



# GUÍA DE MERCADO MULTISECTORIAL Guatemala

## Contenido

1.	Resumen ejecutivo .....	3
2.	Información general .....	3
3.	Situación económica y de coyuntura .....	4
3.1.	Análisis de las principales variables macroeconómicas .....	4
3.2.	Evolución de los principales sectores económicos .....	5
3.3.	Nivel de competitividad .....	5
4.	Comercio exterior de bienes .....	6
4.1.	Intercambio comercial de Guatemala con el mundo .....	6
4.2.	Intercambio comercial de Guatemala con Perú .....	7
5.	Acceso a mercado .....	8
5.1.	Medidas arancelarias y no arancelarias .....	8
5.2.	Otros impuestos aplicados al Comercio .....	9
6.	Oportunidades Comerciales .....	10
6.1.	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales .....	10
6.2.	Productos con potencial exportador .....	11
7.	Tendencias del Consumidor .....	14
9.	Links de interés .....	16
10.	Eventos comerciales .....	16
11.	Bibliografía .....	16

## 1. Resumen ejecutivo

En 2020, la economía guatemalteca decreció 4.0% y se proyecta la misma tasa de crecimiento para 2021. Un crecimiento en las exportaciones y en el gasto del consumidor (créditos y remesas) proporcionará mucha de la ayuda para lograr menguar ésta caída. Este país tiene una economía abierta, pues obtiene alrededor del 20% de sus ingresos de las exportaciones. El 33% de lo exportado en 2020 fue dirigido a Estados Unidos, por lo que el comercio con este país es de gran importancia.

Respecto al intercambio comercial con el mundo, en 2019 este ascendió a US\$ 31 mil millones, es decir 1.8% más respecto al año anterior. Las exportaciones y las importaciones crecieron en 2.9% y 1.1% respectivamente. Las importaciones guatemaltecas en 2019 sumaron US\$ 20 mil millones y tuvo una variación promedio positiva de 0.8% en los últimos cinco años. En 2020, los principales mercados proveedores de Guatemala fueron los Estados Unidos, China y México, y representaron 37%, 11% y 11%, respectivamente. Perú tuvo una participación de 0.5% del total importado.

Las exportaciones peruanas no tradicionales representan el 90% del total exportado y crecieron con una tasa promedio anual de 2.7% en los últimos 5 años. En 2020, los sectores que incrementaron en mayor medida sus envíos a Guatemala fueron Químico (+1.3%), Agropecuario (+16.2%), Sidero Metalúrgico (+28.2%) y pesquero (+26.0%). Por otro lado, las exportaciones del sector tradicional experimentaron un aumento de US\$ 3 millones con respecto a los últimos 5 años.

## 2. Información general<sup>1</sup>



Guatemala está situado en América Central. Está situado en una posición privilegiada dentro del Istmo Centroamericano, entre los 14° y los 18° de latitud norte y los 88° y 92° de longitud oeste. Tiene fronteras al norte y noroeste con México (960 Km), al noreste con Belice (266 Km), al este con el Mar Caribe (148 Km) y Honduras (256 Km), al sudeste con El Salvador (203 Km) y al sur con el Océano Pacífico (254 Km). Ocupa una extensión de 108 889 Km<sup>2</sup>, de los que 2 500 Km<sup>2</sup> corresponden a ríos y lagos. Actualmente cuenta con 15,9 millones de habitantes.

Guatemala es llamado el país de la eterna primavera por lo poco pronunciado de los cambios de temperatura durante todo el año. La temperatura media de la ciudad capital es de 18° centígrados. La media máxima de 24,8°C y la media mínima de 12,9°C. La temporada de lluvias se inicia en junio y termina en octubre. La temporada seca empieza en noviembre y termina en mayo. En las costas el clima es tropical (caluroso

y húmedo), así como en la selva del Departamento de Petén, al norte del país. En el altiplano el clima es templado, incluso frío durante algunos meses al año. Guatemala con 142 habitantes por km<sup>2</sup>, está en el puesto 133 en cuanto a densidad se refiere.

