



Guía para el uso de la herramienta metodológica

para la identificación de oportunidades en el marco de Acuerdos de Libre Comercio

Proyecto Mejorando las capacidades de los países para lograr un mayor aprovechamiento de los acuerdos comerciales y contribuir a la competitividad del sector agrícola

2012



Guía para el uso de la herramienta metodológica

para la identificación de oportunidades en el marco de Acuerdos de Libre Comercio

Proyecto Mejorando las capacidades de los países para lograr un mayor aprovechamiento de los acuerdos comerciales y contribuir a la competitividad del sector agrícola

La presente guía para el uso de la Herramienta metodológica: determinación de oportunidades en el marco de acuerdos de libre comercio fue preparada por Irvin Brenes Barquero, bajo la supervisión y revisión de Juana Icela Galván Murillo, Especialista en Políticas y Comercio Internacional Agrícola del Centro de Análisis Estratégico para la Agricultura (CAESPA) del IICA.

2012

Índice de contenido

1

2. Presentación.....	5
3. Introducción.....	7
4. Aspectos generales de la guía metodológica	9
4.1. ¿Por qué es importante una metodología para la identificación de oportunidades en el marco de acuerdos de libre comercio?	9
4.2. ¿A quién beneficia esta herramienta?	10
4.3. Finalidad metodológica	10
5. Proceso metodológico	11
5.1. Pre-selección de productos.....	11
5.2. Selección de productos.....	18
5.3. Elaboración de las fichas de información.....	29
6. Usos de las fichas de información.....	40
7. Algunos aspectos básicos de la conservación de la información	41
8. El Sistema de Información para Productos Agrícolas en ALC (SIPAALC).....	43
8.1. ¿Qué es el SIPAALC?	43
8.2. Uso de la metodología en el SIPAALC.....	44
9. Fuentes Documentales	46



Presentación

2

Los estados de las Américas comenzaron un proceso de apertura comercial a finales del siglo XX, cada uno con sus características particulares, el cual sigue en construcción y profundización. Cada año, estas naciones se suscriben y ponen en vigencia nuevos acuerdos comerciales regionales o bilaterales, que cambian las condiciones de acceso al mercado de los productos que se comercian internacionalmente.

Aprovechar las oportunidades que han quedado consignadas en estos acuerdos es una tarea en la que deben ser partícipes no solo los actores de los sectores productivos (exportadores e importadores) sino también las autoridades nacionales.

Con el propósito de apoyar a los Estados miembros en dicha tarea, el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) ha venido ofreciendo herramientas para desarrollar capacidades en materia de política comercial y administración de los resultados de las negociaciones comerciales. Producto de ese compromiso, en esta ocasión, se ofrece una herramienta metodológica que tiene como objetivo fundamental facilitar el proceso de identificar oportunidades en los acuerdos de libre comercio mediante la recopilación y organización de información primaria en una forma sencilla y práctica. Esta información ayudará a distintos actores del sector agropecuario a emprender acciones, inversiones e incentivos para ampliar el comercio, con base en el acceso negociado a los mercados.

Este documento llamado “*Guía para el uso de la herramienta metodológica: determinación de oportunidades en el marco de acuerdos de libre comercio*” contiene los elementos de la herramienta metodológica que se desarrolló como parte del proyecto financiado a través del Fondo Concursable para la Cooperación Técnica “*Mejorando las capacidades de los países para lograr un mejor aprovechamiento de los acuerdos comerciales y contribuir en la*

competitividad del sector agrícola junto con el módulo de capacitación y el manual del usuario del sistema de información para productos agrícolas en Acuerdos de Libre Comercio.”.

El proyecto fue desarrollado por un consorcio integrado por especialistas internacionales de dos Programas de Concentración Técnica del IICA y especialistas de cuatro oficinas del IICA en los países, así como por consultores y un estudiante que realizaba su práctica dirigida. Estos son: Sacha Trelles, por la Oficina del IICA en Costa Rica; Dominique Villeda, por la Oficina del IICA en Honduras; Hugo Vargas, por la Oficina del IICA en Guatemala; Manuel Pérez, por la Oficina del IICA en Nicaragua; Marcelo Núñez, por el Programa de Concentración de Agronegocios y Comercialización; Alejandra Díaz, por el Programa de Concentración de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad de los Alimentos; Irvin Brenes, estudiante de último año de Comercio Exterior y Administración Aduanera de la Universidad de Costa Rica (UCR); y Fiorella Bulgarelli, consultora en Comercio Internacional. La coordinación del equipo de trabajo estuvo a cargo de la especialista en Políticas y Comercio Agrícola del Centro de Análisis Estratégico para la Agricultura del IICA, Juana Icela Galván Murillo.

En cada uno de los cuatro países pilotos donde se desarrolló el proyecto, se contó con un equipo de contraparte conformado por representantes del sector público y privado. Para Costa Rica se contó con la participación del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), a través del Servicio Nacional de Salud Animal (SENASA) y el Servicio Fitosanitario del Estado (SFE), el Ministerio de Salud (MS), el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), la Corporación Ganadera (CORFOGA) y la Cámara Nacional de Agricultura y Agroindustria (CNAA). Por Guatemala participaron el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA), a través del Departamento de Comercio Internacional de la Dirección de Planeamiento (DIPLAN) y la Asociación Guatemalteca de Exportadores (AGEXPORT), a través de la Dirección Agrícola. En Honduras se contó con la participación de la Secretaría de Agricultura y Ganadería, a través de la Unidad de Agronegocios y FIDE, Inversión y Exportaciones. De Nicaragua participaron la Universidad de Ciencias Comerciales (UCC), la Universidad Nacional Agraria (UNA), el Centro de Exportaciones e Inversiones (CEI) y el Ministerio de Agropecuario y Forestal (MAGFOR).

Rafael Trejos

*Gerente, Centro de Análisis Estratégico para la Agricultura (CAESPA).
Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).*

Introducción

3

El Centro de Análisis Estratégico para la Agricultura (CAESPA) del IICA tiene entre sus objetivos apoyar los esfuerzos de los países para aprovechar los beneficios y enfrentar los desafíos de las negociaciones comerciales relacionadas con la agricultura y los acuerdos resultantes de ellas.

En este contexto, el Instituto ha trabajado en varias ocasiones en conjunto con sus oficinas nacionales, instituciones públicas y privadas, con el fin de apoyar los esfuerzos para determinar la oportunidad de productos agrícolas en el marco de acuerdos comerciales negociados por los países de las Américas. Las experiencias y lecciones aprendidas de estas acciones de cooperación técnicas llevaron al desarrollo del proyecto “*Mejorando las capacidades de los países para lograr un mayor aprovechamiento de los acuerdos comerciales y contribuir a la competitividad del sector agrícola*”.

El objetivo principal que se presenta en esta Guía es suministrar a los países una herramienta metodológica que les permitirá identificar las oportunidades potencialmente aprovechables para productos agroalimentarios en el marco de las condiciones negociadas en los acuerdos de libre comercio.

La guía contempla una explicación general sobre los temas que se deben examinar, importancia de la información que contiene la metodología y los potenciales beneficiarios. Posteriormente desarrolla paso a paso y, de forma detallada, el proceso metodológico por seguir y se indican los criterios de oportunidad para dirigir a los usuarios. Luego se dedica un apartado a la forma de presentación de la información recopilada, así como su almacenamiento y uso potencial.

Finalmente, se presentan algunas observaciones sobre el uso de la metodología mostrada en el documento, con respecto al Sistema de Información de Productos Agrícolas en Acuerdos de Libre Comercio, que es el resultado de trasladar la metodología a la esfera digital.

Se recomienda consultar el manual de capacitación y el glosario de términos y conceptos que constituye otro de los productos del proyecto y que se puede acceder junto con la presente guía de usuario en la página web del IICA.

Aspectos generales de la guía metodológica

4

4.1. ¿Por qué es importante una metodología para la detección de oportunidades en el marco de acuerdos de libre comercio?

La experiencia en muchos países nos muestra que no basta con negociar el ingreso de los productos de un país a otro eliminando barreras arancelarias por medio de los acuerdos comerciales. Además, se deben incentivar a los sectores productivos de nuestros países para que emprendan el comercio de la internacionalización utilizando lo negociado, para que los Acuerdos reflejen beneficios a los países.

Determinar si un producto tiene o no una oportunidad según lo que se negoció en un acuerdo de libre comercio es una tarea de necesario detalle, que puede incluso volverse tediosa y complicada. La información es dispersa, por lo que su búsqueda es amplia y quizás se encuentre en niveles técnicos que necesitan de una interpretación para un uso adecuado por parte del productor o las autoridades.

