



Aporte de la Infraestructura de la Calidad en la superación de las barreras técnicas al comercio y en el aumento de la competitividad

**VII CONGRESO INDUSTRIAL
PRODUCIENDO CON CLASE MUNDIAL**

Noviembre 2014
San Pedro Sula - Honduras

1. Problemática

¿Cuáles son las restricciones para el acceso al mercado? ¿Qué problemas existen para los países con economías en desarrollo?

2. Herramientas

¿Cómo se relacionan los componentes de la Infraestructura de la Calidad con los problemas identificados?

3. Solución / Estrategias

¿Cómo desarrollar estrategias para la superación de las restricciones?

La **competitividad** es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores.

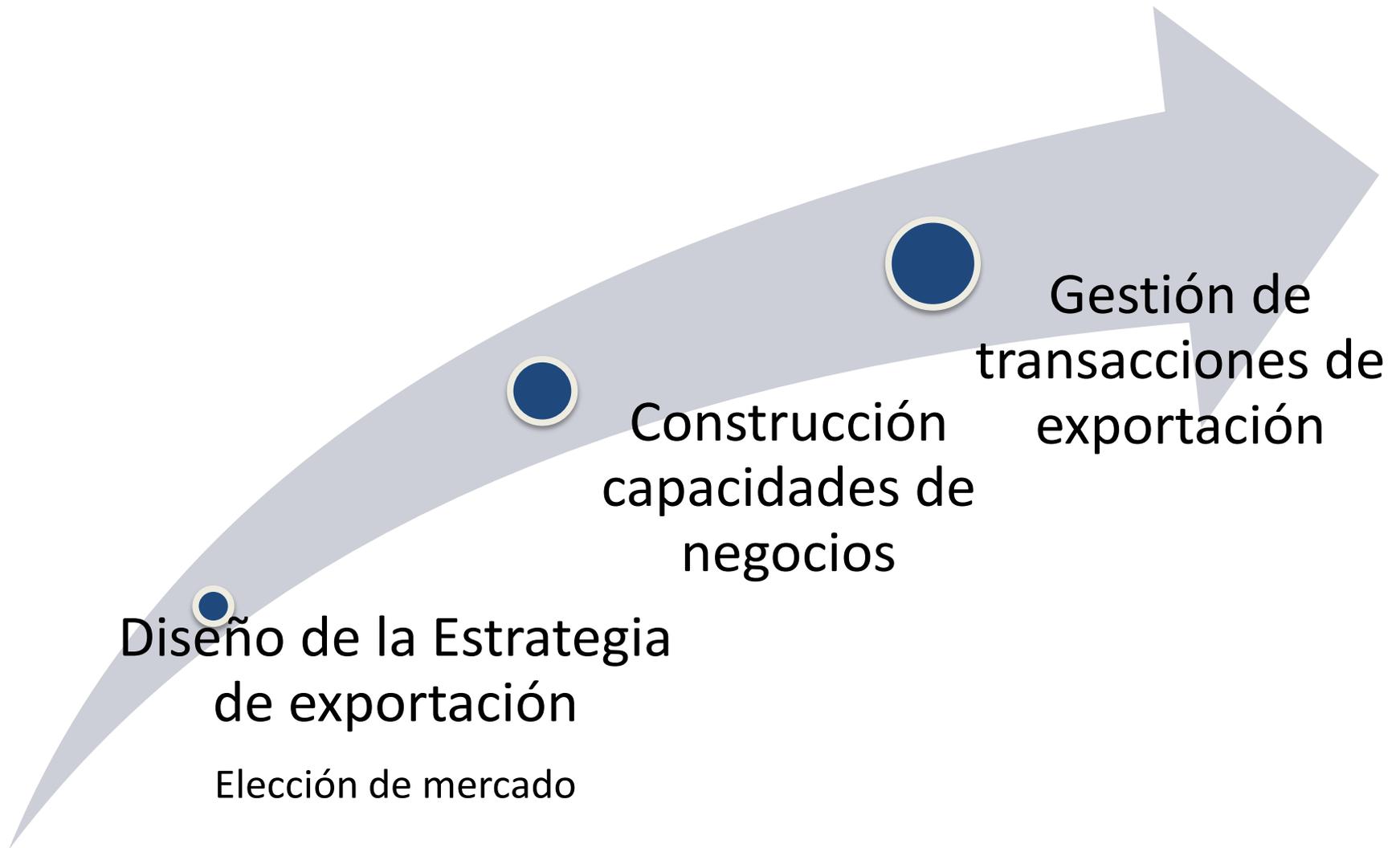
- Por precios: depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado.
- Por calidad: una empresa puede tener la capacidad de colocar un producto a un precio mayor que la competencia debido a factores distintos del precio, como la **calidad**.



