guatemala



Fuente: Asociación Iberoamericana de Franquicias

En Guatemala operan 200 franquicias las cuales generan más de 100,000 empleos, según la Cámara de Industria de Guatemala, al señalar que estas producen mayor inversión, más empleo y generación de riqueza, entre otros beneficios.

2.6 Rango de inversión

Debido a que hasta el momento no se ha realizado un estudio respectivo de las franquicias por parte de las Cámaras de comercio y/o Asociaciones, por lo tanto como marco de referencia, presentamos algunas franquicias de Guatemala para definir el rango de inversión que tienen estas empresas:

Cuadro 10: Inversión por empresas en Guatemala

Empresas	Inversión US\$
CTE Neurokidz	127,000.00
Princess Party	80,000.00
Tacontento	15,000.00
Maxiefectivo	99,000.00
Pollo Campero	1,000,000.00
Gasolineras Club Gas	230 mil - 1 millón
Primavera Suites	576,000.00
Al Macarone	500,000.00

Cuadro 11: Rango de inversión por empresas en Guatemala

	Rango de inversión (US\$)						
	0 - 25,000	25,001 - 50,000	50,001 - 100,000	100,001 - 200,000	200,001 - 500,000	500,001 - 1,000,000	1,000,000 - más
CTE Neurokidz							
Princess Party							
Tacontento							
Maxiefectivo							
Pollo Campero							
Gasolineras Club Gas							
Primavera Suites							
Al Macarone							

2.7 Regalías

Según la legislación guatemalteca, en la Ley de derecho de autor y derechos conexos de Guatemala, en el Capítulo IV: Derechos morales y patrimoniales, artículo 28 y 29 se dice lo siguiente:

ARTICULO 28. Regalías. Para los efectos de la Ley y de este Reglamento, se entiende por regalías la remuneración económica generada por el uso o explotación de las obras, interpretaciones o ejecuciones, fonogramas o emisiones en cualquier forma o medio.

Las regalías por ejecución, exhibición o representación pública de obras literarias y artísticas se generarán en favor de los autores y titulares de derechos conexos, así como de sus causahabientes, cuando éstas se realicen con fines de lucro directo o indirecto.

ARTICULO 29. Pago de regalías. El pago de regalías al autor, a los titulares de derechos conexos y a sus causahabientes se hará en forma independiente a cada uno de quienes tengan derecho según la modalidad de explotación de que se trate.

2.8 Promoción y publicidad

En la Constitución Política de la República de Guatemala, en el artículo 119 de defensa de consumidores y usuarios, en la Sección I de Información Básica, se considera básica la información relativa a las características de los bienes y productos, así como sus medidas, composición, peso, calidad, precio, instrucciones de uso y riesgos o peligros que represente su consumo o uso, condiciones de pago y garantía, fecha de fabricación y vencimiento, consignadas en etiquetas, envolturas, envases y empaques, la cual deberá ser veraz, exacta, clara y visible, consignada en idioma español o a través de la simbología internacionalmente aceptada, en moneda nacional y con las unidades de medida que correspondan.

En el artículo 19, en exhibición de precios, los establecimientos comerciales deberán contar y poner a disposición del consumidor, la información de los precios finales de todos los bienes y servicios que ofrecen. De acuerdo al tipo de actividad, dicha información deberá colocarse de manera visible al público expresada en quetzales, moneda nacional.

En el artículo 20 de publicidad engañosa, se prohíbe la publicidad engañosa que induzca al consumidor o usuario a error mediante ardid o engaño, para defraudarlo en su patrimonio en perjuicio propio o de tercero.

Según el artículo 24, las ofertas, promociones o liquidaciones de temporada de bienes y servicios, los proveedores deberán indicar en su publicidad, el plazo o en su caso el número de unidades o el volumen de mercaderías a promocionar, así como las condiciones del negocio ofrecido. Si no se indicare el plazo de duración se entenderá que la oferta, promoción y liquidación de temporada, durará hasta por lo menos un mes contado a partir de la difusión del último anuncio.

Cuando se trate de promociones cuyo incentivo consista en la posibilidad de participar en concursos o sorteos, el anunciante deberá informar al público sobre el monto o montos, la forma del concurso o sorteo, el número de premios indicando en qué consisten y el plazo en que se podrán reclamar. El anunciante está obligado a difundir los resultados de los concursos o sorteos inmediatamente después de efectuados por medios idóneos.

Y finalmente, en el incumplimiento de ofertas, promociones o liquidaciones de temporada. Si el proveedor que hubiere anunciado una oferta, promoción o liquidación de temporada no cumple con lo anunciado de conformidad con lo establecido en el artículo anterior, el consumidor o usuario podrá optar por una de las acciones siguientes:

- a. Exigir en forma directa al proveedor, el cumplimiento de la obligación.
- b. Aceptar otro bien de igual o mayor precio, sin desembolsar diferencia alguna, o la prestación de un servicio similar.
- c. La rescisión del contrato. Si hubiere pagado anticipadamente el precio en forma total o parcial, éste deberá ser devuelto en forma inmediata.

2.9 Principales consultoras de franquicias

Entre las principales consultoras de franquicias se mencionan:

FRANCORP

Es el grupo consultor en desarrollo de cadenas de franquicias más importante del mundo. Durante los últimos 30 años, han desarrollado casi 3,000 programas para sus clientes en todo el mundo.

Desde pequeños negocios de comida rápida, mueblerías, hasta agencias de pompas fúnebres y las más grandes empresas petroleras del mundo, han utilizado nuestros servicios para desarrollar sus cadenas de franquicias.

Contacto: José Fernández

Domicilio: 14 Calle 3-51, Zona 10 Penthouse / 01010 Guatemala, C.A.

Teléfono: 2386-1082

Website: www.francorp.com / francorp@franquicias.com

KPMG en Guatemala - Aldana González Gómez & asociados

En el año 2005 la firma pasa a formar parte de KPMG Central America S.A. (KCA), que, a su vez, es firma de la red de firmas miembro independientes de KPMG afiliadas a KPMG International, una cooperativa suiza. En la actualidad, KPMG en Guatemala cuenta con un número de profesionales muy bien capacitados para atender estas líneas de negocio. La firma tiene entre sus clientes a importantes empresas de comercio, manufactura y servicios financieros.

Contacto: Felipe Gómez

Domicilio: 7a. Avenida 5-10, Zona 4 Centro Financiero Torre I, Niv.16 / 01004, Guatemala C.A.

Teléfono: 2334-2628

Website: www.kpmg.com/gt-fmkpmg@kpmg.com

Aragón & Aragón

Aragón & Aragón es un despacho de Abogados, Notarios y Asesores Legales, situado en la ciudad de Guatemala, estratégicamente ubicada para las necesidades y atenciones del cliente. Su fin primordial es brindar al cliente soluciones legales prácticas e innovadoras, ser su apoyo legal y notarial en sus actividades e intereses, y ser su consejero en la toma de decisiones o búsqueda de oportunidades; siempre actuando de manera profesional y confidencial.

Aragón & Aragón ofrece al visitante y cliente, servicios legales y notariales personalizados y profesionales, así como una gran variedad de servicios relacionados con la materia, todo en beneficio del cliente.

Contacto: Pedro Aragón Muñoz.

Domicilio: 5ta avenida 15-45 zona 10 Edificio Centro Empresarial Torre II, oficina 305

Teléfono: 2367 5222

Website: <http://www.aragonyasoc.com>

Certeza Consulting, S.A.

Es una empresa Guatemalteca con visión regional que nace en el año 2,000, de la inquietud de profundizar en temas de interés empresarial que le sirven de base al inversionista para definir estrategias, eficientar su operación y optimizar sus recursos. Firma pionera en Auditoría de Servicio de Centro América y teniendo a Feher & Feher como socio en el desarrollo de Sistemas de Franquicias.

Contacto: César Augusto García Estrada

Domicilio: 3a Avenida 11-27, Zona 9, Edificio Certeza

Teléfono: 2385-1541

Website: <http://www.certezaconsulting.com> / franquicias@certezaconsulting.com

Consultores para el Desarrollo, S.A.

Copades es una firma de servicios profesionales orientada a la consultoría económica, financiera, gerencial, así como a la realización de estudios y proyectos para empresas privadas, nacionales y extranjeras, entidades públicas y organismos internacionales. Los servicios de la firma tienen cobertura tanto a nivel nacional como centroamericano. Los servicios de la firma tienen cobertura tanto a nivel nacional como centroamericano.

Contacto: [Julio García Motta](#)

Domicilio: 2 calle 15-29 Zona 13

Teléfono: 2387-3400

Website: <http://www.copades.com>

3. Aspectos Legales**3.1 Requisitos de marca comercial**

Una marca es un símbolo creado por una empresa para representar un conjunto de informaciones sobre un producto o servicio. Este símbolo consiste en un nombre con un tipo de letra determinado, un logotipo, imágenes visuales, símbolos o conceptos mentales que distinguen al producto o servicio.

La empresa legalmente registrada en el Registro Mercantil cuenta con un registro legal que aparece en su patente de comercio. Este nombre puede ser utilizado como la marca, pero puede que no desee utilizar el mismo nombre de la empresa como marca de sus productos o servicios. Además, la patente de comercio no es lo mismo que el registro de una marca comercial.

Por otra parte, una empresa puede tener distintas marcas, nombres comerciales y señales de propaganda distintos para los diferentes productos o servicios que provea al mercado.

Para regular y proteger estas formas de propiedad industrial, Guatemala se rige por el Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Industrial (CCPPI).

El Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Industrial tiene como objeto asegurar una leal y honesta competencia.

Para que la propiedad de una marca se encuentre protegida, deberá inscribirse y de esta misma forma se reconoce su adquisición. Se le da prioridad a la propiedad de las marcas según la fecha y hora de presentación de la solicitud correspondiente. La Institución donde se registra una marca es el Registro De la Propiedad Intelectual. Esta es una dependencia del Ministerio de Economía, que se encarga de promover la observancia de los Derechos de la Propiedad Intelectual, así como la inscripción y registro de los mismos.

Esta institución queda ubicada en el mismo edificio que el Registro Mercantil. 7a avenida 7- 61 Zona 4, Nivel 1. Los derechos garantizados por el registro de la marca son por 10 años y pueden renovarse por otro período igual de tiempo.

Proceso para el registro de una marca o signo distintivo en Guatemala

1) Antes que nada, usted debe elegir la marca que desea para sus productos o servicios. Elaborar con un diseñador gráfico, una compañía de publicidad, o por cuenta propia el signo distintivo de su marca. Es decir, la figura, los colores, el tipo de letra, la marca en sí, y procurar tener claro el mensaje que transmitirá su marca a través de dichos símbolos distintivos.

2) Adquirir en las oficinas del Registro de la Propiedad Intelectual, un formulario de solicitud de búsqueda retrospectiva del distintivo (Q.5.00), completarlo con la información requerida, efectuar el pago respectivo en Caja (denominativos Q.100.00; gráficos Q.200.00; y mixtos Q.200.00).

Presentar el formulario y recibo de cancelación de la tasa en recepción, solicitando la búsqueda requerida.

3) Adquirir formulario solicitud de registro inicial de distintivo (Q.5.00), completarlo con la información requerida, anexando los documentos pertinentes, adhiriendo los ejemplares del signo solicitado en el formulario y las copias, firma del solicitante, firma y sello del Abogado Auxiliante, colocando el timbre forense respectivo.

4) Efectuar el pago de Q.110.00 por presentación de la solicitud, adjuntar copia del recibo correspondiente al expediente.

Adjuntar a la solicitud los siguientes documentos:

- a. Si es persona individual, fotocopia legalizada de documento de identificación;
- b. Si se tratare de persona jurídica, fotocopia legalizada del documento que acredite la representación.
- c. Si se tratare de persona individual o jurídica extranjera no domiciliada en Guatemala, deberá acompañar copia legalizada del mandato con cláusula especial otorgado a un abogado guatemalteco colegiado activo.
- d. Original o fotocopia legalizada del recibo que acredite el pago de la tasa de Q.110.00 por ingreso de la solicitud.
- e. Cuatro reproducciones de la marca si fuera mixta o figurativa.
- f. Si fuera figura tridimensional, las reproducciones deberán consistir en una vista única o varias vistas diferentes, bidimensionales.
- g. De toda solicitud y documentos que se presenten deberán adjuntarse una copia para efectos de reposición.

Ingresa la solicitud en la recepción, donde efectúa un examen de los documentos adjuntos previo a la solicitud, quienes al aceptarlo sellan de recibido la solicitud y las copias. Presentada la solicitud, el Registro anotará la fecha y hora de su presentación, asignará un número de expediente y entregará al solicitante un recibo de la solicitud y de los documentos presentados. Se tendrá como fecha de presentación de la solicitud la fecha de su recepción por el Registro, siempre que al tiempo de recibirse, la misma hubiera contenido al menos los siguientes requisitos:

- a. Que contenga información que permita identificar al solicitante o su representante e indique dirección para recibir notificaciones en el país;
- b. Que indique la marca cuyo registro se solicita o, tratándose de marcas denominativas con grafía, forma o color especiales, o de marcas figurativas, mixtas o tridimensionales con o sin color, se acompaña una reproducción de la marca;
- c. Que indique los nombres de los productos o servicios para los cuales se usa o se usará la marca; y
- d. Que acompañe el comprobante de pago de la tasa establecida.