De ahí surge la importancia de crear una metodología que permita no solo localizar la información, sino interpretarla y ponerla a disposición de los usuarios.

4.2. ¿A quién beneficia esta herramienta?

Esperamos que con la creación de esta serie de sencillos, pero importantes pasos, los productores de bienes agrícolas, los especialistas en agricultura de las instituciones de los países de las Américas y los propios funcionarios del IICA, puedan realizar la detección de oportunidades como una actividad común de su diario trabajo con la nueva realidad del comercio agrícola de América Latina y el Caribe.

4.3. Finalidad metodológica

Herramienta metodológica esquematiza el proceso de búsqueda de oportunidades en acuerdos de libre comercio negociados para productos específicos. No pretende ser un estudio de mercado para productos agrícolas.

Si bien esta la metodología utiliza elementos estadísticos y otros datos del mercado para poder determinar las oportunidades, no se profundiza en esta información. Más bien se usa como complemento para una mejor visualización del entorno de los productos en estudio. Posteriormente, una vez identificadas las oportunidades en los acuerdos de libre comercio, se aconseja proseguir con un estudio más pormenorizado del mercado con el que se tiene el acceso negociado.

De manera que el eje fundamental de la metodología son las condiciones negociadas en distintos acuerdos de libre comercio, independientemente del nombre con el que se les conozca. Estas condiciones brindan un elemento de acceso al mercado que puede facilitar el comercio entre los países que forman parte del acuerdo.

Proceso metodológico

5

Este apartado incluye el proceso metodológico como tal, esto es, los pasos por seguir para la detección de oportunidades de productos agrícolas en acuerdos de libre comercio (en adelante ALC) y la forma en que se muestra el resultado.

Como regla general para toda la metodología, se establece que las primeras fuentes de información que deben revisarse son las fuentes primarias oficiales de cada país, es decir, la información ofrecida en los ministerios, promotoras de comercio, entidades encargadas de estadísticas, bancos centrales, entre otros. Si las fuentes primarias no ofrecen la información requerida, se pasará a las instituciones internacionales que ofrezcan información del tema.

Las instituciones internacionales recomendadas aparecerán a lo largo de esta guía metodológica para ofrecer un mayor apoyo a todos los usuarios.

5.1. Pre-selección de productos

Existe una cantidad enorme de productos que se catalogan como producto agrícola, por lo que conviene realizar una definición adecuada del concepto para esta herramienta metodológica.

Definiremos como producto agrícola todo producto que se clasifique en los capítulos del 01 al 24 de la nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA), así como productos que

clasifiquen en algunas partidas de los capítulos 33, 35, 38, 41, 43, 44, 45, 47, 48, 50, 51, 52 y 53. No obstante, se excluye el capítulo 03 que abarca a los productos marinos (ver recuadro 1).

Recuadro 1. ¿Qué es el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA)?

El SA es el sistema de codificación administrado por la Organización Mundial de Aduanas. Es estándar para las naciones a nivel de 6 dígitos y a partir de estos, se extiende según las necesidades de los países (8 incluso 10 dígitos). Se utiliza para clasificar los bienes objeto de comercio y realizar el cobro de impuestos a la importación, por lo que se le conoce como código arancelario. Podemos apreciar su estructura con el siguiente ejemplo:



Para más información acerca del tema, podemos referirnos al Módulo de Capacitación

Esta definición responde a la utilizada por la Organización Mundial del Comercio (OMC) para realizar las negociaciones en materia de agricultura. Así delimitamos el universo de productos hacia los que se dirige esta metodología.

5.1.1. Criterios para la pre-selección

La metodología parte de la aplicación de una serie de criterios para crear una larga lista de productos para que, cuando se prosiga con los pasos

posteriores, el resultado ofrezca una verdadera oportunidad. A continuación señalamos los criterios que utilizaremos en esta metodología para la pre-selección.

- **Producción nacional.** Debemos pre-seleccionar productos que efectivamente se produzcan o que exista la posibilidad real de producir en el territorio. Muchos productos negociados en ALC reciben un trato preferencial muy beneficioso; sin embargo, las condiciones agroecológicas o climáticas, así como tecnológicas para producirlos, pueden ser limitadas en el país de origen y, por este motivo, no se contará con una oferta real para ser exportada.

La información de producción puede localizarse en los ministerios de agricultura, bancos centrales o instituciones encargadas de las estadísticas. En algunos países de América Latina y el Caribe es difícil obtener esta información. En ese caso, se recomienda utilizar otras fuentes de datos oficiales internacionales, como FAOSTAT, el portal de datos y análisis de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) (ver recuadro 2). También hay organizaciones regionales que recopilan estadísticas de producción que pueden ser útiles.

- **Oferta exportable.** La oferta exportable hace referencia a la gama de productos que el país exporta a diferentes destinos o que tiene la capacidad real de ser exportada. Por tanto, los productos por pre-seleccionar deben formar parte de la oferta exportable o tener potencial para formar parte de esta.

Un ejemplo para aprovechar la oferta exportable existente es buscar oportunidades de estos productos a nuevos mercados no explorados con los que se tiene un ALC.

- **Producto no tradicional.** Un producto agrícola no tradicional corresponde a un producto diferente de los que representan históricamente el grueso de las exportaciones agrícolas en cada uno de los países de origen.

Recuadro 2. ¿Qué es FAOSTAT?

FAOSTAT es el portal estadístico de la FAO: “provee series cronológicas y datos cruzados relacionados con el hambre, la alimentación y la agricultura para aproximadamente 245 países y 35 áreas regionales, desde 1961 al presente.” (FAO 2012).

Es necesario aclarar que este portal no siempre cuenta con información actualizada, pues hace un análisis y control de los datos exhaustivo antes de publicarlos.

Puede visitar FAOSTAT a través del link http://faostat3.fao.org/home/index_es.html?locale=es#HOME

Los productos no tradicionales generalmente necesitan para su éxito distintos apoyos en mercados internacionales; por lo tanto, estas herramientas pueden ser de mucha utilidad para determinar su oportunidad en nuevos mercados con los que se ha negociado un acuerdo. En consecuencia, un buen criterio de pre-selección puede ser que el producto sea considerado como no tradicional.

Podemos localizar los productos de exportación en las instituciones a cargo de la promoción de exportaciones, los ministerios de comercio exterior, bancos centrales u otras instituciones encargadas de la estadística del comercio. Si esta información no puede localizarse en las instituciones nacionales, se pueden consultar bases de comercio exterior internacionales como *Trade Map*, del Centro Internacional de Comercio (ITC, por sus siglas en inglés) o UN Comtrade de las Naciones Unidas (ver recuadros 3 y 4).

- **Estudios realizados previamente.** Un criterio que permite establecer de forma bastante expedita algunos productos para la pre-selección, es que se cuente previamente con estudios en materia agrícola de promoción de las exportaciones de los países realizados por las diversas instituciones. Estos estudios detallan la situación actual de ciertos bienes agrícolas e incluso su posibilidad de incluirse en la oferta exportable. Con estos trabajos, estaremos aprovechando el conocimiento generado desde otras instituciones para poner en práctica la metodología.
- **Opinión de autoridades de comercio y agroexportadores.** Si tenemos la posibilidad, podemos preguntar a los grupos agroexportadores, a las entidades privadas (cámaras o asociaciones) y públicas que promueven el sector agroindustrial del país, acerca de los productos y mercados a los que desean acceder y requieren determinar si existe o no una oportunidad.
- **Importancia social.** Este criterio se refiere a la aplicación de la metodología a productos que generen un beneficio social amplio. Desde esta premisa, se pueden escoger aquellos productos de los que dependen comunidades o grupos de productores, lo cual permitiría ayudar a determinar la posibilidad de internacionalizar sus negocios.

Recuadro 3. ¿Qué es UN Comtrade?

United Nations Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade) es el sistema estadístico de comercio de la Naciones Unidas. Contiene las estadísticas de las importaciones y las exportaciones declaradas por más de 200 países o territorios desde 1962, lo cual lo convierte en el sistema con la base de datos más completa sobre comercio exterior. Contiene alrededor de un billón de registros. Para su actualización, la División de Estadística de la ONU, recibe los datos de cada nación, los estandariza y los ingresa al sistema.

Debido al tamaño del sistema y la variedad del origen de los datos, UN Comtrade aclara que algunos datos pueden no coincidir con otros, por lo que recomienda el uso responsable de la información.

Puede visitar UN Comtrade a través del link <http://comtrade.un.org/db/default.aspx>

The screenshot shows the UN Comtrade website interface. At the top, it says "UN comtrade" and "United Nations Commodity Trade Statistics Database | Statistics Division". Below this is a navigation menu with links like "Home", "Data Query", "Data Availability", "Metadata & Reference", "Subscription & Support", and "Fast tracks".