La competitividad en **precios** es importante en mercados de bienes y servicios estandarizados, mientras que la competitividad en otros factores es importante en mercados de bienes y servicios que pueden ser diferenciados por aspectos como la **calidad**.

**¿Cuáles son las restricciones para el acceso al mercado?
¿Qué problemas existen para los países con economías en desarrollo?**





PASOS

1. Diagnóstico de la situación interna
2. Elaboración de la lista de mercados
3. Análisis de los mercados potenciales
4. Selección del mercado (factores de medición)
 - Volumen de demanda
 - Cantidad y calidad de la red de contactos
 - Participación del primer proveedor del mercado
 - Exportaciones del producto (o sustituto) a dicho país
 - Situación geográfica y cultural
 - **Condiciones de ingreso (barreras arancelarias y barreras técnicas)**
 - Disponibilidad de transporte
 - Conocimiento sobre el país de destino
 - **Costo de adaptación del productos**
 - **Exigencias de certificaciones de calidad y otras específicas**

PASOS

5. Decisión sobre la forma de entrada a mercado
6. Identificación del público objetivo en cada mercado
7. Definición del posicionamiento de la empresa
8. Adaptación del producto (factores a evaluar)
 - **Reglamentos de país de destino: homologaciones, certificación normativas de seguridad, medioambientales, protección al consumidor**
 - **Formulación**
 - **Niveles de calidad**
 - **Formatos: tamaño, colores, texturas, diseños, cultura**
 - **Envase, etiqueta, lenguaje**
 - **Servicio de transporte**
9. Fijación de precio
10. Venta y promoción
11. Seguimiento y control

Normativa: aplicada por los gobiernos de los mercados de destino – Obstáculos Técnicos al Comercio

- Barreras arancelarias: derechos aduaneros y políticas arancelarias restrictivas de la importación
- Barreras técnicas: reglamentos y normas técnicas de producto
- Falta de infraestructura de Calidad y no estar preparados para criterios externos



El **Acuerdo OTC** de la **OMC** trata de garantizar que los **RT** y las **normas**, así como los **procedimientos de prueba y certificación**, **no creen obstáculos innecesarios al comercio**, pero al mismo tiempo otorga a los Miembros el derecho de aplicar medidas para lograr **objetivos legítimos** de política, como la **protección de la salud y seguridad humanas** o la **preservación del medio ambiente**.

Obstáculos logísticos:

- En productos perecederos, la distancia geográfica de los mercados potenciales, Europa, USA, China
- Los mercados nacionales y regionales tendrían ventaja y por lo tanto son de suma importancia, pero al no ser competitivos por la calidad, el costo de la no-calidad provoca la conquista por otros que ocupan estos espacios

Obstáculos comerciales, relacionados con debilidades intrínsecas de la empresa

- Desconocimiento de los mercados internacionales, compradores, canales, limitaciones en marketing y promoción

Obstáculos financieros:

- Crédito, tipo de cambio, seguros

Obstáculos culturales y lingüísticos

Tratados comerciales internacionales de Honduras

<http://www.hondurassiexporta.hn/oportunidades-de-mercado/tratados-comerciales-internacionales/>

Nº	Nombre del Tratado
1	Miembro del Mercado Común Centroamericano (MCCA)
2	Miembros de la OMC
3	Tratado de Libre Comercio Centroamérica-República Dominicana
4	Tratado de Libre Comercio entre México y las Repúblicas de Honduras, El Salvador y Guatemala
5	Tratado de Libre Comercio Centroamérica – Panamá
6	Tratado de Libre Comercio República Dominicana, Centroamérica- Estados Unidos/ DR-CAFTA
7	Tratado de Libre Comercio Centroamérica – Chile
8	Tratado de Libre Comercio Honduras, El Salvador y Taiwán
9	Tratado de Libre Comercio CA3 – Colombia

Socio comercial	Porcentaje de Exportaciones
Estados Unidos	36.5%
Unión Europea	24.0%
Centroamérica	22.1%
Resto del mundo	14.2%
México	3.2%

Exportaciones según socios comerciales Enero-Dic. 2010 -
Datos extraídos del BCH

Exportaciones desde 1913 – Productos y mercados



El **banano** era el principal producto exportado **50%** de las exportaciones totales

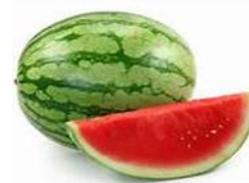


Los **metales preciosos** era el segundo producto más exportado con un **26%**.