El expediente es trasladado a la Sección de forma y Fondo para su examen, si la solicitud cumple con todos los requisitos, se emite resolución declarando con lugar la solicitud y se extiende el edicto correspondiente, por el cual se deben cancelar Q.50.00.

El solicitante, debe efectuar 3 publicaciones del edicto, en el término de quince días en el Diario Oficial, debiendo presentar los ejemplares originales al registro dentro del mes siguiente a la fecha de la última publicación. El edicto deberá contener: El nombre y domicilio del solicitante; El nombre del representante del solicitante, cuando lo hubiere; La fecha de presentación de la solicitud; El número de la solicitud o expediente; La marca tal como se hubiere solicitado; La clase a que corresponden los productos o servicios que distinguirá la marca; y La fecha y firma del Registrador o el funcionario del Registro que éste designe para el efecto.

Si no presentan oposición a la inscripción, el solicitante requiere se emita la orden de pago de Q.90.00 para que se efectúe la anotación que corresponde y presentarla al Registro para que se inscriba el signo distintivo solicitado.

Para que el Registro le haga entrega del título respectivo, el solicitante debe cancelar en Caja la suma de Q.50.00.

Vigencia de la Marca: 10 años, renovables por períodos iguales.

3.1.1.1 Precios y Plazos

A continuación, se tomará como ejemplo a Marcaria.com.pa perteneciente a Marcaria.com Network, compañía especializada en el registro y protección de marcas y nombres de dominios.

El equipo de abogados de esta empresa procesará en forma expedita el registro de la marca comercial en Panamá a través de los siguientes pasos:

Paso1: Estudio de Factibilidad de Registro de Marca

Reporte que incluye una búsqueda de marcas similares e idénticas, además de la opinión experta de nuestros abogados acerca de las probabilidades de éxito de su registro de marca. El Estudio de Factibilidad es opcional pero altamente recomendable pues permite descartar de antemano posibles objeciones a su marca.

Paso2: Solicitud de registro de Marca

Presentación y tramitación de la Solicitud de Registro de Marca ante la Oficina de Marcas de Panamá, de acuerdo a los procedimientos y requerimientos legales del país, con el fin de obtener la titularidad de la marca. Una vez presentada la marca se enviará copia escaneada de la solicitud presentada.

Paso 1 - Estudio de Factibilidad de Registro		
	Marca denominativa o logo	Marca denominativa + logo
1 Clase³	US\$ 55	US\$ 110
Clase Adicional	US\$ 45	US\$ 90
Plazo de entrega	3 días hábiles	3 días hábiles

Paso 2 - Solicitud de Registro de Marca	
1 Clase	US\$ 550
Clase Adicional	US\$ 490
Duración Estimada del Proceso	10 meses

Los precios incluyen todos los honorarios y derechos oficiales. Por favor tenga en cuenta que este precio sólo es válido para una publicación estándar de 7 líneas. En caso de que se requiera de una descripción mayor de ítems, será necesario considerar un pago adicional para efectos de publicación.

Los plazos para el registro son estimativos y pueden variar considerablemente si se presentan objeciones u oposiciones, o si suceden otros eventos durante el proceso de registro de la marca.

3.2 Marco legal para la inversión extranjera

El Estado de Guatemala fomenta y promueve la Inversión Extranjera. El Inversionista Extranjero y su Inversión se regulan principalmente por lo preceptuado en esta ley. Si la Inversión Extranjera se realiza en un sector de la economía nacional en la que exista una ley de carácter especial, el Inversionista Extranjero deberá observar también los preceptos de la misma. Asimismo, el Inversionista Extranjero queda sujeto a todos los preceptos legales de

observancia general en el territorio de la República de Guatemala, y gozará de los mismos derechos y de los medios de ejercerlos que las leyes otorgan a los inversionistas guatemaltecos.

Además, se reconoce al Inversionista Extranjero el mismo tratamiento que el otorgado a los inversionistas nacionales en el desarrollo de sus actividades económicas, y por ende, goza de igualdad de condiciones frente a los inversionistas nacionales. Queda prohibido todo acto discriminatorio en contra de un Inversionista extranjero o su inversión. Asimismo, la presente ley deberá aplicarse por igual a toda Inversión Extranjera, independientemente del país de donde provenga.

El Inversionista Extranjero puede participar en el desarrollo de cualquier actividad económica lícita en el país, así como en cualquier proporción en el capital social de sociedades lucrativas organizadas de conformidad con la legislación guatemalteca. Se exceptúa de lo anterior únicamente cualquier requerimiento sobre capital social que debe ser aportado por personas individuales o jurídicas guatemaltecas, de conformidad con una ley que se aplique especialmente para el desarrollo de una actividad económica. Ningun funcionario ni empleado público podrá exigir el cumplimiento de requerimiento, condición o requisito alguno que no esté expresamente ordenado en ley.

Propiedad Privada

Se reconoce al Inversionista Extranjero el pleno derecho, uso, goce, disfrute y dominio de la propiedad sobre su Inversión, quedando sujeto únicamente a las mismas obligaciones y limitaciones que la Constitución y las leyes de la República impongan a los guatemaltecos.

Libertad de Comercio

Se protege plenamente la importación y exportación de bienes y servicios de lícito comercio y los necesarios para el adecuado desarrollo de las actividades del Inversionista Extranjero en el país, debiendo observarse las normas legales y reglamentarias aplicables a los guatemaltecos en esta materia.

³ Al registrar una marca se debe especificar para qué productos y servicios se quiere usar esa marca. La gran mayoría de los países del mundo han adoptado el Clasificador Internacional de Niza. Este clasificador agrupa a todos los productos y servicios en 45 clases--34 para los productos, 11 para los servicios--permitiendo especificar de forma clara y precisa la cobertura de la marca. La protección que se otorga a una marca registrada abarca sólo las clases especificadas al momento del registro, pudiendo por tanto coexistir dos marcas idénticas en clases distintas. Los organismos gubernamentales a cargo del registro de marca cobran por clase, por tanto a mayor protección, mayor inversión.

De acuerdo con los compromisos legalmente adquiridos a nivel internacional por el Estado de Guatemala, no podrán imponerse medidas en materia de inversiones que puedan causar efectos de restricción y distorsión del comercio, especialmente el de mercaderías. Igualmente, queda prohibida la imposición de cualquier tipo de requisitos de desempeño como condiciones para la instalación o el mantenimiento de una Inversión Extranjera, tales como forzosamente transferir tecnología o generar determinado número de plazas de trabajo. Se exceptúa de lo anterior lo previsto en leyes laborales sobre la obligatoriedad de contratación de empleados guatemaltecos que no formen parte de la alta dirección de una empresa.

Acceso a Divisas

El Inversionista Extranjero goza de libre acceso a la compra y venta de moneda extranjera disponible y a la libre convertibilidad de moneda, de acuerdo a lo prescrito en leyes especiales sobre la materia cambiaria y en igualdad de condiciones con el inversionista nacional. Entre otras, el Inversionista Extranjero podrá libremente realizar:

- a. Transferencias al exterior relacionadas con su capital invertido, o por disolución y liquidación o venta voluntaria de la Inversión Extranjera;

- b. La remisión de cualquier utilidad o ganancia generada en el territorio nacional;
- c. El pago y remisión de dividendos, deudas contraídas en el exterior y los intereses devengados por las mismas, regalías, rentas y asistencia técnica;
- d. Pagos derivados de indemnización por concepto de expropiación.

Seguros a la Inversión

Los seguros sobre riesgos no comerciales para la Inversión Extranjera que se encuentren respaldados por tratados o convenciones bilaterales o multilaterales debidamente suscritos, aprobados y ratificados por el Estado de Guatemala, serán regidos por las normas o disposiciones de tales instrumentos internacionales y las leyes o reglamentos internos que de tales instrumentos se pudieran derivar.

Dependencia Competente

Para los efectos de lo dispuesto en la presente ley, la Dependencia competente para velar por su cumplimiento es la Ventanilla Única para las Inversiones del Ministerio de Economía, creada por medio de Acuerdo Gubernativo Número 532-92, con las atribuciones y funciones que se le señalen en el Reglamento respectivo.

Todas las instituciones gubernamentales deberán cooperar con esta dependencia para centralizar la labor de promoción de inversiones que coadyuve al desarrollo del país, así como a informarle sobre cualquier asunto que conozcan sobre Inversiones Extranjeras.

Recursos

Los recursos con que contará la Ventanilla Única para las Inversiones para garantizar su buen funcionamiento y el cumplimiento de sus obligaciones, son los siguientes:

- a. Los gastos anuales de operación y funcionamiento se cubrirán con el presupuesto que se le asigne dentro del Presupuesto General de Ingresos y Egresos del Estado.
- b. Las donaciones y aportes voluntarios de personas individuales o jurídicas, nacionales o internacionales.
- c. Los fondos que se generen como consecuencia de los honorarios de los servicios que preste.

3.3 Régimen tributario

El Régimen Tributario del gobierno guatemalteco para el 2010 está regulado por la Superintendencia de Administración Tributario (SAT), y los impuestos son:

3.3.1 Impuesto sobre la Renta – ISR

El ISR lo paga cualquier persona que preste un servicio profesional, así como también los propietarios de negocios, empresas o sociedades y los empleados que ganen más de Q 36,000.00 al año.

La tasa es de 31% sobre la utilidad ó 5% sobre las ventas.

3.3.2 Impuesto Único sobre Inmuebles –IUSI

El IUSI es el impuesto que paga cualquier persona dueña de algún inmueble. Recae sobre los inmuebles rústicos o rurales y urbanos, incluyendo el terreno, las estructuras, construcciones e instalaciones del inmueble y sus mejoras.

Cuadro 12: Impuesto Único sobre Inmuebles en Guatemala

Escala	Tasa
Hasta Q2,000.00	Exento
De Q2,000.01 a Q20,000.00	2 por millar
De Q20,000.01 a Q70,000.00	6 por millar
De Q70,000.01 en adelante	9 por millar

Fuente: Asociación Iberoamericana de Franquicias

3.3.3 Impuesto al Valor Agregado

El Impuesto al Valor Agregado es el impuesto que se paga siempre al efectuar cualquier compra en cualquier establecimiento que venda un producto o servicio. La tasa es de 12% del valor del bien o servicio. En Guatemala este porcentaje ya está incluido en el precio de venta.

3.3.4 Otros impuestos**3.3.4.1 Programa desgravación arancelaria****Cuadro 13: Impuesto de desgravación arancelaria en Guatemala**

Concepto	Tasa
Materias primas, bienes intermedios, bienes de capital no producidos en Centroamérica	0%
Materias primas producidas en Centroamérica	5%
Bienes intermedios y bienes de capital producidos en Centroamérica	10%
Bienes finales	15%

Fuente: Asociación Iberoamericana de Franquicias

3.3.4.2 Impuesto sobre la distribución de bebidas alcohólicas destiladas, cervezas y otras bebidas fermentadas**Cuadro 14: Impuesto sobre la distribución de bebidas alcohólicas, cervezas y otras bebidas en Guatemala**

Concepto	Tasa
Cervezas y otras bebidas de cereales fermentados	6%
Vinos, vinos espumosos, vinos vermouth y sidras	7.50%
Bebidas alcohólicas destiladas	8.50%
Bebidas alcohólicas mezcladas	7.50%
El resto de bebidas fermentadas	7.50%

Fuente: Asociación Iberoamericana de Franquicias

3.3.4.3 Impuesto a la distribución de petróleo crudo y combustibles derivados del petróleo

Cuadro 15: Impuesto a la distribución de petróleo crudo y combustibles derivados del petróleo en Guatemala

Concepto	Tasa
Gasolina superior	Q4.70
Gasolina regular	Q4.60
Gasolina de aviación	Q4.70
Diesel y gas oil	Q1.30
Kerosene	Q0.50
Kerosene para motores de reacción	Q0.50
Nafta	Q0.50
Gas licuado de petróleo (conocido como gas propano) a granel y en carburación	Q0.50
Combustible utilizado para la generación de electricidad y el gas propano para consumo doméstico	Q0.00

Fuente: Asociación Iberoamericana de Franquicias

3.3.5 Impuesto de Productos Financieros

Grava los intereses exclusivamente y su tasa es del 10%. No aplica cuando corresponde el Impuesto sobre la Renta.

3.4 Impuesto al valor agregado

El Impuesto al Valor Agregado es un impuesto indirecto que grava el consumo de bienes y servicios. Este impuesto afecta al contribuyente que celebra un acto o contrato gravado por la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

La tasa de Impuesto al Valor Agregado es del 12% sobre el valor imponible que es el precio de venta de los bienes o la prestación de los servicios. Se genera un valor agregado por las siguientes transacciones:

- Venta o permuta de bienes muebles así como los derechos que se constituyan sobre ellos.
- Prestación de servicios dentro del territorio nacional.
- Las importaciones.
- El arrendamiento de bienes muebles e inmuebles.
- Adjudicaciones de bienes muebles e inmuebles en pago.
- Retiro de bienes muebles efectuados por un contribuyente o por el propietario, socio, directores o empleados de la empresa para su uso a consumo personal.
- Destrucción, pérdida o cualquier hecho que implique faltante de inventario.
- Venta o permuta de bienes inmuebles.
- Donación de bienes muebles e inmuebles.