The main content area is divided into several sections:

- Shortcut Query:** A search form with fields for "Show" (Import/Export), "of" (Type commodity code), "in the year" (recent years), "to" (Austria), "from" (Bonaire), and "in" (any classification).
- Trade In Graph:** A list of top trading partners: 1. Japan (27.99%), 2. Rep. of Korea (11.93%), 3. India (4.73%), 4. China (4.13%), 5. Other Asia, nes (3.88%), 6. Others (47.32%).
- Data Availability:** Information about "Fields and Subtotals, processed (other than motor spirit)" with 151107 records.
- General disclaimer:** A notice about designations and material on the internet site.

On the right side, there are several widgets:

- Work on IMTS:** Links to Methodology, Analytical Tables, Int. Coop. & Workshops, and Newsletter.
- Search for data:** A search bar with a "Go" button.
- Upgrade of UN Comtrade:** A banner for the new version.
- NOW AVAILABLE:** A banner for "UN Monthly Comtrade".
- UNdata:** A search bar for UNdata.
- Help / Guideline / FAQ:** Links to What is UN Comtrade, Subscribe to UN Comtrade, Use UN Comtrade, and Knowledge Base.
- Released data:** A table showing the number of country periods for different time intervals.
- Not yet available reporters of 2011 data:** A list of countries with their percentages: 1. Spain (1.83%), 2. Saudi Arabia (1.38%), 3. United Arab Emirates (1.36%), 4. Viet Nam (0.64%), 5. Iran (0.57%), 6. Kuwait (0.31%), 7. Angola (0.23%), 8. Libya (0.19%), 9. Morocco (0.18%), 10. Others (1.56%).

At the bottom, there is a footer with links for "Portal", "Search", "Database", "Knowledge Base", "Web Services / APIs", "Live Help", "Methodology (IMTS)", "Analytical Tables (Publication)", "International Cooperation and Workshops (IMTS)", "Read Me First", "UN Comtrade License Agreement", "Copyright © United Nations, 2010", and "Contact Us".

Recuadro 4. ¿Qué es Trademap?

Trade Map fue desarrollada por el Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC (CCI).

“Provee indicadores de desempeño de las exportaciones, de la demanda internacional, sobre alternativas de mercados y sobre el rol de países como competidores.

Trade Map cubre 220 países y territorios y 5300 productos del sistema armonizado. Estadísticas de comercio también están disponibles por ítem arancelario y país copartícipe para más de 150 países y por flujo trimestral y mensual para más de 90 países.” (CCI, 2012)

Puede visitar Trademap (necesita inscribirse como usuario) en el link <http://www.trademap.org/Index.aspx>

The screenshot shows the Trade Map website interface. At the top left is the International Trade Centre logo. The main header reads "TRADE MAP" and "Trade statistics for international business development". Below this, it states "Over 5300 products traded by over 220 countries and territories. Import & export values, volumes, growth rates, market shares, graphs...". There is a language selector set to "English".

On the left side, there is a navigation menu with categories: Data Availability, Reference Material, Glossary, FAQ, Tutorials, Condition of Use, About, Trade Map Factsheets, MAT Survey results 2010, and Newsletters.

In the center, there is a section titled "Latest trends available in Trade Map" and "Most important evolutions for Brazil's exports between the third quarter 2011 and the third quarter 2012". This section contains two tables:

Destination of products exported by Brazil*		
Belarus	US\$ 32 millions	+073%
Kazakhstan	US\$ 40 millions	+070%
Sudan	US\$ 4.2 millions	-83%
Luxembourg	US\$ 3.5 millions	-81%

Products exported by Brazil*		
Miscellaneous articles of base metal	US\$ 313 millions	+104%
Cereals	US\$ 2174 millions	+75%
Zinc and articles thereof	US\$ 23 millions	-57%
Copper and articles thereof	US\$ 127 millions	-55%

* Threshold value : US\$ 1 million

On the right side, there is a login form with fields for "Email address:" and "Password:", a "Remember me" checkbox, and a "Forgot your password?" link. Below the login form is a section titled "More Analysis Tools :" with links for "Market Access Map", "Investment Map", "Trade Competitiveness Map", and "Standards Map". At the bottom right, there are social media icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn.

At the bottom of the page, there is a footer with contact information: "Market Analysis and Research, International Trade Centre (ITC), Palais des Nations, CH-1211 Geneva 10, Switzerland. Tel.: +41 (0)22 730 63 34 Fax: +41 (0)22 730 65 77; marketanalysis@itctrades.org Copyright © 1999-2008 International Trade Centre. All rights reserved."

5.1.2. Otros criterios aplicables

En el desarrollo de esta metodología, se han visualizado diversos criterios por los que un usuario desea determinar la oportunidad de un producto.

Se recomienda seguir los criterios anteriormente mencionados, puesto que contribuyen a localizar productos, aunque se pueden agregar otros criterios que las circunstancias lo requieran.

Sin embargo, solo en este punto de la metodología se puede realizar este proceso subjetivo, puesto que una vez que se haya ingresado en los pasos posteriores, agregar otros criterios no contemplados puede significar que los resultados de la herramienta no sean los esperados.

Es importante considerar que en esta etapa de preselección aún no hemos determinado el grado de oportunidad potencial de un producto en un mercado para beneficiarse de un acuerdo de libre comercio.

A continuación se presenta la matriz que utilizaremos para organizar la información para pre-selección. Los productos pueden cumplir varios criterios al mismo tiempo, de ahí la importancia del orden de dicha información.

Producto	Criterios pre-selección							
	Producción nacional	Oferta exportable	Producto no tradicional	Estudios previos realizados	Opinión de autoridades	Otros		

5.2. Selección de productos

A partir de este punto, los productos pre-seleccionados entran en un proceso de filtros, que permitirán que al final únicamente se seleccionen productos con mayor oportunidad en el marco de un ALC . A continuación se irá paso por paso en el proceso de selección.

5.2.1. Productos y mercados de destino

○ Mercado de destino

Este apartado nos ayudará a definir el mercado de destino más conveniente para los productos de nuestro interés. Nuevamente se hace la aclaración de que la metodología está diseñada para aquellos mercados con los cuales el país de origen tiene un acuerdo de libre comercio.

La metodología permite que el interesado pueda cruzar la información de un producto para distintos mercados con ALC. En ciertas circunstancias se querrá establecer la oportunidad para todos los productos hacia un mismo mercado, como forma de determinar cuál de todos tiene mejor oportunidad. En otras, a un producto se le asignarán varios mercados, con el fin de detectar en cuál se ofrece la mayor oportunidad para exportación. Finalmente podrá realizarse una combinación entre ambas formas. En resumen, existen tres posibilidades que podemos aplicar de conformidad con el interés del usuario:

- Todos los productos a un mercado
- Un producto a varios mercados
- Varios productos, varios mercados

Una vez definidos los mercados hacia donde se dirigirá el producto, corresponde encontrar su codificación y descripción arancelaria en el país de destino.

Utilizaremos la siguiente tabla para incorporar la información paso a paso e ir obteniendo el resultado final. Conforme avancemos, la tabla cambiará.

Producto	Mercado

○ Descripción y codificación arancelaria en el mercado de destino

El código arancelario, como se mencionó anteriormente, corresponde a una serie de dígitos para clasificar los bienes objeto de comercio. Determinar

la correcta clasificación arancelaria en el país de destino es un asunto medularante las autoridades aduaneras instancias que controlan el ingreso de un bien a su territorio.

Los códigos arancelarios están disponibles en la mayoría de las autoridades aduaneras, bajo el término “arancel”. Obtener la correcta clasificación arancelaria es importante para realizar los procedimientos de carácter aduanero y localizar las preferencias obtenidas a través de un ALC.

En este paso, la tabla cambiará para incluir la descripción y el código arancelario correspondiente a los productos en estudio:

Producto	Código arancelario	Descripción de producto	Mercado

Con la codificación arancelaria definida correctamente, ya es posible ingresar a los documentos negociados en el ALC y buscar el tratamiento arancelario acordado.

5.2.2. El tratamiento arancelario y arancel base en el ALC

Uno de los pilares en las negociaciones comerciales es la negociación de la reducción de los impuestos a la importación (aranceles) de los bienes. Para lograr esto de la forma más adecuada, los países o regiones que negocian crean categorías de desgravación, las cuales indican el tiempo y el proceso de reducción de los aranceles. Una vez negociadas estas categorías, los productos son incorporados en programas de desgravación, donde se indica la categoría de reducción y el arancel base a partir del cual se darán las disminuciones.

