

## + Promoción Comercial Internacional

La promoción comercial internacional de bienes y servicios parece que siempre estuviera rezagada, por insuficiencia de recursos y de un plan que refleje además los objetivos de largo plazo de la estructura productiva nacional. El modelo exportador necesita oxígeno. La promoción es sólo un componente.

Recientemente, el Ministerio de Relaciones Exteriores expuso su organización para promoción y el Ministerio de Economía anunció la elaboración del plan de promoción.

Algunas repetidas, breves y elementales reflexiones a considerar:

### ¿Qué productos debemos incluir en la promoción comercial?

Todos, pero estratégicamente impulsar mercancías con alto valor agregado y con componente tecnológico.

### ¿A qué destinos debemos promover?

El sentido común nos señala a los países vecinos y con quienes tenemos acuerdos comerciales, pero se debe incluir mercados no convencionales para que reditúen en el mediano plazo, ya se ha trabajado en esto pero requiere mayor esfuerzo.

### ¿Para qué consumidor debemos hacer promoción comercial?

Compleja decisión, la relación producto-consumidor-mercado nos marca una gran diversidad de posibilidades, pero de forma simplista debemos retornar a nuestra oferta exportable actual, en desarrollo y la futura para desarrollar esta matriz.

### ¿Qué empresas deben acceder a la promoción comercial internacional?

No todas, unas por falta de capacidad inicial y otras porque ya están internacionalizadas. Apoyar a las que aún no tienen las capacidades es otra asignación pendiente, con esfuerzos ya realizados de muchos años.

El sector de alimentos y bebidas requiere de una vigorosa promoción comercial internacional, cuenta con productos con valor agregado, hoy se exportan a **80 países**, se adapta a la matriz productor-consumidor-mercado y requiere de apoyo para preparar a futuras empresas exportadoras.



### CONTENIDO:

+ Promoción Comercial Internacional	1
Actualidad: Los 5 beneficios de medir los procesos de limpieza industrial	2
I Convención Internacional de A&B	3
Noticias Vida Saludable	4
En la Mira Etiquetado frontal Data	5
En Seguimiento	

### CONTÁCTANOS:

 2335-2890

 /cgab  
/vida saludable GT

 Cgab2018  
vidasgt18

 www.cgab.org.gt

 **Cámara  
Guatemalteca  
de Alimentos y  
Bebidas**

## Los 5 beneficios de medir los procesos de limpieza industrial

En general los procesos de producción de alimentos y bebidas dejan residuos en las plantas que no pueden ser removidos de manera simple. Sistemas como **Cleaning in Place (CIP)** pueden asegurar la salud y seguridad del consumidor, mantener la calidad del producto, ahorro y automatización del proceso. El **CIP** (en español, limpieza in situ) es un método para limpiar equipos de producción y tuberías. Los equipos se limpian sin desmontar mediante un procedimiento en circuito o paso. A continuación, **los 5 beneficios** de medir los procesos de



limpieza en las procesadoras de alimentos y bebidas:

**Facilidad:** al realizar el proceso de limpieza CIP no es necesario desmontar toda la maquinaria, ya que los expertos en el área hacen una medición y deciden cómo aplicar los parámetros de fuerza mecánica, térmica, química y tiempo de contacto, realizando un proceso integral.

**Efectividad:** la combinación ideal de las fuerzas asegura la eliminación de los residuos de una manera más eficiente.

**Seguridad alimentaria:** usar el proceso de limpieza CIP adecuado se pueden lavar las superficies que están en contacto con el alimento y hacer que las soluciones de limpieza circulen en las máquinas de procesamiento.

**Automatización:** el control y la medición del proceso de limpieza industrial requiere poca o ninguna intervención de un operario, por la utilización de instrumentación para monitorear el proceso.

**Ahorro de producción:** al implementar mediciones exactas durante el proceso de limpieza CIP, permite a las empresas minimizar residuos, ahorrar energía y reducir el tiempo de inactividad de producción durante el proceso de limpieza.

# I Convención Internacional

La **I Convención Internacional de Alimentos y Bebidas** es una oportunidad para actualizarte con temas de interés para el sector.

Contáctenos: Tels. 3371-2128/3750-9979

Correo: [servicio@gbk.company](mailto:servicio@gbk.company)  
[comunicacion.social@cgab.org.gt](mailto:comunicacion.social@cgab.org.gt)

Link para reservar:  
 Presione [Aquí](#)



**19 de marzo  
del 2020**

[www.cgab.org.gt](http://www.cgab.org.gt) [convencion1@cgab.org.gt](mailto:convencion1@cgab.org.gt)

## CONFERENCIAS

Los temas de mayor actualidad a nivel global  
para el sector de alimentos y bebidas.

Tel. (502) 2335 2880  
[www.cgab.org.gt](http://www.cgab.org.gt)

**G3K GROUP**  
 CONSULTING • FOOD • BUSINESS • SERVICES  
 www.g3kgroup.com

Atención al cliente y patrocinador  
 Tel. (502) 3372 - 2128  
[servicio@gbk.company](mailto:servicio@gbk.company)

# Noticias

## Visita a la Viceministra de Economía del Minex

Con la Licda. Shirley Aguilar, se conversaron temas sobre la promoción comercial y del acompañamiento a las reuniones a nivel internacional del Codex Alimentario y OMS.



## Taller Nacional del Proyecto BID

Organizado por Servicios Internacionales para el Desarrollo Empresarial – (SIDE) y la CGAB. En apoyo a la Promoción de la Agenda de Comercio para la Internacionalización de Agronegocios Sustentables.

## La CGAB recibió a la Comisión de Seguridad Alimentaria del Congreso

Reunión, en la cual se trataron temas de prioridad para la seguridad alimentaria y sobre la iniciativa de prevención y pérdidas de alimentos.



VIDA SALUDABLE

CÁMARA GUATEMALTECA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

**La actividad física es un "medicamento" natural, evita la obesidad, el estrés y contribuye a una vida saludable.**



# En la Mira



Los alimentos envasados deben estar etiquetados según el RTCA 67 01 60 10

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Tamaño de porción 2 rebanadas 41.9 g Porciones por envase 13		
	Cantidad por 100 g	%VRN
Energía	482 kJ	
Grasa total	1.2 g	2.3
Grasa saturada	0.5 g	
Carbohidratos	21.8 g	10.7%
Sodio	218 mg	8.1%
Proteínas	3.8 g	

Este etiquetado le brinda la información necesaria del producto

VRN: Valor Referencia Nutrientes

## En seguimiento:

- Ley de promoción de alimentación saludable
- RTCAs de etiquetado nutricional y de etiquetado nutricional frontal
- RTCA de registro sanitario
- Leyes de Gestión Integral de Residuos y Desechos
- Acuerdo gubernativo 189-2019 prohibición de plásticos
- FYDUCA para empresas maquiladoras
- Reglamento CA de competencia
- Modificación del CAUCA y RECAUCA
- Reglamento Nacional de Lácteos
- RTCA yogurt
- TLC con Israel

La edición 40 se envió a 619 destinatarios

## SÍGUENOS



/cgab  
/vida saludable GT



Cgab2018  
vidasgt18



www.cgab.org.gt



Cámara Guatemalteca  
de Alimentos y  
Bebidas

**Data:**  
Las exportaciones de A&B a Estados Unidos crecieron el **19.4%** en los últimos tres años.