Se estima que la capital cuenta con 3,3 millones de habitantes. Otras ciudades que le siguen en importancia son: Huehuetenango (1,2 millones), Alta Verapaz (1,2 millones), San Marcos (1,1 millones), Quiché (1,1 millones) y Quetzaltenango (0,8 millones).

La edad promedio es de 20 años y el promedio de la distribución entre hombres y mujeres es casi la misma (49% y 51% respectivamente). La esperanza de vida es de 72 años y aproximadamente el 49% vive en la zona urbana. El idioma oficial es el español, pero existen además veintiún (21) dialectos de origen maya. En los negocios, el inglés es el idioma más utilizado.

<sup>1</sup> Fuente: CIA World Factbook (2020)

### 3. Situación económica y de coyuntura

#### 3.1. Análisis de las principales variables macroeconómicas

De acuerdo al portal de Santander Trade (2020), Guatemala creció 3.6% en 2019, debido a las fuertes remesas de EE. UU., El comercio exterior y el consumo privado, este último constituye más del 80% del PIB del país. La economía de Guatemala recibe un fuerte apoyo financiero de Estados Unidos y de prestamistas multilaterales; se ve reforzada por los acuerdos de libre comercio con los Estados Unidos y la Unión Europea; disfruta de una proximidad privilegiada con México y EE.UU.; y es reconocido como un país con alto potencial en múltiples sectores (turismo, agricultura, minería, energía hidroeléctrica y geotermia). Según las previsiones actualizadas del FMI a partir del 14 de abril de 2020, debido al brote del COVID-19, se espera que el crecimiento del PIB caiga al -2% en 2020 y repunte al 4.0% en 2021, sujeto a la situación económica mundial post pandémica.

Cuadro N° 01

Indicadores Económicos	2018	2019	2020*	2021*	2022*
Crecimiento del PIB (%)	3.2	3.8*	-2.0	4.0	3.8*
PIB per cápita (%)	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0
Tasa de inflación (%)	3.8	3.7	2.1	2.1	3.6
Tasa de desempleo (%)	3.0	3.0	3.0	2.9	2.8

Fuente: FMI (Consultado Febrero, 2021) Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ \*Estimado<sup>2</sup>

La economía caerá en 2020, pero la contracción no será tan severa como en otros países de la región. El PIB real disminuirá un 2.0% en 2020, después de un crecimiento del 3,8% en 2019. La actividad interna se verá afectada por las medidas del COVID-19. El consumo final privado se contraerá a medida que disminuyan las remesas. El sector externo está sufriendo un crecimiento más débil de la economía estadounidense y los efectos de la desaceleración mundial relacionados con COVID-19.

Si bien los precios subieron un 3.7% en 2019. En 2020, la inflación fue del 2.1%. La tasa objetivo del banco central es 3-5%. La desaceleración de la inflación se debe al colapso del precio del petróleo y al declive de la economía. El banco nacional ha reducido su tasa de política en 100 puntos básicos en 2020, hasta el 1.75%. La amplia dolarización de la economía plantea riesgos para la soberanía monetaria.

Cabe mencionar que el valor real del consumo final privado aumentó un 4.3% en 2019 y se espera una caída del 3.3% en 2020. La desaceleración de la economía estadounidense ha afectado las entradas de remesas por parte de Guatemala; y esto, combinado con las medidas internas de contención del COVID-19, ha desacelerado el gasto interno,

Por otro lado, el crecimiento constante de los ingresos ha ayudado a llevar el déficit presupuestario muy por debajo del promedio regional en los últimos años. El déficit aumentó al 1.9% en 2018 y se incrementó al 2.2% en 2019. Se prevé un déficit equivalente al 4,9% del PIB para 2020. Para frenar el impacto económico de la pandemia de COVID -19, el gobierno anunció un importante estímulo fiscal paquete de aproximadamente USD 2,3 mil millones (3,0% del PIB de 2019). El paquete incluye transferencias de efectivo; subsidios salariales; aplazamientos de impuestos sobre la renta y contribuciones sociales; mayores subsidios a la electricidad; y financiación para pymes. Además, se incrementará el gasto sanitario.