Exenciones

La ley otorga exención del pago del impuesto por exportaciones de bienes, exportaciones de servicios, importaciones temporales, servicios prestados por entidades bancarias y financieras (supervisados por la Superintendencia de Bancos), herencias, legados, donaciones por causa de muerte, aportaciones a sociedades civiles y mercantiles; así mismo por la creación, emisión, circulación y transferencia de títulos de crédito, títulos es de cualquier clase, por intereses que devenguen los títulos de crédito otras obligaciones que sean emitidas por las sociedades

mercantiles y que se negocien a través de la bolsa de valores y por la constitución de fideicomisos.

Están exentos del pago del impuesto los centros educativos, universidades, embajadas, consulados, misiones diplomáticas y organismos internacionales que de acuerdo a convenios tengan derecho a la exención. La base del impuesto es el precio de la operación menos los descuentos concedidos, más cualquier otra suma cargada por el contribuyente.

3.5 Regulaciones y Normas

La Comisión Guatemalteca de Normas (COGUANOR) fue creada en 1962 bajo la dirección del Ministerio de Economía. La Comisión Guatemalteca de Normas es responsable del desarrollo de estándares para promover el desarrollo de la agricultura, actividades comerciales e industriales; además de crear un ambiente favorable para la libre competencia y relaciones equitativas entre los productores y consumidores.

Las empresas o individuos interesados en establecer o revisar un estándar en particular pueden enviar una solicitud a COGUANOR. El Comité de Trabajo Técnico está compuesto de organizaciones públicas, privadas, científico, académicos, y sectores de consumidores, los cuales están a cargo de diseño y la revisión de los estándares nacionales.

Los estándares nacionales de COGUANOR tienen efecto una vez que son aprobados por el gobierno ejecutivo y son publicados por el Diario de Centroamérica, el cual es el periódico oficial.

Comisión Guatemalteca de Normas (COGUANOR)

<http://www.mineco.gob.gt/mineco/coquanor/2003/coquanor.html>

El Concejo Nacional de Sistemas de Calidad de Guatemala está conformado por:

- La Comisión Guatemalteca de Normas
- Centro Nacional de Metrología
- Oficina de Acreditación de Guatemala

Existen dos tipos de Estándares Nacionales en Guatemala:

- NGR: Estándares guatemaltecos recomendados
- NGO: Estándares guatemaltecos obligatorios

Los NGR se refieren a los estándares de calidad relacionados a la producción y venta de productos, estos son sin embargo, obligatorios para las entidades gubernamentales.

Evaluación de la Conformidad

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor fue creada en 1995. En diciembre de 2003 se creó el Departamento de Pruebas e Inspecciones de DIACO. Este departamento es responsable de la investigación del cumplimiento de los requerimientos legales de COGUANOR y de ratificar los tratados internacionales de Guatemala.

Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor

<http://www.diacogob.gt/>

Certificación de Productos

Todos los productos vendidos y/o importados en Guatemala deben presentar un certificado fitosanitario y/o zoonosanitario, certificado de origen, factura comercial, certificado de libre venta y un bill of lading para recibir las licencias de importación. Estos documentos deben estar legalizados en la Embajada de Guatemala o en alguno de sus consulados.

Adicionalmente, todos los empaques de los productos requieren registro de productos de la División de Registro y Control de Medicinas de Alimentos y deben obtener el certificado sanitario de importación del Ministerio de Salud.

Las normas de Guatemala relacionados a los aditivos de alimentos están basados en la lista de aditivos del Codex Alimentarium. Cualquier aditivo que se añada a la lista debe ser aprobada por el comité ejecutivo de COGUANOR.

El proceso de aprobación puede tomar 6 meses aunque muchas veces éste se prolonga. Los pesticidas están regulados por la Dirección Técnica de Salud Vegetal del Ministerio de Agricultura. Ellos mantienen una lista de pesticidas prohibidos.

Acreditación

La Oficina de Acreditación de Guatemala fue creada en mayo de 2002. La Oficina de Acreditación de Guatemala vigila la acreditación a través de la aprobación formal de los cuerpos evaluadores de la conformidad, incluyendo:

- Laboratorios de Prueba y Calibración
- Sistemas de Control de Calidad
- Sistemas de Manejo Medioambiental
- Productos
- Cuerpos de Inspección

3.6 Modelación: Base imponible y cálculo de impuesto adicional para remesas Cuadro 16: Caso Pisco Peruano en Guatemala

SH	Descripción
Sección IV	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados
Capítulo 22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre
2208	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior a 80% vol.; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas
2208.20	Aguardiente de vino o de orujo de uvas
2208.20.90	Otros
Fracción Arancelaria	2208.20.90
DAI	30%
IVA	Valor en Aduanas más DAI por 12%

Para la importación de bebidas alcohólicas se necesita obtener el Registro Sanitario extendido por el Ministerio de Salud Pública a través de los Departamentos de control de alimentos.

Es importante mencionar que uno de los avances de la Integración Aduanera Centroamericana es el reconocimiento de Registros Sanitarios entre cuatro países (excluyendo a Costa Rica) en materia de Alimentos y Bebidas.

Guatemala aplica los mismos controles y disposiciones en materia de reglamentación técnica y prescripciones sobre normas, certificación y etiquetado a los productos extranjeros, igual que los productos nacionales.

Para el caso de Guatemala la elaboración y armonización de las normas técnicas se realiza a través de COGUANOR que es una entidad adscrita al Ministerio de Economía encargada de fijar el programa general de normalización en el país y de verificar la conformidad con las normas vigentes.

Las normas elaboradas por la Comisión se adoptan como Normas Guatemaltecas y se dividen en dos categorías: normas de carácter voluntario o recomendadas y normas de carácter obligatorio.

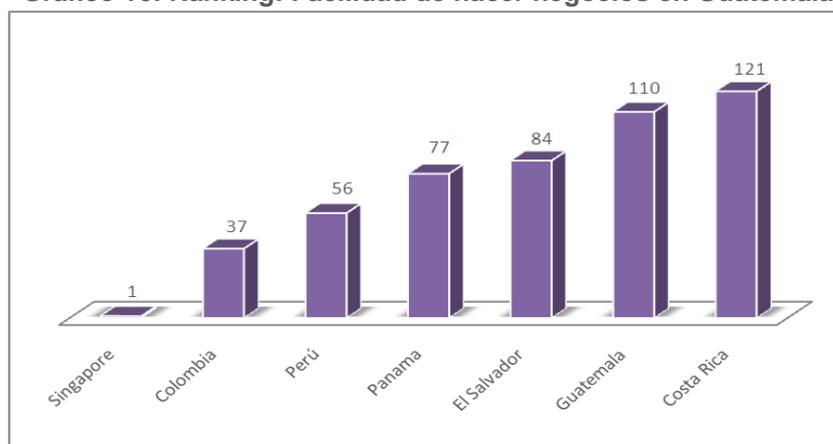
⁴ DAL se entiende por Derecho Arancelario a la importación

3.7 Desarrollo de Negocios

Guatemala ofrece toda la infraestructura necesaria para satisfacer las expectativas de cualquier negocio, brinda condiciones de vida excepcionales donde se combina el paraíso natural con un pasado colonial, tesoros culturales e históricos y paisajes que inspiran contemplación. También tiene un marco legal que no discrimina de ninguna forma entre inversiones extranjeras y locales con una total libertad de movimientos de capital y repatriación de dividendos.

Existe también la alternativa de instalarse en zonas libres de comercio (zonas francas) con beneficios dentro de los estándares internacionales permitidos por la OMC y también se puede registrar una sola empresa en cualquier sitio del país bajo un régimen especial de exportador que le permite operar como zona libre de comercio dentro de sus instalaciones. Este modelo es el que más inversiones ha atraído en la última década.

Gráfico 16: Ranking: Facilidad de hacer negocios en Guatemala



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

En el gráfico anterior, se observa que Guatemala se encuentra ubicado en la posición número 110 con respecto al mundo, en facilidad de hacer negocios en ese país, siendo el más alto a comparación de El Salvador, Panamá y Colombia. Perú se encuentra en la posición número 56, mientras que la economía que está mejor clasificada es Singapur en la primera posición.

3.7.1 Apertura de un negocio

Decidir iniciar una empresa en Guatemala para formalizarla sencillamente implica cumplir con los trámites de inscripción, registros y operación que la ley establece según el tipo de empresa y el giro de la misma, es decir la actividad a la que se dedica. Los aspectos más importantes de una empresa formal son, contar con la patente de comercio, cumplir con el pago de impuestos, y las regulaciones de operación que tienen que ver con aspectos laborales, sanitarios y de protección al medio ambiente

Las leyes, regulaciones, que norman y otorgan derechos y responsabilidades a las empresas están establecidas en el decreto 2-70: El Código de Comercio. Asimismo existen otras leyes, decretos y reglamentos específicos según la actividad a la que se dedique la empresa y otras que profundizan en la materia a la que se desea referir.

Luego de decidir qué tipo de empresa desea crear, a continuación vamos a describir los pasos para formalizar su empresa.

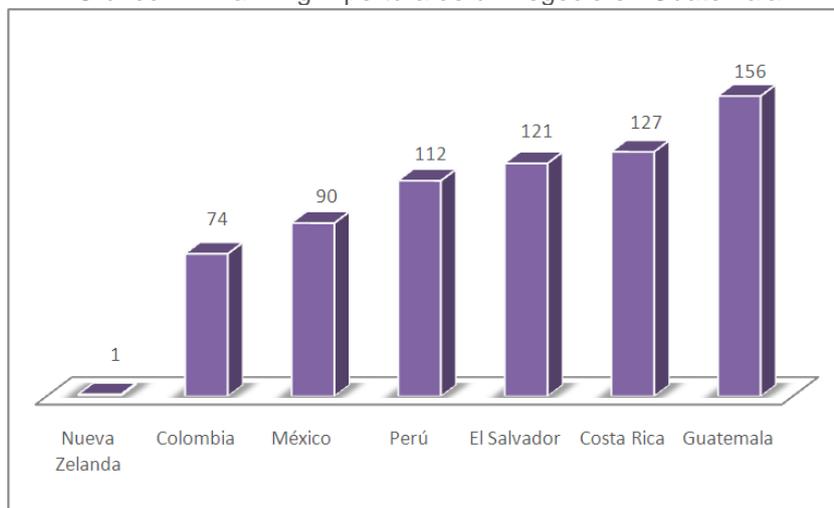
Comerciante Individual y Empresa Mercantil Individual (Asesorarse de ser posible por Perito Contador, quien deberá estar registrado en la Superintendencia de Administración Tributaria). Sociedad Mercantil, (Sociedad Colectiva, Responsabilidad Limitada, Sociedad en Comandita Simple, Sociedad Anónima y Sociedad en Comandita por acciones) asesorarse por profesional del Derecho (Colegiado Activo), que será quien inicie los trámites de:

- Escritura de Constitución de la Sociedad
- Acta y Nombramiento de Representante Legal
- Patente de Comercio de Sociedad
- Patente de Comercio de Empresa

En un mundo cada vez más competitivo, formalizar su empresa le brindará ventajas y estabilidad a su empresa y a usted como empresario. Formalizar su empresa es actuar dentro del marco de las leyes del país con lo cual obtiene beneficios y adquiere responsabilidades.

En el siguiente gráfico podemos apreciar que Guatemala se encuentra en la posición 156 del ranking mundial en la apertura de un negocio, Perú en la posición número 112, mientras que Nueva Zelanda se encuentra en la primera posición en esta categoría.

Gráfico 17: Ranking: Apertura de un negocio en Guatemala



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

Cuadro 17: Indicadores de apertura de un negocio en Guatemala

Concepto	Guatemala
Procedimientos (número)	11
Tiempo (días)	29
Costo (% de ingreso per cápita ⁵)	45.4
Capital mínimo pagado (% de ingreso per cápita)	23.5

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

⁵ El ingreso per cápita en Guatemala es US\$ 2, 678,75

El gráfico anterior muestra las características más importantes al momento de aperturar un negocio, como los procedimientos o la cantidad de pasos a seguir para lograrlo, el tiempo que conlleva realizarlo, el costo y el capital mínimo pagado. En el siguiente gráfico muestra estas características comparadas con los años 2008 y 2009, para de esta manera saber la evolución que ha tenido.