La información referente a las categorías de desgravación y el tratamiento arancelario para cada producto se puede localizar en los anexos del ALC correspondiente, es decir, en las listas de desgravación contenidas

generalmente en los anexos. Tanto el texto principal como los anexos se pueden encontrar en ministerios e instituciones que manejan el comercio exterior del país de origen y el de destino. Existe también la posibilidad de utilizar el Sistema de Información sobre Comercio Exterior (SICE) de la Organización de Estados Americanos.

Recuadro 5. ¿Qué es el SICE?

“El Sistema de Información sobre Comercio Exterior de la Organización de los Estados Americanos (SICE) centraliza información sobre política comercial en las Américas. En el sitio web del SICE encontrará, entre otros, los textos completos de acuerdos comerciales vigentes para los Estados Miembros de la OEA, novedades sobre negociaciones comerciales, información sobre legislaciones nacionales relativas a temas comerciales, y enlaces a fuentes de información internacionales, regionales y nacionales relacionadas con política comercial. SICE, con más de 10 años en línea, procura brindar información relevante y actualizada a los Estados miembros de la OEA y al público en general.”

Puede visitar el SICE a través del link http://www.sice.oas.org/default_s.asp



The screenshot displays the SICE website interface. At the top, there is a header with the SICE logo and the text "FOREIGN TRADE INFORMATION SYSTEM OAS - SEDI - DEDTT" and the Organization of American States logo. Below the header is a navigation menu with links for "Agreements", "Disciplines", "Trade Policy Developments", "Countries", and "Resources". The main content area is divided into several sections: "TRADE AGREEMENTS and RELATED SECTIONS" with sub-sections for Trade Agreements, Trade Policy Developments, Trade Disciplines, and Investments; "WHAT'S NEW" with a list of recent news items; "TRADE IN THE AMERICAS" with a link to trade policy documents; and "RESOURCES" with links to trade glossaries, trade-related links, trade data, trade and gender, and the Caribbean Trade Reference Centre (CTRRC). The footer contains the website's navigation menu and the copyright notice "Copyright © 2012 SICE".

○ Tratamiento arancelario y arancel base como criterio de selección

El tratamiento arancelario cumple una importante función como criterio de selección. A través de las ventajas de pago de aranceles que se obtienen en un ALC, el producto se diferencia en precio y condiciones de acceso con respecto a otros proveedores. Por tal motivo, es fundamental empezar a descartar productos que hemos pre-seleccionado por medio de su condición de acceso en materia arancelaria.

Utilizaremos la siguiente tabla para ordenar los productos pre-seleccionados con su respectiva categoría de desgravación y su arancel base.

Producto	Código arancelario	Descripción de producto	Mercado	Tratamiento arancelario	Arancel base	Selección

Una vez que tengamos los productos con su correspondiente información, se hace la primera selección. Esta se hará de acuerdo con el resultado que nos muestre la tabla, pues los productos presentarán diferentes tratamientos arancelarios y aranceles base. Pero, ¿cómo determinar cuál producto tiene oportunidad y cuál no? A continuación se listan una serie de puntos que nos ayudarán en esa decisión:

Producto con oportunidad alta

- El producto no paga arancel desde la entrada en vigencia del ALC.
- El producto ha recibido una disminución sustancial (mayor al 50%) del arancel, como resultado de la negociación.

Producto con oportunidad media

- El producto no pagará arancel a partir del tercer año de vigencia del ALC.
- El producto ha recibido una disminución del 30% o 40% del arancel base a la entrada en vigencia del ALC.
- El producto quedará libre del arancel al quinto año de desgravación, con un arancel base hasta del 20% *ad valorem*.

- El producto ingresa al país libre de aranceles si entra dentro de un contingente asignado al producto.

Producto con oportunidad baja

- El producto recibe una disminución arancelaria de menos del 20% *ad valorem* sobre un arancel base superior al 40% *ad valorem*.
- El producto recibe una desgravación arancelaria que se extiende por más de cinco años.
- El producto quedará libre del arancel al quinto año de desgravación, con un arancel base superior al 40% *ad valorem*.
- El producto ingresa al país con un arancel menor al arancel base, si entra dentro de un contingente asignado al producto.

Producto sin oportunidad inmediata

- El producto quedará libre del arancel posterior al octavo año de desgravación, con un arancel base superior al 40% *ad valorem*. Esto puede significar que es un producto sensible para el mercado de destino, por lo que puede tener esta u otras medidas de protección.
- El producto se encuentra excluido del ALC y de cualquier otro esquema preferencial y debe pagar el impuesto de nación más favorecida (NMF), es decir el impuesto normal.

Después de determinada su oportunidad y de una comparación entre ellos, se seleccionarán para la siguiente fase los que obtuvieron la oportunidad más elevada. Para esto, la tabla nuevamente servirá para indicarnos los productos seleccionados y proseguir.

5.2.3. La norma de origen

El siguiente filtro al que deben someterse los productos está directamente relacionado con un tema propio de los procesos de negociación: las normas o reglas de origen.

En un ALC estas normas representan los criterios que un producto debe cumplir para poder catalogarse como originario de alguna de las

partes firmantes. Si un producto no cumple con la norma de origen que se le asignó, no puede ser beneficiario del trato preferencial y pierde la posibilidad de entrar en una condición favorable al mercado del país de destino, respecto de otros socios. Las normas de origen toman como base para su determinación, la forma en que se obtiene el producto o su proceso productivo.

Las normas de origen carecen de uniformidad entre ALC, pues cada nación negocia según sus condiciones y esto repercute en los resultados obtenidos. Asimismo, no existe una forma única de redactarlas, lo que se ha prestado para elaborar complicados métodos de redacción e interpretación. Se recomienda consultar el módulo de capacitación que complementa esta guía metodológica, para una correcta interpretación y utilización de las normas de origen.

Las normas de origen, al igual que otra información que se ha utilizado en esta metodología, se encuentran en los textos anexos a la parte normativa del ALC. Además, su ordenamiento se da a través del SA.

○ La norma de origen como criterio de selección

Utilizaremos la siguiente tabla para correlacionar a los productos que han pasado el primer criterio de selección, con su respectiva norma de origen y un apartado para su correspondiente interpretación (de acuerdo con la forma en que aparece en el módulo de capacitación).

Código arancelario	Descripción de producto	Mercado	Tratamiento arancelario	Arancel base	Norma de origen	Interpretación norma de origen	Selección

Una vez que hayamos localizado la norma de origen correspondiente, realicemos la interpretación y lo incluyamos en la tabla anterior, podremos hacer la evaluación, utilizando los siguientes criterios de oportunidad:

Producto con oportunidad alta

- El producto cumple, en su condición actual, con la totalidad de la norma de origen.

Producto con oportunidad media

- El producto cumpliría la totalidad de la norma de origen si realiza algunos cambios en el proceso productivo.

Producto con oportunidad baja

- El producto no cumple con la norma de origen y su cumplimiento requiere cambios sustanciales al proceso productivo.

Producto sin oportunidad

- El producto no cumple con la norma de origen, debido que esta es restrictiva, lo que imposibilita su cumplimiento.

Después de determinada su oportunidad y de una comparación entre ellos, se seleccionarán los productos que tienen la oportunidad más elevada. Así proseguimos hacia el filtro siguiente.

5.2.4. Las estadísticas de importación

Las estadísticas son un elemento útil en temas de comercio exterior, tal y como se observó anteriormente para la pre-selección de productos. Ahora corresponde utilizar las estadísticas de importación de los mercados de destino que hemos escogido para el proceso de selección.

Utilizaremos las estadísticas de importación del producto, las cuales se obtienen por medio del código arancelario, tanto en volumen como en valor.

Debe procurarse uniformidad en las variables (volumen y valor) para hacer las estadísticas comparables. La siguiente tabla será de utilidad para adicionar la información recopilada en este punto a la de los pasos anteriores.

Código arancelario	Descripción de producto	Mercado	Tratamiento arancelario	Arancel base	Norma de origen	Interpretación norma de origen	Importaciones del país de destino			Selección
							Año	Volumen en kg	Valor CIF US\$	

¿Cuántos años de referencia utilizo? Los que se consideren necesarios, aunque se recomiendan por lo menos tres años anteriores a la realización de la búsqueda. A la hora de tomar períodos para estadística, se deben recordar elementos coyunturales transitorios o eventos que hayan afectado en el nivel mundial, regional o nacional a los mercados de destino seleccionados, pues se ven directamente reflejados en las estadísticas de comercio exterior y pueden afectar la percepción que se haga del comportamiento del mercado.