La unidad monetaria de Guatemala, es el Quetzal guatemalteco (GTQ). Las equivalencias monetarias en términos del dólar norteamericano USD (Unidad Monetaria de los Estados Unidos) y de los nuevos soles PEN (Perú) se indican en cuadro adjunto<sup>3</sup>.

1 USD = 7.70334 GTQ US Dollar ↔ Quetzal guatemalteco 1 GTQ = 0.129814 USD  1 PEN = 2.11104 GTQ Peruvian Sol ↔ Quetzal guatemalteco 1 GTQ = 0.47370 PEN
--

<sup>2</sup> Fuente: Fondo Monetario Internacional (FMI) - 2020

<sup>3</sup> Fuente: XE.com Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

### 3.2. Evolución de los principales sectores económicos<sup>4</sup>

La economía de Guatemala no tiene muchos recursos naturales, pero el país todavía tiene algunas reservas de petróleo, tierras para la agricultura y algunos pequeños depósitos minerales. Las principales industrias en Guatemala incluyen la producción de café; producción de textiles, industrias del papel, petróleo, productos farmacéuticos y procesamiento de caucho; y turismo. El país, que tiene una pequeña industria minera, extrae cobre, zinc, hierro y níquel, también tiene un fuerte potencial geotérmico e hidroeléctrico. El sector agrícola representa el 10% del PIB y emplea al 29,2% de la población activa. Además del café, la agricultura guatemalteca incluye azúcar, banano, algodón, caucho, cardamomo y una variedad de maderas y frutas preciosas. En los últimos años, las comunidades agrícolas, en su mayoría indígenas, se han visto desplazadas por la desigualdad de la tierra, los bajos salarios de las plantaciones.

El sector industrial representa el 24,6% del PIB y el 20,6% del empleo. Más de la mitad de la actividad económica en Guatemala ocurre dentro de cuatro sectores: manufactura, comercio, servicios privados y agricultura. Los sectores de industria, manufactura y agricultura se enfocan principalmente en producir los siguientes productos: textiles, muebles, petróleo, azúcar, flores, frutas y verduras, alimentos procesados y químicos.

El sector de servicios representa la mayor parte del PIB (62,1%) y emplea al 50,2% de la población. Los sectores clave incluyen turismo, atención médica, servicio al cliente, servicios financieros, instituciones bancarias, hotelería, comunicaciones y venta minorista. El turismo es uno de los sectores más importantes del país, que genera miles de millones de dólares cada año.

### 3.3. Nivel de competitividad

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de Doing Business, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 190 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para Guatemala, Perú y otros países similares<sup>5</sup>.

**Cuadro N° 02 Facilidad para hacer negocios 2019**

Criterios	Guatemala	Perú	Colombia	Chile	México
<b>Global Rank</b>	<b>96</b>	<b>76</b>	<b>67</b>	<b>59</b>	<b>60</b>
Apertura de un negocio	99	133	95	57	107
Manejo permiso de construcción	118	65	89	41	93
Obtención de electricidad	46	88	82	39	106
Registro de propiedades	89	55	62	63	105
Obtención de crédito	15	37	11	94	11
Protección de los inversionistas minoritario	153	45	13	51	61
Pago de impuestos	104	121	148	86	120
Comercio transfronterizo	82	102	133	73	69
Cumplimiento de contratos	176	83	177	54	43
Insolvencia	157	90	32	53	33

Fuente: Doing Business Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU (Consultado Febrero, 2021)

Del cuadro N° 02, se puede mencionar que el país de Guatemala, se encuentra en el puesto Nro.96 del Ranking Global. De los cuales destaca en algunos criterios como “Manejo de permiso de construcción”, “Protección a los inversionistas minoritarios”, “Cumplimiento de contratos”, “Resolución de la Insolvencia”, entre otros.