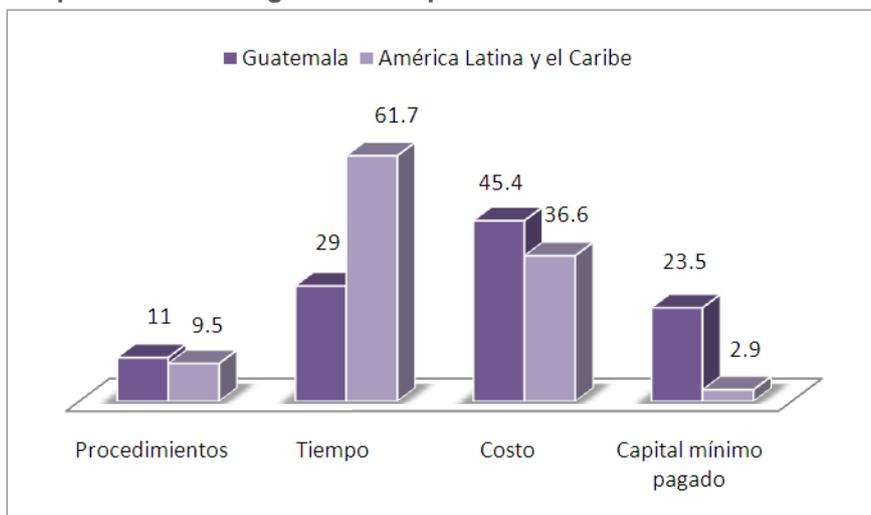
Cuadro 18: Evolución de los indicadores de apertura de un negocio en Guatemala

Concepto	2008	2009	2010
Procedimientos (número)	11	11	11
Tiempo (días)	26	26	29
Costo (% de ingreso per cápita)	47.3	50.6	45.4
Capital mínimo pagado (% de ingreso per cápita)	24.9	26.3	23.5

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

Comparando las características para aperturar un negocio en Guatemala con el resto de los países de América Latina y el Caribe, tenemos que en cuanto a tiempo, Guatemala tiene bajos índices, mientras que en el número de procedimientos a seguir, costo y capital mínimo pagado está por encima del promedio con respecto al resto de los países.

Gráfico 18: Apertura de un negocio – Comparación con América Latina con Guatemala⁶



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

⁶ Los valores en el gráfico en procedimientos está expresado en números, el tiempo en días, el costo y el capital mínimo pagado está expresado en porcentaje del ingreso per cápita.

3.7.2 Manejo de permisos de construcción

En la Industria de la Construcción es indispensable administrar eficientemente los recursos y al mismo tiempo concluir las obras en los plazos estimados, logrando de esta manera no caer en sobrecostos innecesarios.

Por este mismo motivo, es indispensable contar con las licencias y permisos municipales respectivos de una manera rápida, evitando retrasos en el inicio de una obra.

En la actualidad las licencias municipales en la Ciudad de Guatemala son otorgadas en un plazo que varía según el tipo de obra entre tres meses y tres años, convirtiendo éste trámite en un verdadero obstáculo para los constructores.

Es de reconocer, que en parte, esto es responsabilidad de la gestión municipal, pero, también, de los constructores, que, en muchas ocasiones, no conocen los reglamentos vigentes atrasando o no cumpliendo con los requisitos, para obtener una licencia.

La Comisión Multisectorial, integrada recientemente por autoridades municipales (en su primera fase Municipalidad de Guatemala y Municipalidad de Villa Nueva) y empresarios del sector construcción, (Cámara Guatemalteca de la Construcción, -CGC-, Asociación Nacional de Constructores de Viviendas, ANACOVI-, Asociación Guatemalteca de Contratistas de la Construcción, -AGCC-), están trabajando en la revisión de los procedimientos en la gestión de licencias y de esta manera trabajar para reducir el tiempo de entrega de las licencias, dentro de otras áreas de trabajo conjunto.

Guatemala se ubica en la posición número 150 en el ranking de manejo de permisos de construcción, en comparación con países como Costa Rica, El Salvador, México y Colombia. Perú se encuentra en la posición número 117 con respecto al mundo. En el puesto número 1 se encuentra China como la mejor economía clasificada en este rubro.

Gráfico 19: Ranking: Manejo permisos de construcción en Guatemala



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

Cuadro 19: Indicadores de manejo de permisos de construcción en Guatemala

Concepto	Guatemala
Procedimientos (número)	22
Tiempo (días)	178
Costo (% de ingreso per cápita)	1,079.30

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

Este tema registra el costo, la duración, y el número de procedimientos necesarios para construir un almacén. Incluye el tiempo para conseguir las licencias y permisos necesarios, completar las inspecciones requeridas y obtener conexión a servicios públicos tales como agua y luz.

El gráfico anterior muestra las características más importantes para el manejo de permisos de construcción, como los procedimientos o la cantidad de pasos a seguir para lograrlo, el tiempo que conlleva realizarlo, costo. En el siguiente gráfico muestra estas características comparadas con los años 2008 y 2009, para de esta manera saber la evolución que ha tenido.

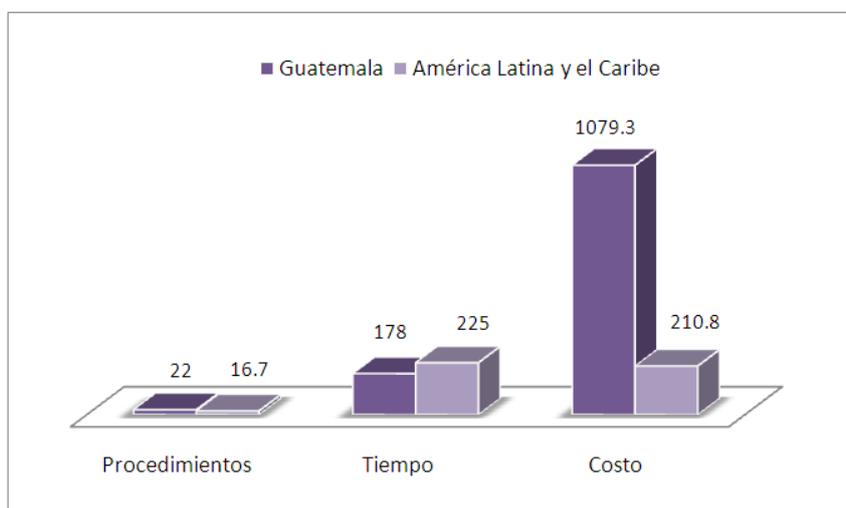
Cuadro 20: Evolución de los indicadores de permisos de construcción en Guatemala

Concepto	2008	2009	2010
Procedimientos (número)	22	22	22
Tiempo (días)	235	215	178
Costo (% de ingreso per cápita)	1142.2	1204.1	1079.3

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

Comparando las características para el manejo de permiso de construcción en Guatemala con el resto de los países de América Latina y el Caribe, tenemos que en cuanto a tiempo y a procedimientos, Guatemala tiene en promedio índices bajos, mientras que en el costo está más del 200% delante que el resto de los países.

Gráfico 20: Manejo de permisos de construcción – Comparación con América Latina con Guatemala



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

3.7.3 Contrato de trabajadores

Las relaciones entre trabajadores y patronos en Guatemala, están reguladas tanto por la Constitución Política de la República, en cuyo artículo 102, se establecen las prestaciones laborales mínimas.

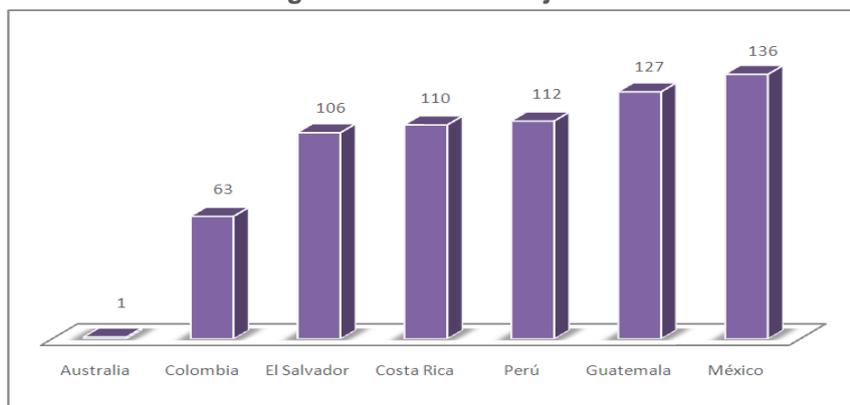
Asimismo en el Código de Trabajo, que desarrolla en forma más extensa los preceptos constitucionales.

En Guatemala la relación trabajador patrono es tutelar, esto quiere decir que la ley protege al trabajador frente al patrono y establece prestaciones laborales mínimas para el trabajador, que el patrono debe cumplir obligatoriamente.

Según el marco jurídico en Guatemala, la relación laboral se perfecciona desde el momento en que el trabajador está bajo las órdenes directas del patrono o sus representantes, sin que necesariamente exista un contrato escrito, no obstante de ser obligatorio.

Guatemala se encuentra ubicada en la posición número 127 en el ranking mundial de contrato de los trabajadores, por delante de El Salvador, Costa Rica y de Colombia. Perú se encuentra en la posición 112. La economía mejor clasificado es Australia quien ocupa la posición número 1.

Gráfico 21: Ranking: Contrato de trabajadores en Guatemala



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

Este tema mide la flexibilidad de las regulaciones laborales. Examina la dificultad en la contratación de nuevos trabajadores, la rigidez en las regulaciones sobre la expansión o contracción de los horarios de trabajo, el costo no salarial de contratar un trabajador, y las dificultades y costos de la eliminación de empleos redundantes.

La siguiente tabla muestra los principales indicadores. Estos son:

- Dificultad para contratar a un nuevo trabajador (índice de dificultad en la contratación)
- Restricciones en la ampliación o reducción del horario de trabajo (índice de flexibilidad en los horarios)
- Dificultad y costo de despedir a un trabajador redundante (índice de dificultad en el despido)
- Promedio de los tres índices (índice de rigidez laboral)
- Costo de un trabajador redundante, expresado en términos de salario semanal (costo por despido).

Cuadro 21: Indicadores de contrato de trabajadores en Guatemala

Concepto	Guatemala
Índice de dificultad de contratación (0-100)	44
Índice de rigidez en los horarios (0-100)	40
Índice de dificultad de despido (0-100)	0
Índice de rigidez empleo (0-100)	28
Costos por redundancias (semanas de salarios)	101

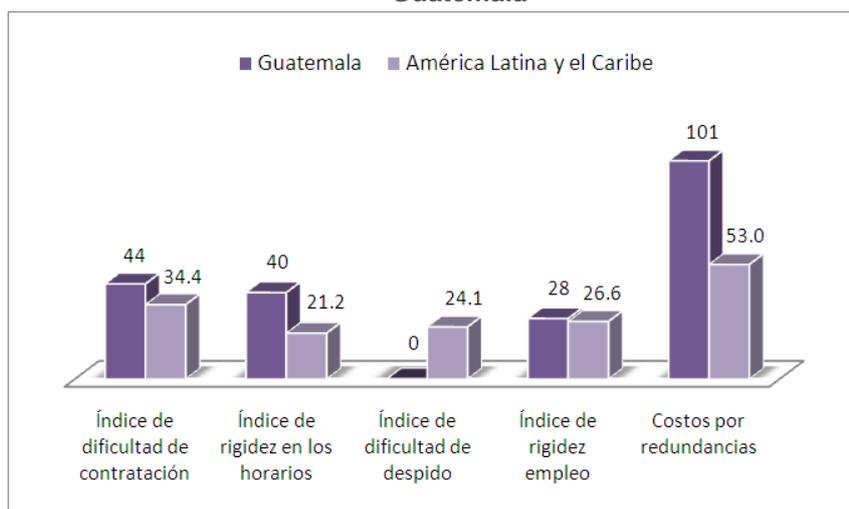
Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

Cuadro 22: Evolución de los indicadores de contrato a trabajadores en Guatemala

Concepto	2008	2009	2010
Índice de dificultad de contratación (0-100)	-	-	44
Índice de rigidez en los horarios (0-100)	-	-	40
Índice de dificultad de despido (0-100)	-	-	0
Índice de rigidez empleo (0-100)	28	28	28
Costos por redundancias (semanas de salarios)	101	101	101

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

Comparando las características para el contrato de empleadores en Guatemala con el resto de los países de América Latina y el Caribe, tenemos que en cuanto a índice de dificultad de contratación, rigidez en los horarios, empleo y costos por redundancia, Guatemala tiene en promedio índices altos, especialmente en costos por redundancia ya que supera al promedio en 48%, mientras que en índice de dificultad de despido es de 0% en comparación que el resto de los países.

Gráfico 22: Contrato de empleadores – Comparación con América Latina y el Caribe con Guatemala

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

3.7.4 Registro de propiedades

El guatemalteco de hoy, cuenta con toda la certeza y seguridad jurídica que ofrece el Registro de la Propiedad y en el campo de la informática, desde el año 2003, todos los propietarios tienen acceso a la información que requieran por medio de la Red en Línea, garantizando con ello, la seguridad y que los procesos sean más transparentes.

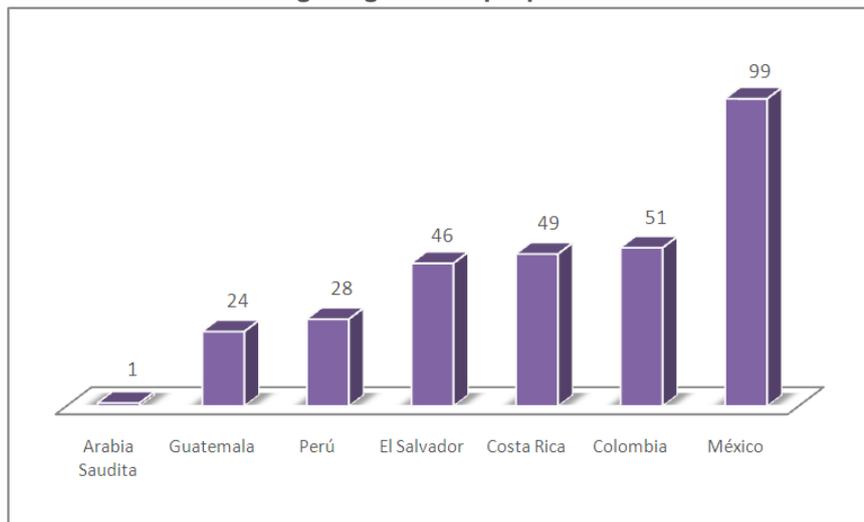
En la actualidad, existe el resguardo registral a través de la seguridad informática, de alto nivel tecnológico, donde la intervención humana, en nuestro sistema, obliga a dejar una bitácora, en cuestión de nanosegundos, eso significa que la información es sumamente precisa y que cualquier cambio es casi imposible.