Principales mercados:
Estados Unidos, Alemania y Gran Bretaña

Exportaciones desde 2010 – Productos y mercados



Centroamérica 22.1%

Resto del mundo 14.2%

- Latinoamérica
- Corea del Sur
- China



Trade Map www.trademap.org

Estadísticas de mercados para el desarrollo del comercio internacional
Es un motor de búsqueda de estadísticas de exportación e importación de los países del mundo. Además, se pueden filtrar por partidas arancelarias, años, valor de venta (FOB), cantidad, e incluso se puede comparar por bloques económicos.

Market Access Map www.macmap.org

Volviendo transparentes las barreras de acceso a los mercados

- Aranceles ad valorem
- Aranceles específicos
- Equivalentes ad valorem de aranceles específicos
- Cuotas arancelarias
- Derechos anti-dumping y otras soluciones comerciales
- Certificados y reglas de origen

Información UE

<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm>

Contiene información sobre la legislación europea necesaria para acceder al mercado de la UE.

- Requisitos (etiquetado, SFS, normas técnicas, etc), gravámenes, derechos de importación
- Presentación de los procedimientos de importación
- Requisitos generales y específicos para importar a la Unión Europea (SPS, salud pública, etiquetado)
- Impuestos
- Acuerdos preferenciales aplicable a su país

Información EEUU www.fda-usa.com

Regulaciones Alimentarias

Organismos públicos y privados de promoción de exportaciones, cámaras, federaciones, asociaciones, gremios

El organismo de apoyo al comercio es una entidad intermedia entre la administración pública y las empresas, orientada a fomentar el desarrollo comercial internacional.

Beneficios para las empresas:

- Participan en los servicios desarrollados por estas organizaciones.
- Identifican en ellas un **punto de información y contacto en materia de promoción comercial nacional e internacional.**
- Establecen redes de contactos empresariales a través de diferentes iniciativas llevadas a cabo por la organización.

Beneficios para las administraciones (Gobierno):

- Su labor de asesoramiento en políticas y directrices en materia comercial desarrolladas por la administración pública.
- **Su labor de transmisión de información pública y reglamentación a las empresas.**

La áreas de articulación público privada:

- Innovación para el fortalecimiento de capacidades productivas y gerenciales
- **Acceso a mercados**
- Articulación productiva y cooperación empresarial
- Acceso a financiamiento

¿Cómo se relacionan los componentes de la Infraestructura de la Calidad con los problemas identificados?



Cadenas productivas nacionales



Aplicable a todos productos y procesos

INFRAESTRUCTURA DE CALIDAD

Sistema Nacional de la Calidad



"conexión y rol"