Es importante señalar que la información estadística sobre el mercado de destino solo se utilizará para complementar los criterios de selección. De ninguna manera pretenden formar parte de un perfil de mercado o un estudio de mercado, ya que estos instrumentos no son materia de esta metodología en particular.

○ Las estadísticas de importación como criterio de selección

Las estadísticas de importación no son reflejo directo del aprovechamiento o no del ALC. Sin embargo, funcionan como parámetro para determinar si el país de destino ya realiza importaciones de los productos que hemos seleccionado utilizando los dos criterios anteriores. Para la detección de oportunidades de exportación debe tomarse en cuenta el comportamiento del comercio de los productos estudiados en los mercados seleccionados, desde un crecimiento constante, hasta una caída o estancamiento de los datos reportados por el país de destino.

Un vez que hayamos localizado la información estadística correspondiente a cada producto y la incluyamos en la tabla anterior, podremos realizar la evaluación con los siguientes criterios de oportunidad.

Producto con oportunidad alta

- **Importaciones crecientes:** las importaciones registradas en por lo menos los últimos tres años presentan un incremento anual superior a un millón de dólares estadounidenses por año.

Producto con oportunidad media

- **Importaciones emergentes:** las importaciones registradas en por lo menos los últimos tres años presentan incrementos y decrecimientos; sin embargo, muestran una tendencia al aumentar en el tiempo a pesar de las fluctuaciones.
- **Importaciones estables:** las importaciones registradas en por lo menos los últimos tres años han presentado un crecimiento inferior a un millón de dólares estadounidenses, pero con tendencia a mantener el crecimiento.

Producto con oportunidad baja

- **Importaciones menores estables:** las importaciones registradas en por lo menos los últimos tres años han presentado un valor inferior a un millón de dólares estadounidenses, pero muestran una tendencia al crecimiento sostenido.
- No se muestra importación del producto, en el caso de que sea un producto considerado especial, ejemplo: étnico, nuevo, sustituto.

Producto sin oportunidad inmediata

- **Importaciones decrecientes:** las importaciones registradas en por lo menos los últimos tres años han presentado una caída sostenida, tanto en valor como en volumen. Se requerirá un estudio más detallado para determinar las causas, si el producto es de gran interés para el usuario.
- **Importaciones menores inestables:** las importaciones registradas en por lo menos los últimos tres años han presentado un valor inferior a un millón de dólares estadounidenses, sin una tendencia clara al crecimiento sostenido.

Después de determinada su oportunidad y de una comparación entre ellos, se seleccionarán para la siguiente fase los que obtuvieron la oportunidad más

elevada de llegar a este punto con respecto a los demás productos. Para esto, la tabla nuevamente servirá para indicarnos los productos seleccionados y proseguir.

Así finaliza la selección a partir de las oportunidades que han sido acordadas en los ALC.

Si bien tenemos los productos con la mayor oportunidad en el ALC de los que pre-seleccionamos, todavía no tenemos la seguridad de que el producto tenga una posibilidad real de exportación.

Lo anterior se debe a que nos falta recopilar información de requisitos en los mercados de destino, no ligada directamente con el ALC, pero que, si el producto no las cumple a cabalidad, sus posibilidades de exportación serán reducidas. Para esta tarea utilizaremos “la ficha de información”, que nos ayudará para la determinación final de oportunidad.

Modelo de ficha de producto

Los productos con oportunidad en el ALC: resumen

Los productos seleccionados como productos con oportunidad tuvieron que pasar los siguientes pasos de forma satisfactoria de acuerdo con los parámetros establecidos:

1. Se realizó la pre-selección de productos de una larga lista, a través de criterios diversos y según los intereses del usuario.
2. Se filtran los productos pre-seleccionados utilizando el tratamiento arancelario y arancel base, con el criterio de mayor beneficio en la reducción arancelaria en el corto plazo.
3. Los productos resultantes se someten a la selección de acuerdo con la norma de origen negociada que los afecta, con el criterio de cumplimiento sin problemas de la norma.
4. Finalmente los productos se someten a la selección según las estadísticas de importación, con base en el criterio de crecimiento sostenido y estable. Se seleccionan los de mayor oportunidad.
5. Se obtienen los productos seleccionados con mayor oportunidad con base en lo negociado en acuerdos de libre comercio. Estos productos quedan listos para pasar a la etapa de fichas de información.

5.3. Elaboración de las fichas de información

5.3.1. ¿Qué es una ficha de información?

La ficha de información es una estructura preestablecida para el ordenamiento de la información utilizada en esta metodología. Es el último paso para detectar los productos con posibilidad de exportación.

La ficha es una forma sencilla y práctica para disponer de la información recopilada hasta el momento. Esta información permite completar la visión general de oportunidad del producto, ya que todo lo investigado se encuentra estructurado en forma de matrices y los datos carecen de uniformidad entre los países.

5.3.2. ¿Por qué son importantes las fichas de información?

Las fichas de información son importantes porque permiten estandarizar la información disponible, lo que contribuye a que se determinen finalmente los productos con oportunidad de exportación. Si bien esta varía de producto en producto y de mercado en mercado, la utilización de un solo esquema para ordenar la información favorece el uso y el entendimiento para los usuarios finales.

Gracias a esta información organizada, se pueden comparar los productos que fueron sometidos a la metodología y así determinar cuál tiene mayor oportunidad de exportación con respecto a otros.

5.3.3. Estructura de una ficha de información

Durante el desarrollo de esta metodología, ha transcurrido un largo período de aplicación y mejoramiento, que ha permitido avanzar desde la no utilización de fichas, hasta la creación de varios formatos de esta.

En esta guía metodológica presentamos la siguiente estructura que organiza de forma sencilla la información básica sobre las condiciones negociadas,

requisitos de los mercados y estadísticas relacionadas con el producto y el mercado estudiado.

Encabezado: La ficha comienza con un encabezado que le indica al usuario el ALC y el producto al que hará referencia la información.

- 1. Condiciones de acceso del producto en el ALC.** Este espacio contempla los aspectos que se utilizaron en las matrices de preselección y selección, por lo que en esta primera parte se coloca la información organizada en dichas matrices.
- 2. Requisitos de ingreso.** Este segmento agrupa los requisitos necesarios para ingresar al mercado de destino. Algunos de estos requisitos son generales y otros son específicos del producto, por lo que su búsqueda debe ser meticulosa.
- 3. Información del país de destino.** Contiene los aspectos estadísticos (o derivados de estos) del país de destino, como datos de importación del producto, precio promedio, entre otros. Aquí nuevamente parte de los datos fueron utilizados en la selección de productos.
- 4. Información del producto en el país de origen.** Aquí se anotan algunos puntos varios del producto en el país de origen, pero no menos importantes, tales como la producción en el país, trámites de exportación, entre otros. Alguna de esta información también fue recopilada al inicio de esta metodología.

A continuación se muestra el modelo de ficha de producto para ordenar los apartados mencionados anteriormente:

Acuerdo de libre comercio con [-----]			
Ficha de información de [-----]			
1. Condiciones de acceso del producto en el ALC			
Descripción del producto			
Código arancelario del país destino			
Tratamiento arancelario en el ALC			
Tarifa sin ALC			
Norma de origen			
2. Requisitos de ingreso			
Requisitos sanitarios/fitosanitarios			
Normas técnicas			
Requisitos de empaque y embalaje			
Trámites aduaneros y documentos de ingreso			
Otros impuestos			
3. Información del país de destino			
Importación del producto: volumen y valor total	Año	Peso (kg)	Valor CIF en US\$
Precio promedio			
Países suplidores al país de destino			
Beneficios que el país de destino ofrece a países suplidores			
Producción en el país de destino y estacionalidad			
4. Información de producción de país de origen			
Producción en el país de origen: volumen y territorio	Año	Volumen bruto (kg)	Territorio
Otra información del producto			
Trámites de exportación del país de origen			
Entidades de comercio exterior del país de origen			

5.3.4. Elaboración de la ficha

¿Qué información debe escribirse en los espacios correspondientes **y cómo presentarla para que el público pueda utilizarla adecuadamente?** En este apartado se indican los puntos que el modelo de ficha de información solicita completar y la forma para el adecuado ingreso de la información. Además, se hace referencia, en lo posible, a las fuentes donde se pueden obtener los datos.