Hasta ahora llevamos una inversión de 25 millones de quetzales y podemos decir que contamos con todos los adelantos tecnológicos para brindar lo mejor de nuestro servicio.

Contamos con memorias de cantidades de terabytes y cada una de esas memorias tiene un costo de 100,000 dólares. Contando también con el soporte de apoyo informativo, para que la información no se pierda.

Guatemala se encuentra ubicada en la posición número 24 en el ranking mundial de registro de propiedades, por debajo de El Salvador, Costa Rica, Colombia y México. Perú se encuentra en la posición número 28. La economía mejor clasificada es Arabia Saudita quien ocupa la posición número 1.

Gráfico 23: Ranking: Registro de propiedades en Guatemala



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

Este tema examina los pasos, el tiempo y el costo de registrar propiedades, asumiendo el caso estándar de un nuevo empresario que quiere comprar un terreno y un edificio en la ciudad más grande, estos ya están registrados y están libres de disputas sobre el título.

La siguiente tabla muestra los principales indicadores, que incluyen:

- Número de procedimientos que exige la ley para registrar la propiedad.
- Tiempo empleado para completar los procedimientos.
- Costos, tales como tasas, impuestos de transferencia, impuestos de sellos, pagos a la oficina de registro, gastos notariales, pagos a organismos públicos y abogados. El costo se expresa como porcentaje del valor de la propiedad, que se calcula asumiendo que el valor de la propiedad es 50 veces el ingreso per cápita.

Cuadro 23: Indicadores de registro de propiedades en Guatemala

Concepto	Guatemala
Procedimientos (número)	4
Tiempo (días)	27
Costo (% del valor de la propiedad)	1.0

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

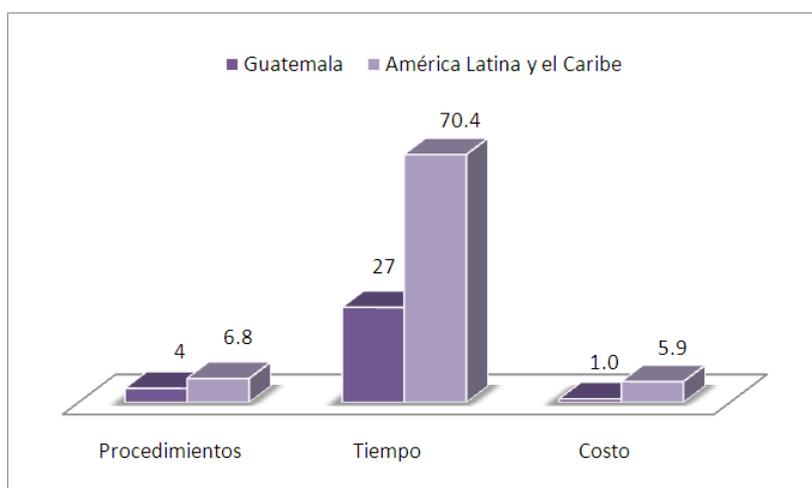
En el siguiente gráfico muestra estas características comparadas con los años 2008 y 2009, para de esta manera saber la evolución que ha tenido.

Cuadro 24: Evolución de los indicadores de registro de propiedades en Guatemala

Concepto	2008	2009	2010
Procedimientos (número)	5	5	4
Tiempo (días)	30	30	27
Costo (% del valor de la propiedad)	1.0	1.1	1.0

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

Comparando las características para el registro de propiedades en Guatemala con el resto de los países de América Latina y el Caribe, tenemos que en cuanto a procedimientos, tiempo y costo, Guatemala tiene en promedio índices bajos, que el resto de los países.

Gráfico 24: Registro de propiedades – Comparación con América Latina y el Caribe con Guatemala

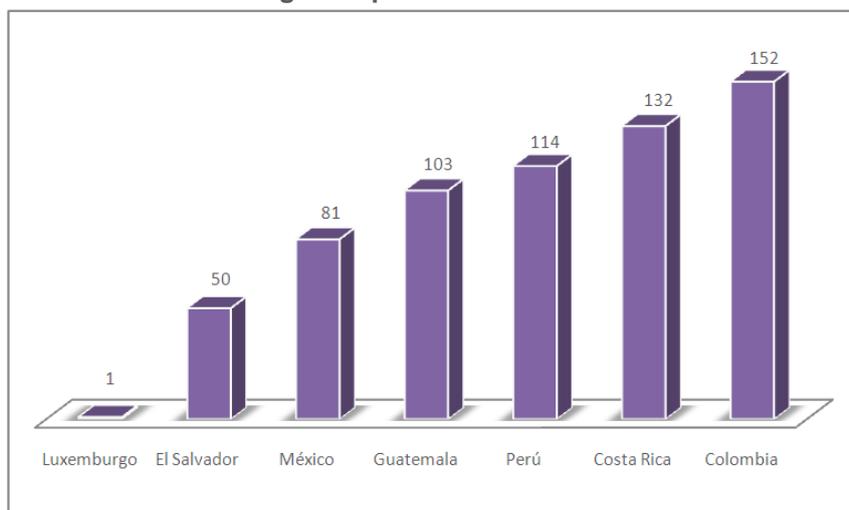
Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

3.7.5 Cumplimiento de contrato

El Código del Trabajo, para seguridad de las trabajadoras, exige y obliga al empleador/a a poner el contrato por escrito dentro del plazo máximo de 15 días contados desde el inicio de las labores, por regla general. Esto tiene como fin que la trabajadora cuente con una prueba sobre el contenido y alcance de las obligaciones y derechos acordados entre ella y el/la empleador/a, y sea factible hacer cumplir ese contrato ante Tribunales y/o la Inspección del Trabajo, en caso de infracción de esas obligaciones por parte del/la empleador/a.

En cada país, o en cada estado, puede existir un sistema de requisitos diferente, pero el concepto de contrato es, en esencia, el mismo. La divergencia de requisitos tiene que ver con la variedad de realidades socio-culturales y jurídicas de cada uno de los países (así, por ejemplo, existen ordenamientos en que el contrato no se limita al campo de los derechos patrimoniales únicamente, sino que abarca también derechos personales y de familia como, por ejemplo, los países en los que el matrimonio es considerado un contrato).

Guatemala se encuentra ubicada en la posición número 103 en el ranking mundial de cumplimiento de contrato, por debajo de Costa Rica y Colombia, y por encima de México y El Salvador. Perú se ubica en la posición 114. La economía mejor clasificada es Luxemburgo quien ocupa la posición número 1.

Gráfico 25: Ranking: Cumplimiento de contrato en Guatemala

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

Este tema evalúa la eficiencia en el cumplimiento de los contratos haciendo seguimiento a una disputa sobre la venta de bienes y el tiempo, el costo y el número de pasos desde el momento en que el demandante presenta la demanda hasta el momento del pago.

La siguiente tabla muestra los principales indicadores, que incluyen:

- Número de pasos desde el momento en que el demandante presenta la demanda ante un tribunal hasta el momento del pago
- Tiempo en días calendario para resolver la disputa, y
- Costos judiciales y honorarios de abogados, cuando el uso de abogados es obligatorio o habitual, expresado como porcentaje del valor de la deuda.

Cuadro 25: Indicadores de cumplimiento de contrato en Guatemala

Concepto	Guatemala
Procedimientos (número)	31
Tiempo (días)	1,459
Costo (% del valor de la propiedad)	26.5

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

En el siguiente gráfico muestra estas características comparadas con los años 2008 y 2009, para de esta manera saber la evolución que ha tenido.

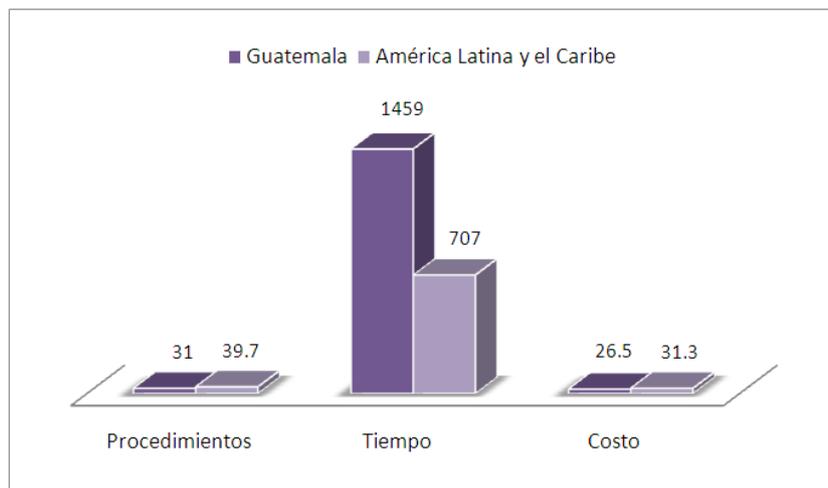
Cuadro 26: Evolución de los indicadores de cumplimiento de contrato en Guatemala

Concepto	2008	2009	2010
Procedimientos (número)	31	31	31
Tiempo (días)	1459	1459	1459
Costo (% del valor de la propiedad)	26.5	26.5	26.5

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

Comparando las características para el cumplimiento de contratos en Guatemala con el resto de los países de América Latina y el Caribe, tenemos que en cuanto a procedimientos y costo, Guatemala tiene en promedio índices bajos que el promedio, mientras que en tiempo este país supera por más del 100% al resto de los países.

Gráfico 26: Cumplimiento de contratos – Comparación con América Latina y el Caribe con Guatemala



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

3.7.6 Cierre de una empresa

Unos 3 mil 445 establecimientos han cerrado operaciones ante la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) hasta el 30 septiembre, una cifra mayor a la registrada en 2008.

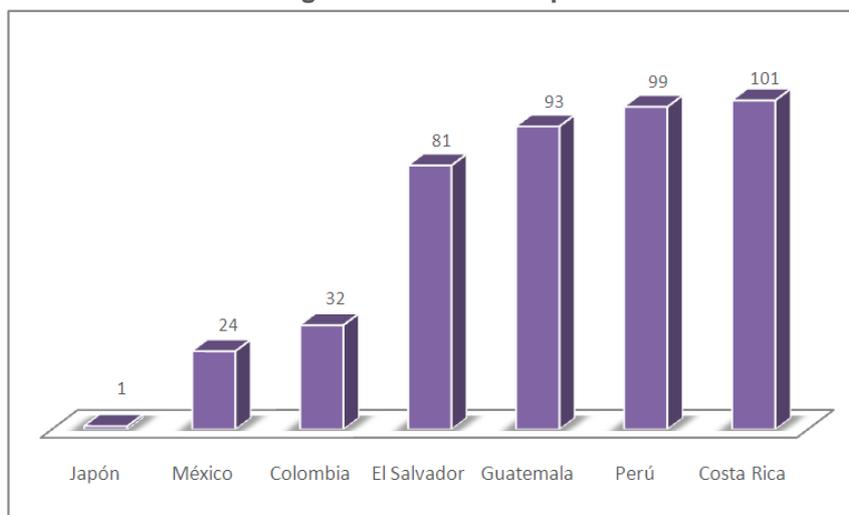
La crisis económica es una causa pero también hay casos en los que una cadena de supermercados o restaurantes cierra una sucursal y reabre en otro lugar.

En 2008 cerraron actividades unos 2 mil 800 establecimientos individuales y fueron cancelados 2 mil 711 números de Identificación Tributaria (NIT); y cerraron 193 contribuyentes jurídicos y 134 NIT de empresas jurídicas (un NIT puede respaldar a varias sucursales o establecimientos comerciales).

Hasta septiembre de 2009 han cerrado 2 mil 914 establecimientos individuales y 2 mil 779 NIT, además de 531 establecimientos y 135 NIT de empresas jurídicas, superando los cierres registrados durante todo el 2008.

El directorio aprobó la reducción de los pasos que deben cumplir los contribuyentes para darse de baja como pequeño, contribuyente o contribuyente normal de 15 a 7 trámites, además se incluyó la opción de cese temporal hasta por un máximo de 4 años. Un trámite que antes tardaba entre 1 y 4 meses ahora tomará solamente 15 días. Quienes prestan servicios profesionales o técnicos y deban salir del país o inicien una relación de dependencia por un plazo definido, pueden solicitar el cese temporal para no declarar con “cero” movimiento en su contabilidad. Durante el presente año se reportan 81 mil contribuyentes que están declarando cero movimiento, en algunos casos porque cambiaron su relación laboral.