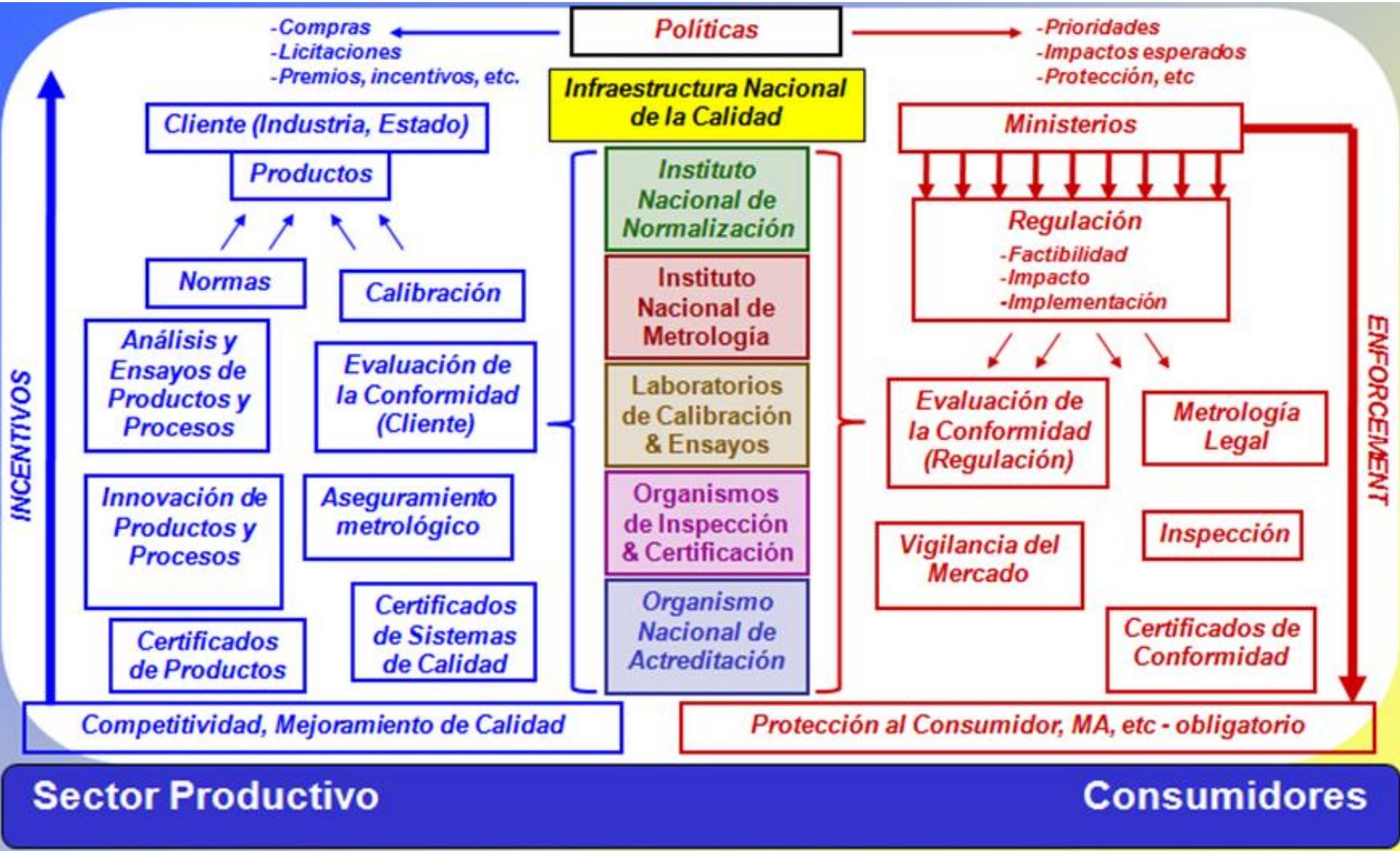
Evaluación de la Conformidad

Sistema Internacional de la Calidad

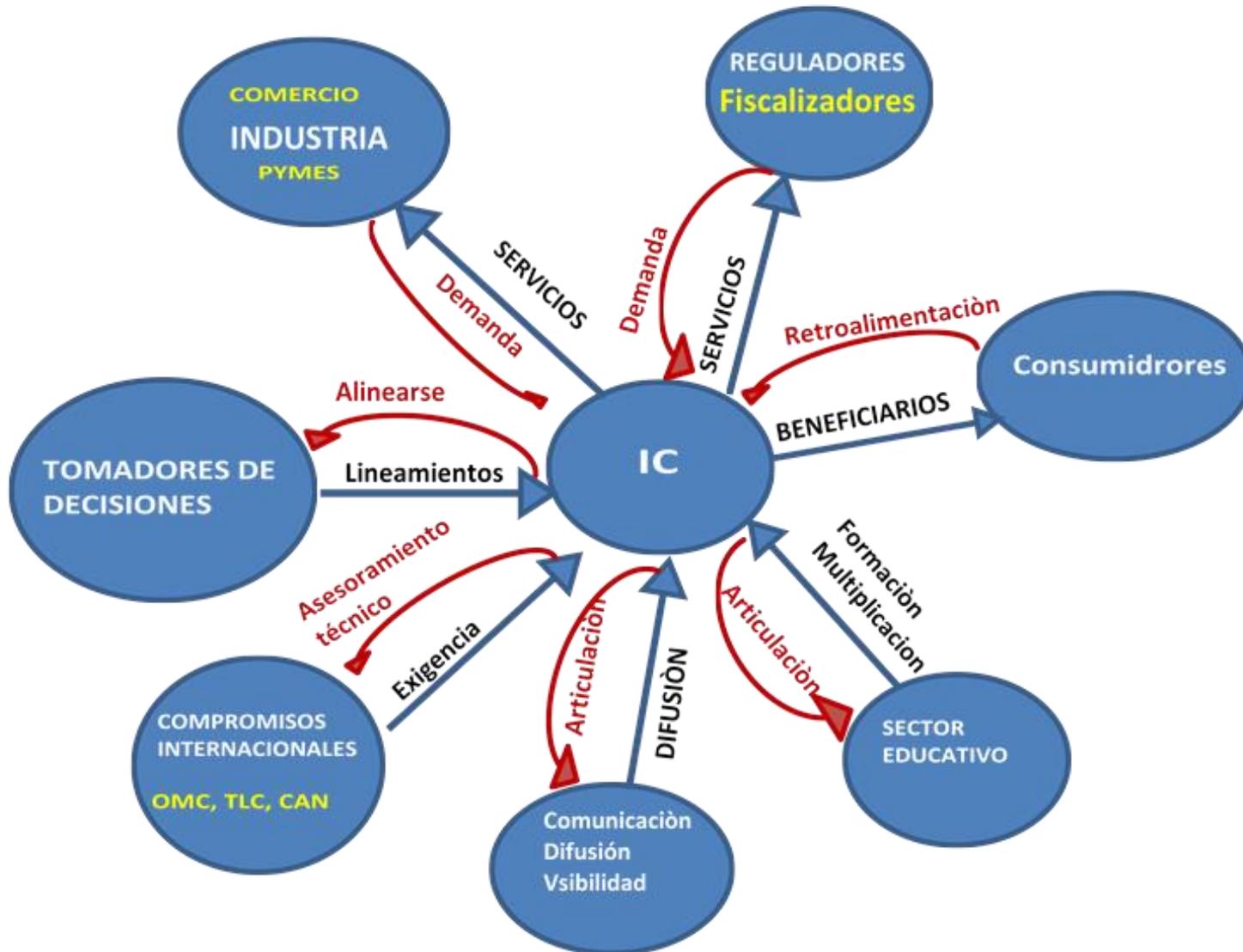


IC para el sector privado y público

19 20



Actores de la IC y su interrelación





¿Cómo desarrollar estrategias para la superación de las restricciones?



1. Fortalecimiento de la IC

Reconocimiento internacional

El Organismo Nacional de Acreditación debe fortalecer sus capacidades para lograr el reconocimiento internacional.

Acreditación

La acreditación a través del ONA con reconocimiento internacional, permite a los laboratorios de ensayo y a los organismos evaluadores de la conformidad, garantizar la confiabilidad en los resultados.

Trazabilidad de magnitudes

En metrología se puede lograr trazabilidad en las magnitudes requeridas a nivel nacional, comparadas con magnitudes regionales que a su vez han sido trazadas con los referentes internacionales. Los patrones son costosos y difíciles de adquirir y la economía de nuestros países no siempre justifica la adquisición de estos, por lo que es importante evaluar, priorizar y actuar con el Sistema Internacional de la Calidad

Transparencia e independencia de cada uno de los componentes, que permita la generación de confianza, como consecuencia de una infraestructura de la calidad fortalecida, transparente e independiente.



2. Mejoramiento del sistema de regulación y control



Hasta que la industria no comprenda los requisitos de los mercados internacionales, el Estado las sustituye a través de reglamentación, resultando en la sobrerregulación.

Es importante revisar los productos sujetos a regulación técnica, realmente lo regulado implica un riesgo para la salud y seguridad de los consumidores?

Siempre comenzar por el análisis de riesgo del producto, para determinar si este requiere regulación, de lo contrario se produce una sobrerregulación, en la que la gestión oficial nunca es suficiente para su control.