Encabezado

Información	Definición	Ingreso	Fuentes
Acuerdo de libre comercio con [—]	Indicación del ALC y el país o mercado de destino que se seleccionó para el producto.	A pesar de que algunos ALC reciben nombres debido a sus siglas, tales como CAFTA-DR, TLCAN, TLC, TPC o AACUE, se recomienda indicar el país de destino para evitar confusiones. Esto cobra más importancia en los ALC que han sido negociados en parte o completamente de forma regional.	Determinar el mercado es parte esencial de la metodología, por lo que se encuentra en la matriz de selección de productos. De ahí se extrae este dato. Es localizable en los textos normativos del ALC, que se encuentran en las instituciones dedicadas al comercio exterior del país de origen.
Ficha de información de [—]	Se escribe el nombre del producto en estudio.	Se debe ingresar el nombre como es conocido el producto en el País de Origen y en el país de destino (nombre común) pues varía de nación en nación. Como título indicativo de la ficha, debe ser lo más claro para todos los usuarios. Si cuenta con varios nombres comunes, lo ideal es poner los que son más utilizados en cada país.	Los nombres comunes nacen del lenguaje. Se puede preguntar a los especialistas en agricultura de los países, a los productores e incluso a instituciones. A través de bases de datos como <i>Enciclopedia de la Vida</i> (http://eol.org/), puede también buscar esta información.

Condiciones de acceso del producto en el ALC

Información	Definición	Ingreso	Fuentes
Descripción del producto	Corresponde a la descripción que aparece para el producto que estamos investigando en el código arancelario del país de destino, si es posible basado en el SA.	Al ingresar esta información, se debe considerar que muchas veces el producto no tiene una descripción detallada en el SA, sino que puede pertenecer a los apartados generales. En estos casos, se debe estar seguro de la clasificación escogida para el producto.	<p>La determinación de la correcta clasificación se realiza cuando se determinan el mercado y el producto en el proceso de selección de productos. Por tanto, la clasificación debe haberse realizado de forma correcta.</p> <p>La mejor forma para encontrar la Descripción Arancelaria, es visitando el arancel vigente para el país de destino, localizable en la mayoría de las ocasiones en los sitios web de la aduana.</p> <p>Para más detalle sobre este tema, recomendamos consultar el módulo de capacitación.</p>
Código arancelario	Corresponde al código que acompaña a la descripción del apartado anterior.	<p>Dentro de las posibilidades, debe ingresarse el código más detallado que corresponda al producto.</p> <p>El código arancelario es el del país de destino, no el de origen. No son sustituibles uno del otro, aunque puedan ser altamente similares.</p>	<p>La mejor forma para encontrar el código arancelario, es examinando el arancel vigente para el país de destino, localizable en la mayoría de las ocasiones, en los sitios web de la aduana.</p> <p>Para más detalle sobre este tema, recomendamos consultar el módulo de capacitación.</p>

<p>Tratamiento arancelario en ALC</p>	<p>Es la velocidad en años y cantidad en que se reducirá el arancel que se aplica a los productos, a raíz de lo negociado en el ALC.</p>	<p>El tratamiento debe escribirse de forma clara, razón por la que no se recomienda hacer una simple transcripción de lo negociado en el ALC.</p> <p>Lo adecuado es escribir en este espacio la letra de la categoría de desgravación, la interpretación y, si corresponde, el porcentaje de arancel que se está cobrando para el año de elaboración de la ficha.</p> <p>Para una interpretación que facilite la comprensión al usuario, será necesario indicar los años importantes del periodo de reducción (cuándo cambia el porcentaje de reducción, por ejemplo) y sobre todo el año de liberalización.</p> <p>Si en los listados aparece el arancel base desde donde parte la desgravación, también puede incluirse este dato.</p> <p>En cuanto a los productos a los que se les negoció contingentes, además de los años, debe indicarse la unidad de medida, la cantidad de crecimiento y si hay liberalización total.</p>	<p>El tratamiento arancelario lo utilizamos en el proceso de selección de productos como primer criterio de selección, por lo que ya tenemos esta información en las tablas anteriores.</p> <p>Podemos encontrar las categorías y las listas de desgravación en algunos casos en el texto del acuerdo que se refiere al acceso al mercado o generalmente en los anexos del ALC. Recordemos que esta información se ordena en los ALC por medio de los códigos arancelarios.</p> <p>En el caso del arancel que se cobra en el momento de elaboración de la ficha, este puede calcularse a partir de la información disponible. Existen aduanas que contemplan estas cifras dentro de sus aranceles, lo que nos reduce la búsqueda. Además, existe la herramienta del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) INTradeBID (http://www.iadb.org/int/intradebid/MenuSeleccion.aspx) que muestra la desgravación arancelaria para cada año.</p> <p>En la mayor parte de los ALC, los productos con contingentes se listan en los anexos o en apartados específicos dentro del texto del acuerdo.</p>
<p>Tarifa sin ALC</p>	<p>Consiste en el arancel que tiene que pagar el producto en caso de no estar amparado a un ALC, o sea, sin ninguna preferencia en el momento de entrar al país de destino</p>	<p>Se indica, de forma simple, el porcentaje o cantidad por unidad de medida, que está obligado a pagar el exportador en el momento de ingresar el producto al mercado destino.</p>	<p>Aquí nuevamente usamos el “arancel” que cada aduana pone a disposición del público, por cada código arancelario se indica el arancel de importación por pagar.</p> <p>Otro de los documentos donde podemos encontrar esta tarifa, es la lista de desgravación, pues el arancel base, utilizado en el ALC, corresponde también a este cobro.</p>
<p>Norma de Origen</p>	<p>Son los criterios que un producto debe cumplir para poder catalogarse como originario de alguna de las partes firmantes. Si un producto no cumple con la norma de origen que se asignó en el ALC, no puede ser beneficiario de este.</p>	<p>La norma de origen, tal y como se encuentra en los anexos del ALC, muchas veces no son fáciles de entender por parte del usuario, y sin la correcta interpretación, podría generar confusión.</p> <p>Por tanto, aquí la ficha debe indicar la interpretación de la norma de origen correspondiente al producto.</p> <p>La forma de interpretar la norma de origen se explica con detalle en el módulo de capacitación.</p>	<p>Las normas de origen se encuentran en el anexo correspondiente en el ALC, ordenadas de acuerdo con el código arancelario.</p> <p>En el proceso de aplicación de la selección considerado en esta metodología, la norma de origen ya fue utilizada e interpretada, por lo que solamente debe copiarse en el espacio definido en la ficha de producto.</p>

Requisitos de ingreso

Información	Definición	Ingreso	Fuentes
<p>Requisitos sanitarios/ fitosanitarios</p>	<p>Son leyes, decretos, reglamentos, prescripciones o procedimientos relativos al producto final o método de producción; pruebas, inspecciones, certificación, y aprobación; cuarentena y transporte de animales o vegetales; métodos de evaluación de riesgo que buscan la protección de la salud y la vida humana, animal y vegetal.</p> <p>Son dictados por los países y su acatamiento es obligatorio.</p>	<p>Se debe indicar el requisito que el país de destino está solicitando, con alguna descripción sobre su temática.</p> <p>Es importante, además, agregar la fuente con la institución que solicita el requisito, para que los usuarios tengan el acceso para buscar más información sobre el tema.</p> <p>No se trata de un resumen o una explicación de los requisitos, sino únicamente se hace la referencia acerca del requisito, quién lo solicita y dónde localizar más información</p>	<p>Se pueden localizar los requisitos sanitarios y fitosanitarios en diferentes instituciones.</p> <p>Los requisitos sanitarios o de inocuidad se pueden encontrar en los ministerios o secretarías de salud, los sanitarios y fitosanitarios en las instituciones de salud animal y vegetal o en cualquier otra autoridad oficial a la que se le haya asignado esa competencia en el país de destino.</p> <p>También las instituciones que manejan el control de drogas, fármacos, aditivos y otros componentes en los alimentos tienen regulaciones que van en este apartado.</p>
<p>Normas Técnicas</p>	<p>Estas establecen las características de un producto que deben cumplirse o los procesos y métodos de producción con ellos relacionados que deben realizarse, con inclusión de las disposiciones administrativas aplicables.</p> <p>Se refieren a requisitos de calidad, tamaño, peso, contenidos y otros que exige el país de destino. Estas pueden estar incluidas en reglamentos, leyes, normas u otro instrumento jurídico o administrativo.</p>	<p>Se debe indicar el requisito que el país de destino está solicitando, con alguna descripción sobre su temática .</p> <p>Es importante, además, agregar la fuente con la institución que solicita la norma, para que los usuarios tengan el acceso para buscar más información sobre el tema.</p> <p>No se trata de un resumen o una explicación de los requisitos, sino únicamente se hace la referencia acerca del requisito, quién lo solicita y dónde localizar más información</p>	<p>Las normas técnicas son dictadas por el organismo regulador o de normalización en el país de destino.</p> <p>También existen regulaciones de este tipo que son dictadas por organismos como los ministerios o secretarías de comercio.</p>