Guatemala se encuentra ubicada en la posición número 93 en el ranking mundial de cierre de una empresa, por debajo de Costa Rica, y delante de México, El Salvador y Colombia. Perú se ubica en la posición 99. La economía mejor clasificada es Japón quien ocupa la posición número 1.

Gráfico 27: Ranking: Cierre de una empresa en Guatemala

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

Este tema identifica debilidades en la ley de bancarrotas y las principales demoras procesales y administrativas durante un proceso de bancarrota.

La siguiente tabla muestra los principales indicadores, que incluyen:

- el tiempo promedio para completar un procedimiento,
- el costo de un procedimiento de bancarrota, y
- la tasa de recuperación, que calcula en centavos por dólar lo que los demandantes (acreedores, autoridades tributarias y empleados) recuperan de una empresa insolvente.

Cuadro 27: Indicadores de cierre de una empresa en Guatemala

Concepto	Guatemala
Tiempo (años)	3
Costo (% de los bienes)	15
Tasa de recuperación (centavos por dólar)	28.2

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

En el siguiente gráfico muestra estas características comparadas con los años 2008 y 2009, para de esta manera saber la evolución que ha tenido.

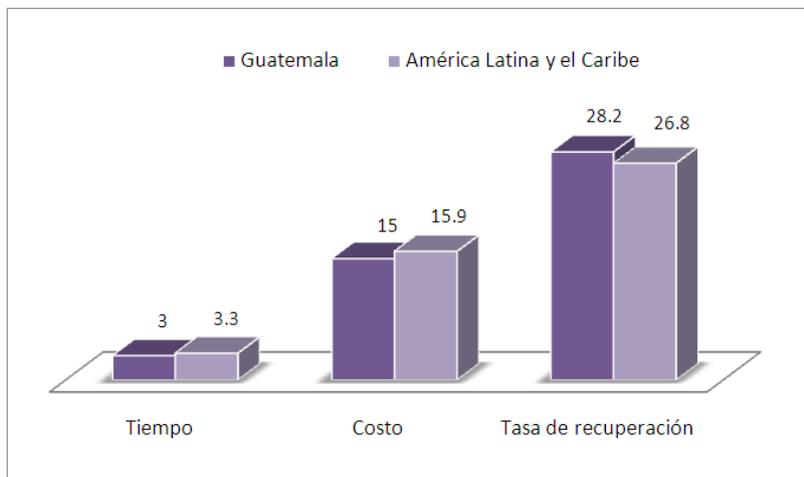
Cuadro 28: Evolución de los indicadores de cierre de una empresa en Guatemala

Concepto	2008	2009	2010
Tiempo (años)	3	3	3
Costo (% de los bienes)	15	15	15
Tasa de recuperación (centavos por dólar)	28.1	28.2	28.2

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

Comparando las características para el cierre de una empresa en Guatemala con el resto de los países de América Latina y el Caribe, tenemos que en cuanto a tiempo y costo esta ligeramente más bajo que el promedio, mientras en cuanto a tasa de recuperación este país está ligeramente por encima que el resto de los países, con un 28.2 y 26.8% respectivamente.

Gráfico 28: Cierre de una empresa – Comparación con América Latina y el Caribe con Guatemala



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

3.7.7 Protección de los inversores

Guatemala cuenta actualmente con un conjunto de leyes y reglamentos relativos a la inversión, que cumplen con los compromisos internacionales del país y a la vez crean el marco necesario para garantizar la competitividad del país a nivel internacional. A través de la Ley de Inversión Extranjera, se fomentan las condiciones necesarias para proteger y estimular la inversión local y extranjera, basados en los principios de no discriminación, garantía a la propiedad privada, libre acceso a divisas, y la prohibición a la doble tributación interna.

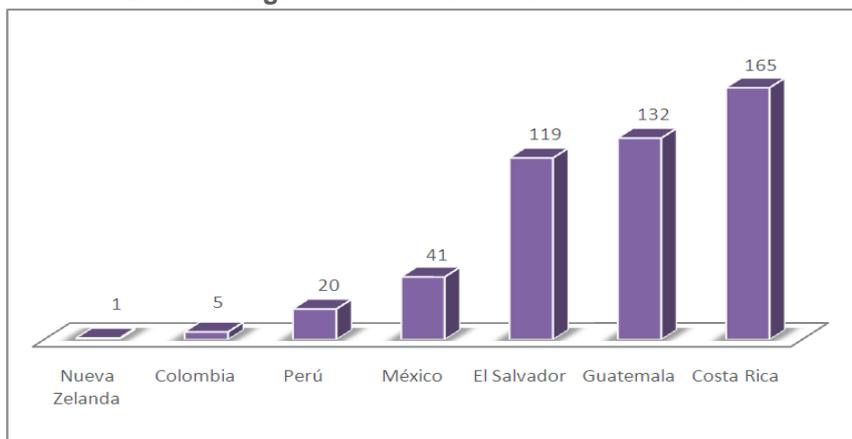
En 1989, el Congreso aprobó la Ley de Fomento y Desarrollo de la Actividad Exportadora y de Maquila y la Ley de Zonas Francas. Estos instrumentos legales otorgan beneficios especiales, que apoyan el establecimiento de inversionistas extranjeros.

Existe también un grupo de instrumentos legales que garantizan y protegen las actividades productivas de los inversionistas extranjeros y nacionales, entre ellas:

La Ley de Libre Negociación de Divisas, aprobada en el año 2000, establece la libre compra, transferencia, venta, cobro y pago con divisas y autoriza la tenencia y manejo de cuentas bancarias en moneda extranjera, tanto en bancos nacionales como extranjeros.

Guatemala se encuentra ubicada en la posición número 132 en el ranking mundial de protección a los inversores, por debajo de Costa Rica, y delante de El Salvador, México y Colombia. Perú se ubica en el puesto 20. La economía mejor clasificada es Nueva Zelanda quien ocupa la posición número 1.

Gráfico 29: Ranking: Protección de los inversores en Guatemala



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

Este tema mide la fortaleza de las medidas de protección de los inversionistas minoritarios contra el uso inadecuado de activos corporativos por parte de oficiales y directivos para beneficio personal.

La siguiente tabla muestra los principales indicadores, que incluyen:

- transparencia de las transacciones (índice de divulgación de información),
- responsabilidad por negociaciones en beneficio propio (índice de responsabilidad de los directivos),
- habilidad de los accionistas para demandar oficiales y directivos por mala administración (índice de capacidad de demanda por parte de los accionistas),
- fortaleza del índice de protección al inversionista (promedio de los tres índices)

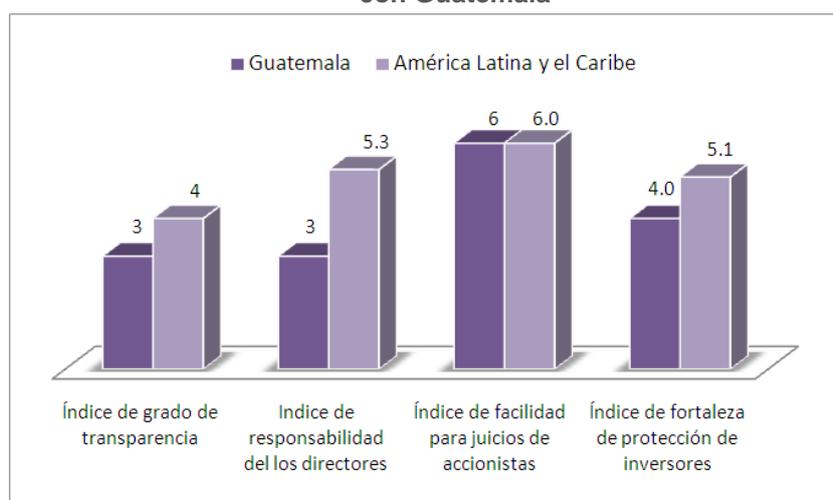
Cuadro 29: Indicadores de protección a los inversores en Guatemala

Concepto	Guatemala
Índice de grado de transparencia (0-10)	3
Índice de responsabilidad de los directores (0-10)	3
Índice de facilidad para juicios de accionistas (0-10)	6.0
Índice de fortaleza de protección de inversores (0-10)	4

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

Comparando las características para la protección de los inversores en Guatemala con el resto de los países de América Latina y el Caribe, tenemos que en cuanto a índice de grado de transparencia está un 1% más bajo, en índice de responsabilidad de los directores, se encuentra 2.3% menos que el promedio, en índice de factibilidad para juicios de accionistas es igual en comparación con el resto de países y finalmente el índice de fortaleza de protección de los inversores es de 4% con 5.1% de América Latina y el Caribe.

Gráfico 30: Protección de los inversores - Comparación con América Latina y el Caribe con Guatemala



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Guatemala 2010

4. Acceso al Mercado

Guatemala ha realizado grandes esfuerzos desde 1991 para ser una economía abierta. Este esfuerzo se plasmó en la adhesión de Guatemala en ese año al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) y su posterior participación en la Ronda de Uruguay. En enero del año 2002, Guatemala tuvo su primer examen de la política comercial en el marco de la OMC. En ella se pusieron de manifiesto los avances en esta materia desde 1996. Sin embargo, todavía son necesarios esfuerzos para mejorar los procedimientos de importación y exportación, la implantación de políticas de defensa de la competencia y clarificación de los regímenes de inversiones, mejora en la aplicación de la legislación en cuanto a contrataciones del estado con empresas extranjeras y una mejor protección de los derechos intelectuales.

La utilización de obstáculos no arancelarios al comercio es limitada. Guatemala mantiene diversas restricciones y prohibiciones a la importación, aplicables por igual a todos los interlocutores comerciales, por motivos de seguridad, salud y protección del medio ambiente. Guatemala no ha recurrido a medidas comerciales especiales, salvo en un caso, en el que adoptó una medida antidumping que fue retirada por las autoridades tras el establecimiento de un grupo especial encargado de examinar su compatibilidad con las normas de la OMC.

Así, no existen importantes barreras no arancelarias al comercio en Guatemala, aunque sí existen algunos requisitos que cumplir para la importación de determinados productos.

Licencias

Todos los importadores y exportadores guatemaltecos deben de registrarse y obtener una licencia de importador o exportador respectivamente otorgada por el Ministerio de Economía. Es necesario que los importadores se registren en el Padrón de Importadores.

Los importadores y distribuidores de productos alimenticios deben registrarse y obtener una licencia sanitaria del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, Dirección General de Servicios de Salud.

Para la importación de animales vivos, pieles y cueros, es necesaria autorización zoosanitaria de importación del Departamento de Salud Animal del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación. Los animales reproductores que se consideren de raza pura, necesitan un certificado de calidad, expedido por el país exportador.

Para la importación de productos de origen animal y de alimentos preparados para animales, es necesaria la autorización zoosanitaria de importación de la Unidad de Normas y Regulaciones del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación.

La importación de productos de origen vegetal y el tabaco y sucedáneos necesitan el permiso fitosanitario para la importación de vegetales, productos, subproductos y semillas emitido por la Unidad de Normas y Regulaciones del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación.

Además, las bebidas alcohólicas necesitan la autorización del laboratorio químico de la Superintendencia de Administración Tributaria.

La distribución de medicamentos o de productos de higiene personal y tocador, preparaciones de perfumería de tocador o de cosmética, jabón y preparaciones para lavar o de plaguicidas de uso casero y repelentes, requiere el correspondiente registro sanitario en el Departamento de Registro y Control de Medicamentos de la Dirección General de Servicios de Salud del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

Los productos químicos inorgánicos y orgánicos necesitan la autorización de la Sección de Estupefacientes de la Dirección General de Servicios de Salud.

Además, los productos químicos radiactivos e isótopos radiactivos y residuos que contengan estos productos necesitan un permiso de importación del Ministerio de Energía y Minas.

La importación de agroquímicos, materia prima para formular abonos o fertilizantes, materia prima para formular plaguicidas, también requiere de un previo registro de empresa importadora ante la Unidad de Normas y Regulaciones del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, así como un registro sanitario de plaguicidas agrícolas y sustancias afines ante

el mismo departamento. Y además es necesaria la licencia de importación emitida por el mismo departamento.

Regulaciones de la Aduana

En la práctica, la importación al país de cualquier mercancía procedente de cualquier lugar del mundo exige dos documentos, la factura comercial y el documento de embarque legalizados por la Embajada de Guatemala en el país de origen de la mercancía.

Para la tramitación de la importación se requieren los servicios de un agente de aduanas en Guatemala. Las importaciones antes de proceder a su desaduanaje estarán depositadas en Almacenes Generales de Depósito y para poder ser distribuidos en el país se requiere la tramitación de la declaración aduanera de importación y el pago de los derechos arancelarios correspondientes.

4.1 Acuerdos Comerciales

Actualmente, los países de Perú y Guatemala no cuentan con acuerdos comerciales ni tratados bilaterales de inversión. Empero, durante el segundo semestre de este año, los ministros de Economía de la región centroamericana evaluarán el negociar un TLC con Perú. Aunque Guatemala no comparte interés por iniciar un TLC con Perú, ya que la prioridad es finalizar las negociaciones que tiene en marcha en este momento.