3. Promoción de la Cultura de Calidad y apoyo a la competitividad de las empresas

La calidad:

Inicia con la educación básica, hacer bien desde la primera vez, y la difusión de la cultura de calidad;

Se fortalece con el conocimiento, capacitación, especialización;

Se desarrolla con la apertura de los mercados; y

Se evidencia en la competitividad de las empresas





**Calidad de Producto:
Normas/Metrología/Evaluación
de la conformidad/ Acreditación**



Empresa competitiva



**PRODUCTO CON CALIDAD
MERCADO NACIONAL E INT'L**

**Seguridad de Producto:
Reglamento/Metrología/Evaluación
de la conformidad/Acreditación
/Vigilancia del mercado**



Producto conforme



**USUARIO PROTEGIDO
MERCADO NACIONAL E INT'L**

Para el Gobierno:

- Los reguladores se benefician de una **IC independiente, imparcial y dinámica** porque genera confianza.
- El Gobierno se apoya en los servicios de la IC para controlar el cumplimiento de los reglamentos y asegurar **la protección al consumidor y al medio ambiente.**

Para la industria:

- La industria se apoya en los servicios de la IC para el cumplimiento de los **criterios regulados para los mercados y los requisitos adicionales de los compradores para diferenciarse en el mercado.**
- Las herramientas de una IC confiable permiten adicionalmente, hacer la **mejora continua de la calidad**, analizando las no conformidades, para hacer las correcciones y evidenciar el cumplimiento.
- La **IC fortalecida y coordinada** permite a la industria, no solo orientarse a las necesidades de control de los reguladores, sino a niveles más altos y dinámicos para competir en aspectos no regulados. Así, nuestra industria estará preparada para ser más competitiva a través de la **innovación y la implementación de nuevas tecnologías.**

Gracias