Requisitos de empaque y embalaje	<p>Información sobre etiquetado, tipos de empaque, y otros requisitos aplicados al empaque, embalaje, los <i>paallets</i> y contenedores para que puedan ingresar al país de destino.</p>	<p>Se debe indicar el requisito que el país de destino está solicitando, con alguna descripción sobre su temática .</p> <p>Es importante, además, agregar la fuente con la institución que aplica el requisito, para que los usuarios tengan el acceso para buscar más información sobre el tema.</p> <p>No se trata de un resumen o una explicación de los requisitos, sino únicamente se hace la referencia acerca del requisito, quién lo solicita y dónde localizar más información</p>	<p>Estos requisitos son dictados por el organismo regulador o de normalización en el país de destino.</p> <p>Al mismo tiempo, ministerios o secretarías de comercio (que ven aspectos de comercialización y protección al consumidor) dictan requisitos de este tipo.</p>
Trámites aduaneros y documentos de ingreso	<p>Se refiere a toda la documentación que debe presentarse ante las autoridades aduaneras o de control de frontera en el país de destino para obtener el ingreso al territorio.</p>	<p>Se enlistan los documentos por entregar. Si alguno de los documentos tiene un procedimiento electrónico, debe indicarse.</p> <p>Se debe indicar la fuente con la autoridad aduanera o de control de fronteras para obtener más información.</p>	<p>Es la autoridad aduanera o de control de fronteras del país de destino quien establece qué requisitos deben entregarse. Es probable que solicite requisitos controlados por otra instancia; sin embargo, se deben presentar ante ella.</p>
Otros impuestos	<p>Se refiere a los impuestos que son cobrados al producto en el momento de la importación, distintos al arancel (ejemplo, impuestos de ventas, pagos de documentos, otros). Generalmente impuestos internos se cobran en este momento.</p>	<p>Se debe indicar el tipo de impuesto (si es posible el porcentaje) y la fuente en Internet donde se localizó la información y donde se obtenga más detalle.</p>	<p>Son la autoridades aduaneras o de control fronterizo del país de destino quienes cobran los impuestos de entrada, por lo que es en esta institución que debe consultarse.</p>

Información del mercado del país de destino

Información	Definición	Ingreso	Fuentes
Importación del producto: volumen y valor total	<p>Se trata de las estadísticas de importación que reporta el país de destino del producto.</p> <p>Incluye las importaciones de todas partes del mundo, para detectar a las naciones suplidoras de la demanda actual para el producto en estudio.</p>	<p>Se introducen las cifras de por lo menos los tres últimos años y se indican el año, el peso en kilogramos y el valor CIF en dólares estadounidenses.</p> <p>Ampliar la cantidad de años para visualizar mejor las tendencias es también adecuado para este apartado.</p> <p>La fuente de la obtención de los datos es importante para posteriores referencias.</p>	<p>Utilizadas como criterio de selección, estas cifras ya se encuentran en las matrices precedentes a la ficha, por lo que corresponde solamente su traslado.</p> <p>Estas cifras pueden localizarse en ministerios que manejan el comercio exterior, bancos centrales u otras instituciones encargadas de la recopilación estadística del comercio. Si la localización de esta información no puede darse en las instituciones nacionales, pueden consultarse bases de comercio exterior internacionales como <i>Trade Map</i>, del Centro Internacional de Comercio (ITC, por sus siglas en inglés) (visite http://www.trade-map.org/) o UN <i>Comtrade</i> de las Naciones Unidas (visite http://comtrade.un.org/db/)</p>
Precio promedio	<p>Es un precio obtenido de la división del promedio de la sumatoria del valor de las importaciones durante el período seleccionado entre la sumatoria de los volúmenes de las importaciones en ese mismo período.</p>	<p>Se trata simplemente de poner en este espacio el resultado de la operación matemática: (SUMA VALORES/ SUMA VOLÚMENES)</p> <p>Es importante recalcar que dicho precio es únicamente una referencia, ya que no refleja los movimientos de los precios en el mercado internacional (en especial aspectos característicos de los productos agrícolas como la estacionalidad y las cantidades producidas). Se utilizará para tener una idea de los precios en el mercado destino y así poder compararlos con los costos de producción del bien estudiado.</p>	<p>Se obtiene de la información que se recopiló para el espacio predecesor y la aplicación de la fórmula mencionada.</p>

<p>Países suplidores al país de destino</p>	<p>Los países que se indican estadísticamente como los principales proveedores del producto, según se muestra en la ficha, corresponden a los países suplidores.</p>	<p>Lo ideal es poner los principales países suplidores para los últimos años que se utilizaron para el período de estadísticas.</p> <p>Los países se ordenan según importancia en la participación de las importaciones. Si es posible, se indica el porcentaje de participación de cada nación proveedora.</p>	<p>Los suplidores se despliegan junto a las estadísticas de importación, las cuales hemos utilizado en todo este apartado de la ficha.</p> <p>Estas cifras pueden localizarse en ministerios que administran el comercio exterior, bancos centrales u otras instituciones encargadas de la recopilación estadística del comercio. Si la localización de esta información no puede darse en las instituciones nacionales, pueden consultarse bases de comercio exterior internacionales como <i>Trade Map</i>, del Centro Internacional de Comercio (ITC por sus siglas en inglés) (visite http://www.trademap.org/) o UN Comtrade de las Naciones Unidas (visite http://comtrade.un.org/db/)</p>
<p>Beneficios que el país de destino ofrece a países suplidores</p>	<p>Los principales suplidores pueden estar favorecidos por un ALC con el país de destino, lo que genera beneficios similares o mejores a los obtenidos por el país de origen, aspecto que debe considerarse para evaluar la oportunidad.</p> <p>El beneficio por estudiar en este apartado es la referencia arancelaria del producto en el ALC negociado con el país suplidor.</p>	<p>Al tener una lista de suplidores (obtenidos en el espacio anterior) se escribe el país suplidor, el ALC (si tiene) y el beneficio que obtuvo esa nación en el marco de ese acuerdo.</p> <p>En caso de no tener algún beneficio, también debe indicarse en este apartado.</p> <p>La fuente de la obtención de los datos es importante para posteriores referencias.</p>	<p>Los compromisos adquiridos por el país de origen pueden obtenerse en las instituciones dedicadas al comercio exterior del país de origen. El tratamiento arancelario, podemos encontrarlo generalmente en los documentos anexos al texto principal del ALC que investigamos. Se puede utilizar el Sistema de Información sobre Comercio Exterior (SICE) de la Organización de Estados Americanos (http://www.sice.oas.org/default_s.asp) en caso de no encontrar fuente nacional.</p>
<p>Producción en el país de destino y estacionalidad</p>	<p>Si el país de destino también es productor del bien en investigación, por lo menos en algún momento del año, esta información se debe incluir en este espacio.</p>	<p>Se indica la cantidad producida anualmente por lo menos para tres años (si se localiza). Además, se agregan las zonas de producción y los momentos del año en que esta se efectúa.</p> <p>Se debe poner la fuente de donde se obtienen los datos para posteriores referencias.</p>	<p>Para este caso la información de producción puede localizarse en los ministerios de agricultura, en los bancos centrales de los países o en las instituciones encargadas de las estadísticas. En caso de no obtener fuentes nacionales, se pueden utilizar otras fuentes de datos oficiales, pero de carácter internacional, como <i>FAOSTAT</i> (http://faostat3.fao.org/home/index_es.html?locale=es#HOME)</p>