Los acuerdos comerciales de Guatemala se dividen en: Acuerdos Comerciales en vigor, y Acuerdos Comerciales suscritos aun no vigentes, en Acuerdos Comerciales en Vigor, se incluye: Acuerdos Multilaterales, Uniones Aduaneras, Acuerdos de Libre Comercio y Acuerdos de Alcance Parcial. Y en Acuerdos Comerciales suscritos aun no vigentes se incluye a: Acuerdos de Alcance parcial.

Acuerdos Comerciales en vigor

Cuadro 30: Acuerdos Comerciales en vigor en Guatemala

Acuerdos multilaterales	
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción
Miembros de la OMC	21/07/1995 (Parte contratante del GATT 1947 desde 10 octubre 1991)
Uniones Aduaneras	
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción
Miembros del MCCA	22 de Diciembre de 1960
Acuerdos de libre comercio	
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción
Colombia - Triángulo del Norte (Colombia - El Salvador, Guatemala y Honduras)	09 de Agosto del 2007
Taiwan	22 de Setiembre del 2005
DR-CAFTA	05 de Agosto del 2004
Panamá (Centroamérica-Panamá)	06 de Marzo del 2002
México - Triángulo del Norte (México - El Salvador, Guatemala y Honduras)	29 de Junio del 2000
Chile (Centroamérica-Chile)	18 de Octubre 1999
República Dominicana (Centroamérica-República Dominicana)	16-Abr-98
Acuerdos de alcance parcial	
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción
Venezuela	30 de Octubre de 1985
Colombia	01 de Marzo de 1984

Fuente: Sistema de Información sobre Comercio Exterior - SICE

Acuerdos Comerciales suscritos aun no vigentes

Cuadro 31: Acuerdos comerciales aun no vigentes en Guatemala

Acuerdos de alcance parcial	
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción
Belice	26 de junio del 2006

Fuente: Sistema de Información sobre Comercio Exterior - SICE

Tratados Bilaterales de inversión

Cuadro 32: Tratados Bilaterales de Inversión con Guatemala

Acuerdo/Parte(s)	Fecha de suscripción	Entrada en vigencia
Alemania	17 de Octubre de 2003	19 de Enero de 2005
Argentina	21 de Abril de 1998	7 de Diciembre de 2002
Bélgica y Luxemburgo	14 de Abril de 2005	01 setiembre 2007
República Checa	8 de Julio de 2003	29 de Abril de 2005
Chile	8 de Noviembre de 1996	13 de Octubre de 2001
República de China (Taiwán)	2 de Noviembre de 1999	1 de Diciembre de 2001
República de Corea	1 de Agosto de 2000	17 de Agosto de 2002
España	9 de Diciembre de 2002	21 de Mayo de 2004
Finlandia	14 de Abril de 2005	6 de Enero de 2004
Francia	26 de Mayo de 1998	28 de Octubre de 2001
Italia	08 setiembre 2003	3 de Marzo de 2008
Países Bajos	23 de Mayo de 2002	01 setiembre 2002
Suecia	12 de Febrero de 2004	1 de Julio de 2005
Suiza	09 de Setiembre de 2002	3 de Mayo de 2005

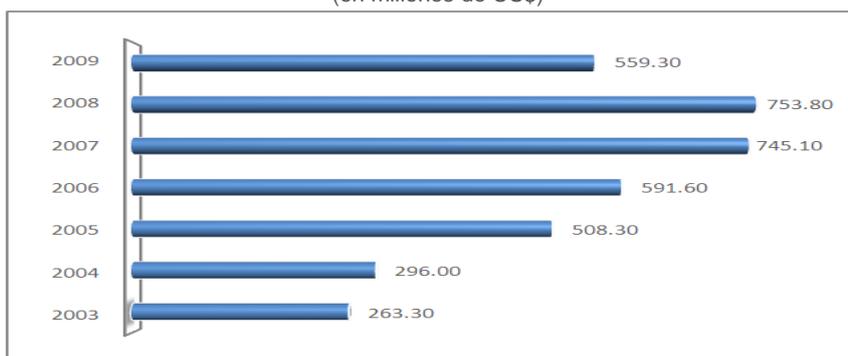
Fuente: Sistema de Información sobre Comercio Exterior - SICE

4.2 Flujo de inversiones Guatemala – Perú y Perú – Guatemala

La inversión extranjera en Guatemala se encuentra administrada por la Oficina de Promoción de Inversiones. De acuerdo a estadísticas de Guatemala publicadas por la entidad oficial, en los últimos años, gracias a las mejoras en el clima de negocios y acuerdos comerciales con varios países, Guatemala ha atraído inversiones y generado empleo en diferentes sectores, tales como: Manufacturas, Agroindustria, Call Centers, Turismo y Energía.

Los datos preliminares para el 2009 indican que la Inversión Extranjera Directa realizada en el país es de US\$ 559.3 millones, monto que contabiliza nuevas empresas que llegaron y compañías ya establecidas que extendieron sus operaciones.

Gráfico 31: Evolución de la IED en Guatemala (en millones de US\$)



Fuente: Oficina de Promoción de Inversiones en Guatemala

Según el Programa Nacional de Competitividad (Pronacom), dio a conocer que la caída de las inversiones en Guatemala se debió al impacto de la crisis económica y financiera.

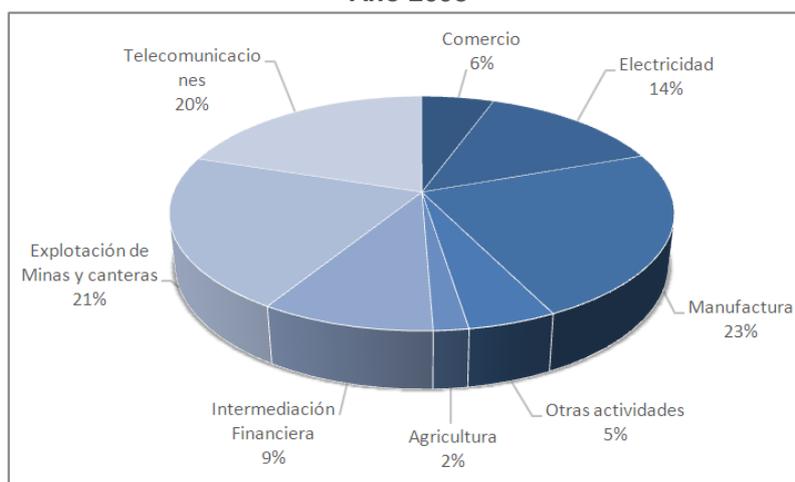
Varias empresas tenían intención de invertir en Guatemala, como en los sectores de energía, manufactura y minería, suspendieron o aplazaron sus proyectos, debido a que se contrajo el financiamiento internacional. Además, otras firmas repatriaron sus capitales o dividendos, porque la empresa matriz necesitaba financiamiento.

Según Cepal reveló el año pasado el país captó inversiones por la ampliación de la planta del grupo mexicano de lácteos Lala, compañía que ingresó en Guatemala en el 2008, luego de adquirir la fábrica nacional Foremost.

También se amplió la fábrica de dulces Colombina, de capital colombiano, y llegaron nuevos centros de llamadas, como el del grupo estadounidense National Collection Office Inc (NCO), con inversiones de US\$20 millones, de los que US\$7 millones fueron destinados a equipar el call center.

Comparado con otros países de Centroamérica, Guatemala es el que reporta la menor disminución de IED. El Istmo registró ingresos de US\$ 5, 026.5 millones en inversiones, un descenso de US\$ 2, 460.5 millones o 32.5%, entre el 2009 y el 2008. Buena parte de las inversiones se destinó a servicios como el sector inmobiliario, construcción, telecomunicaciones y turismo.

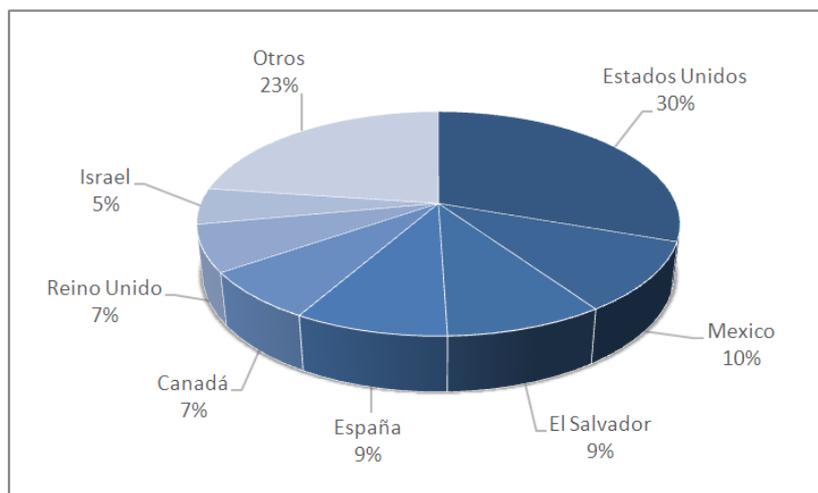
**Gráfico 32: IED en Guatemala por Sector Económico
Año 2008**



Fuente: Oficina de Promoción de Inversiones en Guatemala

En el gráfico anterior se puede observar que el sector económico que ha recibido más inversión es el de Manufactura con 23%, seguido por la explotación de Minas y canteras con 21%, mientras que el sector Agricultura cuenta solo con 2%.

**Gráfico 33: IED en Guatemala según país de procedencia
Año 2008**



Fuente: Oficina de Promoción de Inversiones en Guatemala

Hasta el momento, no se cuentan con datos oficiales sobre la inversión de Guatemala a Perú y viceversa.

Según la Cámara de Comercio de Lima (CCL), un futuro Tratado de Libre Comercio (TLC) con los países centroamericanos, cuyas negociaciones se prevé iniciar en el segundo semestre del año, beneficiará principalmente a las pequeñas y medianas empresas (pymes) peruanas.

En promedio, los países centroamericanos tienen un producto per cápita superior a los 4,000 dólares y sólo juntando a El Salvador, Guatemala y Costa Rica existe un número mayor a 25 millones de habitantes, quienes son compradores potenciales de productos peruanos.

En los últimos años Perú ha buscado fortalecer sus relaciones comerciales con Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica, los cinco países centroamericanos con los que negociará en los próximos meses un acuerdo comercial.

La industria peruana del reencauche sería una de las beneficiadas, debido a que este país se constituye como el principal mercado de destino por las ventas de banda vulcanizada para reencauche.

También se conocen experiencias exitosas de empresas peruanas de los rubros productos industriales, consumo masivo y nutrición animal, especialmente alimentos balanceados para animales de alta calidad y valor nutricional, y galletas dulces.

Tendencias

En los últimos años el sistema de negocios por franquicias alcanzó un explosivo desarrollo gracias a la globalización de la vida económica de las naciones orientadas a una creciente apertura en este proceso de transformación del capitalismo.

Las renovadas estrategias de comercialización de productos y servicios pusieron en un primer plano la alternativa de sumar un mayor número de bocas de expendio con beneficios para el franquiciante y el franquiciado.

Este interesante campo no es exclusivo de los países desarrollados, las franquicias no tienen fronteras. Desde hace varios años Centroamérica como otros mercados emergentes transita sus propias experiencias con un despliegue más generoso en el Brasil, siguiéndolo México, Chile, Colombia y la Argentina.

Pero también comenzó a notarse incluso en los mercados socialistas y no faltan locales por franquicias en recónditos puntos del planeta. En muchas ciudades bajo diferentes climas y

latitudes es posible degustar la famosa Big Mac, rentar vídeos de la cadena Blockbuster, dormir en la cadena Holiday Inn, entre otros.

Hay un gran número de empresarios que contempla otorgar franquicias de su negocio, con la seguridad de que al hacerlo puede resolver sus necesidades de expansión, para aquellos que alguna vez han soñado ser dueños de su propio negocio, la franquicia se ha constituido en una opción interesante y segura para lograr su propósito en un ambiente de negocios incierto.

Al franquiciante le cabe la tarea de fijar el nombre comercial, elegir los colores corporativos, diseñar su imagen pública, definir el producto, escribir los manuales de funcionamiento, concretar la transferencia de la tecnología involucrada a quien recibe la licencia, controlar la calidad, determinar la indumentaria de los empleados, establecer las pautas publicitarias, brindar asesoría permanente y dar entrenamiento a quien opera la licencia.

La comunicación de la imagen global de la marca aparece como el condimento esencial para garantizar el éxito de los negocios. Esto, aunado a la estrategia empresarial y el target conforman el trípode que sustenta esta actividad.

Latinoamérica es un mercado muy buscado por las firmas de Estados Unidos, el país de origen del sistema de franquicias y el lugar donde el sector es más dinámico. Pero una de las tendencias más recientes muestra que las empresas en América latina también intentan, por medio de franquicias ganar mercados más allá de sus fronteras.

Del mismo modo que el fenómeno de la internacionalización partió de Estados Unidos, los recientes análisis de este mercado sacan a la luz otros cambios en el rubro que, a medida que el desarrollo continúe, se reflejarían en Latinoamérica.

No es raro que un sector tan ágil y versátil como las franquicias responda a los cambios económicos y sociales con rapidez. La orientación creciente de la economía hacia la generación de servicios, la incorporación de más mujeres al mercado de trabajo o el envejecimiento progresivo de la población son algunas de las tendencias que repercuten en el sector de las franquicias.

Así, se espera que los negocios de mayor expansión entre los que trabajan por franquicias sean aquellos relacionados con la prestación de servicios, como las reparaciones, la limpieza hogareña, el mantenimiento y reparación de autos, asistencia médica, educación y entrenamiento o telecomunicaciones. También tienen posibilidades de florecer los servicios a empresas, como contaduría, distribución de correspondencia, personal temporario, impresiones.

Aunque la situación de los países latinoamericanos difiere bastante entre sí, en algunos como México, Argentina y Brasil este tipo de franquicias ya existe. El boom de las franquicias tiene tendencia a seguir expandiéndose por todos los rincones del mundo, debido al mayor acceso de los inversores ya que la atracción que el sistema de franquicia ejerce es cada vez mayor.

Conclusiones

Se considera que la región de Centroamérica está integrada por Belice, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá.

Estos seis países, aunque hablan el mismo idioma, y están muy cercanos, tienen características culturales, económicas, políticas y sociales muy diferentes. Juntos tienen una población que sobrepasa los 35 millones de habitantes. Todos los países del área, excepto Costa Rica, tienen entre 50% y 60% de sus poblaciones bajo la línea de pobreza. En Honduras y Nicaragua la situación económica es especialmente difícil.

Todo ello, como consecuencia de largos años de descarnadas dictaduras y muchos años de guerras fratricidas, cuyas consecuencias perduran.

Las cadenas de franquicias norteamericanas, especialmente de comidas rápidas, se extendieron rápidamente por las capitales de Centroamérica, desde fines de los años 60. En la actualidad se puede encontrar toda clase de franquicias operando en el área, las cuales han proliferado generosamente.

Las nuevas generaciones de comerciantes que se establecen están prefiriendo el adoptar esta modalidad que les asegura cierta seguridad en sus emprendimientos. De esta forma podemos ver que letreros de RadioShack, GNC, Dollar Rent a Car, Blockbuster, Subway, Century 21, Restaurantes El Gatto, han ido reemplazando los locales tradicionales.

A diferencia de lo sucedido en México, Argentina, Venezuela y Colombia, las empresas centroamericanas han visto esta invasión de marcas internacionales. Prácticamente no han existido empresas locales que adoptaran la modalidad de convertir en franquicias sus negocios, para expandir operaciones. Es posible que el principal obstáculo haya sido el temor de las tradicionales familias propietarias, a compartir con otros sus negocios. O simplemente se debe al conformismo con la situación actual, tan común en estos países.

Estos y otros factores han hecho que los intentos para crear franquicias hayan sido muy escasos, ocasionales y esporádicos.

Adicionalmente, no se ha realizado ninguno estudio sobre el estado del sector de franquicias en estas economías, ni existe aún ninguna Cámara y/o Asociación que aglomere todas las firmas nacionales y extranjeras, ni siquiera existe legislación que regule las franquicias en los países centroamericanos.

Todo ello ha hecho que el concepto de franquicia no haya logrado despegar, quedándose en intentos muy limitados. Una franquicia Mexicana, consultores en franquicias y brokers de negocios, Empire, se encuentra en este mismo momento, buscando ampliarse a todo Centroamérica para alentar a utilizar este sistema a las empresas exitosas de estos países.

La única franquicia exitosa y que ha traspasado los límites de Centroamérica ha sido "Pollo Campero", restaurante cuyos inicios se remontan a 1971, en la Ciudad de Guatemala. Actualmente esta organización cuenta con más de 160 locales franquiciados en Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Ecuador, México y los Estados Unidos.

Pero a pesar de estas limitaciones en cuanto a información y leyes, el sector en sí se ve muy promisorio, por ello, es de esperar que el ejemplo de esta empresa guatemalteca, pueda servir para que otras empresas de Centroamérica se decidan a intentar franquiciar sus experiencias y expandirse fuera de sus fronteras.

Bibliografía

Instituto Nacional de Estadística de la República de Guatemala
<http://www.ine.gob.gt>

Programa del Informe Nacional de Desarrollo Humano de Guatemala
<http://www.desarrollohumano.org.gt>

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

Ministerio de Economía de Guatemala
<http://www.mineco.gob.gt>

Banco de Guatemala
<http://www.banguat.gob.gt>

Asociación Guatemalteca de Franquicias
<http://www.guatefranquicias.com>

Federación Iberoamericana de Franquicias
<http://www.portalfiaf.com>

Banco Mundial
<http://www.bancomundial.org>

Sistema de Información sobre Comercio Exterior
<http://www.sice.oas.org>

Central América Data
<http://www.centralamericadata.com>

Invierte en Guatemala
<http://www.investinguatemala.org>

Educación Financiera en Guatemala
<http://edufinanzas.com.gt>

Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor
<http://www.diaco.gob.gt>

Edición Digital elPeriodico
<http://www.elperiodico.com.gt>

Prensa Libre
<http://www.prensalibre.com>

Anexos

Anexo I: Consumo interno inicia una tímida recuperación

Las ventas de productos manufacturados, la distribución de bebidas, cemento, la importación de vehículos y motocicletas durante el tercer trimestre del año lograron contener el fuerte descenso que evidenciaron durante los primeros seis meses del año, pese a ello aún persiste la caída comparados con los niveles registrados en igual período de 2008.

Las estadísticas publicadas por la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) en el Boletín Estadístico al 30 de septiembre pasado, revelan que en el caso de los combustibles continúa la tendencia al alza en el consumo lo que se traduce en un mayor número de viajes y transporte de mercancías.

El consumo de gasolina superior se incrementó un 9.8 por ciento al mes de septiembre; la de gasolina regular un 23.5 por ciento y el del diésel aumentó un 13.7 por ciento con respecto a los primeros 9 meses de 2008. En total se reportan 603 millones de galones de productos derivados del petróleo importados hasta septiembre de 2009, mientras que el año pasado fueron 538 millones. Entre tanto la importación de gas propano registra una caída del 15.4 por ciento.

En el caso de la importación de vehículos nuevos la reducción es de 43.7 por ciento y los autos usados cayeron 10.7 por ciento, una mejora con respecto a la caída registrada en el primer semestre de 46.7 y 17 por ciento, respectivamente. En tanto que la importación de motos se contrajo un 52 por ciento, sin embargo en el primer semestre la baja alcanzó 64 por ciento. El parque vehicular pasó de 1 millón 838 mil 755 unidades en junio a 1 millón 877 mil 627 en septiembre.

Los guatemaltecos demandaron 15.7 millones de litros de bebidas alcohólicas, un 4.8 por ciento menos que en 2008. La demanda de cerveza cayó un 5.7 por ciento, la de jugos y néctares 9.15 por ciento, y la de yogures se desplomó 37.3 por ciento; la distribución de agua natural envasada redujo su caída de un 14 por ciento en junio a 5.9 por ciento.

Las ventas de cemento nacional sumaron 45.9 millones de sacos, una merma del 4.2 por ciento con respecto a septiembre de 2008, debido a la contracción del sector de la construcción, pero esta empieza a recuperarse. La producción nacional de cigarrillos acentuó su retroceso al caer de 6.5 a 9.2 por ciento.

Fuente: elPeriodico

Fecha: 06 de Noviembre del 2009

Anexo II: Francorp se propone abrir 100 franquicias en Guatemala

Francorp, empresa fundada hace 30 años en Chicago, Estados Unidos, se propone crear en los próximos 4 años al menos 100 licencias en Guatemala, informó su presidente, Ramón Vinay.

Francorp anunció la apertura de una oficina permanente en Guatemala, en donde ya creaba franquicias desde hace 15 años, con el fin de dar asesoría y consultorías a las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes).

Vinay explicó en conferencia de prensa que desde esta oficina, su empresa dará servicio a todo Centroamérica y el Caribe.

Aseguró que decidieron abrir una oficina permanente en Guatemala por considerar que es el país "más organizado en tema de franquicias a nivel centroamericano".

En ese sentido, el guatemalteco José Fernández, quien será el director de las oficinas de esa empresa en Guatemala, destacó que también este país es el líder en franquicias a nivel centroamericano y cuenta con una Asociación de Franquicias ya reconocida legalmente.

Guatemala, dijo, tiene 190 de las 200 franquicias que existen en la actualidad en los países centroamericanos.

Además, apuntó, en el país 40 firmas guatemaltecas tienen franquicias, lo que representa el 60 por ciento del total de empresas centroamericanas.

Francorp ha desarrollado desde hace unos 30 años franquicias en 40 países, y en la actualidad tienen oficinas internacionales permanentes en México, Argentina, Chile, Japón, Filipinas, Malasia, Dubai, Kuwait y Sudáfrica, explicaron los representantes.

La meta que se tiene en Guatemala, aseguró Fernández, es crear una cadena de 100 empresas con franquicias en los próximos cuatro años, aunque aclaró que la cifra podría ser mayor.

La asesoría y consultoría, señaló, estará dirigida básicamente a las pequeñas y medianas empresas, cuyos ingresos no superen el millón de quetzales, que no tengan más de 65 empleados y que lleven por lo menos un año de operación en el mercado guatemalteco

Fuente: Emprendedores.news

Fecha: 21 de Enero del 2008

Anexo III: La inversión extranjera en el país baja 25 por ciento

El estudio “La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe 2009”, divulgado ayer por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), señaló que hubo varios factores que incidieron con ese comportamiento.

Según el organismo, Centroamérica y México fueron influenciadas por la recesión económica de Estados Unidos, principal inversionista y destino de una buena parte de las exportaciones de la región.

Esta situación “afectó notoriamente las corrientes de IED hacia estos países en el 2009, en especial la inversión dirigida a las plataformas de exportación”, refirió el informe.

Julio Héctor Estrada, director ejecutivo del Programa Nacional de Competitividad (Pronacom), atribuyó esa caída al impacto de la crisis económica y financiera.

Explicó que varias empresas con intención de invertir en el país —como en los sectores de energía, manufactura y minería— suspendieron o aplazaron sus proyectos, debido a que se contrajo el financiamiento internacional.

Además, otras firmas repatriaron sus capitales o dividendos, porque la empresa matriz necesitaba financiamiento.

“Principalmente nos afectó que habían inversiones ya confirmadas, pero que tuvieron problemas en su financiamiento. El año pasado, Jaguar Energy venía a invertir US\$200 millones, pero tardaron en encontrar el financiamiento”, añadió Estrada.

Agregó que está paralizada la nueva planta de cemento en San Juan Sacatepéquez —de capital mixto—, ante los problemas comunitarios y la situación económica.

Las inversiones del 2009

El análisis de la Cepal reveló que el año pasado el país captó inversiones por la ampliación de la planta del grupo mexicano de lácteos Lala, compañía que ingresó en Guatemala en el 2008, luego de adquirir la fábrica nacional Foremost.

También se amplió la fábrica de dulces Colombina —de capital colombiano—, y llegaron nuevos centros de llamadas —como el del grupo estadounidense National Collection Office Inc (NCO)—, con inversiones de US\$20 millones, de los que US\$7 millones fueron destinados a equipar el call center.

En Centroamérica

Comparado con otros países de Centroamérica, Guatemala es el que reporta la menor disminución de IED. El Istmo registró ingresos de US\$5 mil 026.5 millones en inversiones, un descenso de US\$2 mil 460.5 millones o 32.5 por ciento, entre el 2009 y el 2008.

Panamá sigue siendo el líder en atracción de capitales foráneos, ya que captó US\$1 mil 772.8 millones, y Costa Rica, US\$1 mil 322.6 millones.

Les siguen a nuestro país, Honduras, con US\$500 millones; Nicaragua, US\$434 millones, y El Salvador, US\$430 millones.

Buena parte de las inversiones se destinó a servicios como el sector inmobiliario, construcción, telecomunicaciones y turismo. En todo caso, la Cepal espera que en el 2010 mejore el flujo de dinero, ya que se reanudarán las aplazadas o suspendidas.

En ese sentido, el funcionario de Pronacom recordó que esta semana iniciará la construcción de la generadora con carbón Jaguar Energy —de capital chino-estadounidense—, con un coste de US\$700 millones y que se prevé finalizar en el 2013.

En minería, Estrada aseguró que la Compañía Guatemalteca de Níquel —que presentó dificultades en el 2009— “tiene resuelto el problema y reiniciará su inversión”, mientras que cinco de las grandes empresas de centros de llamadas instaladas en Guatemala están retomando sus ampliaciones e inversiones, así como la contratación de nuevos trabajadores en el 2010. “Parece que hay recuperación económica, pero lo que sí está bien claro es que ya no hay un problema global de iliquidez”, puntualizó.

Mucha incertidumbre

Hugo Maúl, analista del Centro de Investigaciones Económicas Nacionales (CIEN), informó que mientras exista incertidumbre en cuanto a reglas de inversión no repuntarán las inversiones en el país, en referencia a los temas tributarios, incentivos a largo plazo, precios y disponibilidad de los insumos.

De acuerdo con el analista del CIEN, es necesario solucionar regulaciones no económicas, como las decisiones ambientales y las relacionadas con la conflictividad social, consultas populares, así como las normativas de cada sector económico. “No es que seamos ave de mal agüero, pero mientras no se solucionen esos temas, Guatemala no logrará atraer más inversión de largo plazo”, resaltó Maúl.

Fuente: PrensaLibre.com
Fecha: 06 de Mayo del 2010