Información de producción del país de origen

Información	Definición	Ingreso	Fuentes
Producción en el país de origen: volumen y territorio	Se trata de las estadísticas de producción que reporta el país de origen del producto.	<p>Se introducen las cifras de por lo menos los tres últimos años y se indican el año, volumen de producción y el territorio donde se produce el bien.</p> <p>Ampliar la cantidad de años para visualizar mejor las tendencias, es también adecuado para este apartado.</p> <p>La fuente de la obtención de los datos es importante para posteriores referencias.</p>	<p>Para este caso, la información de producción puede localizarse en los ministerios de agricultura, en los bancos centrales de los países o en las instituciones encargadas de las estadísticas. En caso de no obtener fuentes nacionales, se pueden utilizar otras fuentes de datos oficiales, pero de carácter internacional, como FAOSTAT (http://faostat3.fao.org/home/index_es.html?locale=es#HOME).</p>
Otra información	Es un espacio abierto para agregar aquella información que se considere de importancia para el usuario y para la evaluación de oportunidad. Tal es el caso de algunas características del producto a exportar (proceso productivo, estacionalidad, variedad cultivada, entre otras)	<p>Si el producto amerita que se escriba otra información, este es el espacio para ello.</p> <p>No es necesario utilizarlo para todo producto, solamente si existe información importante por considerar.</p> <p>Se debe ingresar la fuente de referencia utilizada para obtener la información.</p>	<p>Existen fuentes especializadas de confianza, como algunas cámaras de productores y oficinas de promoción comercial, entre otros.</p>
Trámites de exportación del país de origen	Se refieren a los documentos presentados ante la aduana o el organismo de control de fronteras obligatorios para la salida del país de origen.	<p>Se enlistan los documentos por entregar. Si alguno de los documentos tiene un procedimiento electrónico, debe indicarse.</p> <p>Se debe indicar el vínculo de Internet con la autoridad aduanera o de control de fronteras para obtener más información.</p>	<p>La autoridad aduanera o de control de fronteras del país de origen es quien establece qué requisitos deben entregarse. Es probable que se soliciten requisitos controlados por otra instancia; sin embargo, es ante ella quien deben presentarse.</p>
Entidades de comercio exterior del país de origen	<p>Los países crean instituciones dedicadas a la promoción comercial.</p> <p>Estas instituciones están dedicadas a colaborar con productores y organizaciones para incentivar las exportaciones.</p>	<p>Se enlistan las instituciones (públicas o privadas) que tienen esta función en el país de origen.</p> <p>Se agrega el vínculo de internet o el contacto de cada una de ellas.</p> <p>Si existen varias instituciones se recomienda ingresar las más relacionadas con la promoción de exportaciones.</p>	<p>Pueden obtenerse en las instituciones dedicadas al comercio exterior del país de origen (ministerios, secretarías, cámaras, o asociaciones).</p>

6

Usos de las fichas de información

Las fichas elaboradas de acuerdo con esta metodología muestran la oportunidad de exportación para cada producto, puesto que si cumple a cabalidad con todos los requerimientos de entrada al país de destino, el producto tiene la oportunidad de ser exportado. Se recalca que las fichas de información no son un estudio de mercado, sino un primer paso para la profundización en la búsqueda de información.

Como se puede observar, las fichas presentan una cantidad importante de información, que puede ser utilizada de diversas formas por parte de los usuarios finales. Sus aplicaciones son múltiples, aunque se han utilizado en la elaboración de compendios de exportación, pues muestran un panorama general para una serie de productos. Pueden utilizarse para la creación de portafolios de información para productores, bases de datos para consulta de las instituciones encargadas del agro y capacitación al sector agrícola sobre las oportunidades negociadas. Incluso de forma física son utilizables por extensionistas que deseen mostrar el camino por seguir a los productores para internacionalización de los negocios.

La naturaleza de las fichas permite su uso como insumo para tomar algunas decisiones en materia de promoción de productos agrícolas, posicionamiento en mercados, creación de capacidades y la toma de posición para exportar o ante nuevas negociaciones, entre otros.

Algunos aspectos básicos de la conservación de la información

7

Las fichas nacen de un ordenamiento de información de diverso origen y con diferentes niveles de actualización. Debe agregarse que no se hacen fichas para todos los posibles productos en una sola ocasión, sino que es un proceso constante. De manera que conservar información para ejecuciones posteriores de la metodología es tan importante como conservar su resultado.

En la aplicación de la metodología, hemos utilizado dos formas de conservar la información: física o digital. Ambas siguen la misma lógica, ordenar la información conforme se necesitan y se localizan en el proceso metodológico y por ALC.

- **Almacenamiento físico.** Un almacenamiento físico conserva la siguiente información:
 - a. Categorías de desgravación del país de destino
 - b. Lista de desgravación del país de destino
 - c. Reglas de origen específicas
 - d. Formularios y requisitos de ingreso y salida disponibles en físico que se hayan localizado en el uso de la metodología
 - e. Listado de fuentes de información disponibles
 - f. La fichas finalizadas en proceso anteriores
- **Almacenamiento digital.** Un almacenamiento digital puede conservar los mismos documentos del físico, solamente de forma electrónica,

y permite crear una base de enlaces de Internet de todos los datos encontrados durante la aplicación sucesiva de la metodología. La creación de esta base puede realizarse utilizando las matrices y el modelo de ficha como plantilla, con el fin de incluir en cada espacio los enlaces de Internet donde podemos localizar la información que completa el apartado.

La decisión de cómo se almacenará la información quedará a cargo del usuario, pues dependerá de las condiciones tecnológicas disponibles en su trabajo y de su público meta.

Los avances tecnológicos han permitido la simplificación de muchos procesos en las actividades humanas. El proyecto que desarrolló la presente herramienta metodológica realizó un esfuerzo para trasladar esta metodología manual a la esfera digital, lo cual dio como resultado el Sistema de Información para Productos Agrícolas en Acuerdos de Libre Comercio, conocido por sus siglas como SIPAALC.

El Sistema de Información para Productos Agrícolas en ALC (SIPAALC)

8

8.1. ¿Qué es el SIPAALC?

El SIPAALC es un sistema electrónico que adapta la metodología manual que se ha tratado en toda esta guía, mediante el uso de algunos procesos automáticos.

Mediante esta herramienta se logró:

- El ingreso y actualización de la información de los acuerdos comerciales para los países de las Américas.
- La selección simultánea de productos para un mercado específico para identificar productos con mayor potencial de exportación.
- La realización de consultas según mercado y producto para conocer la normativa negociada y las condiciones de acceso a mercados.

Sin embargo, la conversión en forma digital llevó algunos cambios a la metodología tal y como se concibe manualmente y, por tanto, se hace necesaria una aclaración de su uso a través del SIPAALC.

8.2. Uso de la metodología en el SIPAALC

La diferencia más significativa es la separación de los usuarios. La metodología manual está diseñada para que el usuario que recopila la información pueda ser el mismo que realice la selección, pues son procesos simultáneos. SIPAALC divide estas dos funciones. Así habrá un primer usuario/administrador encargado de ingresar la información que va en cada ficha para todos los productos del capítulo 01 al 24, mientras que otro tipo de usuario podrá realizar la selección a partir de la información que se mantiene en el sistema, gracias al primero. Esto significa que el segundo usuario no debe realizar la búsqueda de la información, sino aplicar los criterios de oportunidad desarrollados en esta guía, pues la información ya fue localizada.

El proceso de selección sí mantiene el mismo procedimiento, incluso los filtros a los que se someten las mercancías para ver su oportunidad. El tipo de información disponible en SIPAALC puede ser menos específica que la que se puede obtener a través de la metodología manual. Además, el SIPAALC tiene las siguientes limitaciones con respecto a la metodología manual:

- No todos los espacios de la ficha del SIPAALC son idénticos a los de la ficha modelo. Existen cambios que surgen a raíz de la adaptación a la herramienta informática.
- Las partidas arancelarias están limitadas a seis dígitos y no por cada país, con el fin de poder utilizar la base de datos estadísticos UN Comtrade y generar información estadística uniforme.
- Los requisitos de ingreso son de carácter más general y se hace la referencia a las páginas web de las instituciones encargadas para que los usuarios puedan buscar y ver con detalle.
- Un país que no sea miembro de Naciones Unidas no puede ser utilizado como mercado de destino por parte de SIPAALC, debido a que al ser un sistema enlazado con UN Comtrade, no habrá registros.

No obstante, ofrece los siguientes beneficios:

- Las fichas resultantes del SIPAALC se mantienen actualizadas gracias a la forma de disponer de la información y a la posibilidad de incluir enlaces de Internet.

- La información estadística se genera de manera automática a partir de la base de datos de UN Comtrade.
- Se incluyen todos los productos que contempla este proyecto (acortando tiempos de búsqueda de información)
- El SIPAALC permite la inclusión de nuevos ALC y países cada vez que sea necesario.

En términos generales, el sistema se mantiene bastante acorde con la metodología contenida en esta guía. Es recomendable el estudio del manual de usuario del SIPAALC, el cual detalla el manejo de la herramienta y permite un mejor aprovechamiento de esta.

Esperamos que esta guía sea útil en el estudio de productos con oportunidad para exportar a mercados con los que se tienen ALC.

Para cualquier consulta o aclaración puede comunicarse con el Centro de Análisis Estratégico para la Agricultura (CAESPA) del IICA o con las Oficinas IICA en los países miembros.

9

Fuentes documentales

- Cámara de Exportadores de Costa Rica; IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura). 2003. Estudios técnicos para la elaboración de propuestas de negociación. Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos y Centroamérica. San José, CR, IICA.
- Galván, J.; Vélez, S. 2006. Estudio de las condiciones de acceso al mercado de la Unión Europea de productos costarricenses. San José, CR, IICA.
- IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura). 2009. Metodología para elaborar compendios de exportación y beneficiarse de acuerdos comerciales. Panamá.