<sup>4</sup> Fuente: Euromonitor – Country Profile Guatemala (2020)

<sup>5</sup> Fuente: Doing Business (2020)

#### 4. Comercio exterior de bienes

##### 4.1. Intercambio comercial de Guatemala con el mundo<sup>6</sup>

Las exportaciones de Guatemala aportan una pequeña proporción del PIB. En 2019, las exportaciones ascendieron al 14.6% del PIB. El valor de las exportaciones (en dólares estadounidenses) aumentó 1.8% en 2019 y se prevé una caída de 8.2% para 2020 debido a que la demanda mundial se ve afectada por COVID-19.

La economía depende en gran medida de la agricultura, y sus principales exportaciones son el café y el azúcar. Esto deja al país especialmente vulnerable a las fluctuaciones de los precios de las materias primas. En 2019, los alimentos representaron el 18,0%. Las exportaciones agrícolas están aumentando a medida que se fortalece la producción agrícola.

Aproximadamente el 32,4% de todas las exportaciones se dirigieron a los EE. UU. En 2019. Esta dependencia fue cimentada por el Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y Centroamérica (CAFTA), que entró en vigencia en 2006 y otorgó a Guatemala acceso libre de aranceles para muchos de sus bienes que ingresan al EE.UU. En 2012, Guatemala (junto con otros cinco países centroamericanos) firmó un acuerdo comercial integral con la UE. El país también tiene un tratado de libre comercio con México.

En 2019 se registró un superávit por cuenta corriente equivalente al 2,4% del PIB, que se ampliará al 2,5% en 2020.

**Cuadro N° 03. Intercambio Comercial: Guatemala - Mundo**  
(Millones de US\$)

Comercio Exterior	2015	2016	2017	2018	2019	TCP%	Var%
						2015-2019	2019/2018
Exportaciones	10,463	10,463	11,011	10,863	11,183	2.9%	1.0%
Importaciones	19,280	17,001	18,388	19,655	19,881	1.1%	0.8%
Balanza Comercial	-8.526	-6.538	-7.376	-8.792	-8.698	-1.1%	0.5%
Intercambio Comercial	30,033	27,464	29,399	30,519	31,064	1.8%	0.8%

Fuente: TradeMap (Consultado Febrero 2021). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

De acuerdo a la estadística de Santander Trade (2020), la integración regional es una prioridad de la política exterior guatemalteca y el comercio representa el 45,8% del PIB. La pobreza, la violencia y la incertidumbre política siguen siendo los mayores obstáculos para un mayor comercio. Guatemala es el 82° exportador más grande y el 78° importador más grande del mundo. El país exporta principalmente banano (8%), azúcar de caña o remolacha (7,5%), café (6,8%), aceite de palma (4,1%) y nuez moscada (3,3%); mientras que las importaciones incluyen aceites de petróleo (11,7%), vehículos automotores (5%), aparatos de transmisión para radiotelefonía (3,3%) y medicamentos (2,7%).

Los principales socios comerciales de Guatemala son Estados Unidos, El Salvador, China, México, Honduras, Nicaragua, México y Costa Rica. Guatemala es uno de los cinco países del Mercado Común Centroamericano (MCCA) junto con Costa Rica, El Salvador, Honduras y Nicaragua. El país también es miembro del Sistema de Integración Centroamericana (SICA). La Unión Europea apoya este proceso de integración, que fue una de las condiciones de un acuerdo entre las dos regiones. Guatemala es, después de Nicaragua, el segundo mayor receptor de ayudas de cooperación europea en Centroamérica y se beneficia del Régimen Generalizado de Preferencias. Los desafíos para el comercio futuro incluyen el Brexit y la disminución de las exportaciones debido al cierre de negocios en las zonas francas.

---

<sup>6</sup> Fuente: Santander Trade (2020)

#### 4.2. Intercambio comercial de Guatemala con Perú<sup>7</sup>

Las exportaciones de Perú al mercado de Panamá totalizaron un valor de US\$ 66 millones en el 2020, lo cual significó un decrecimiento de 20.8% en relación a similar periodo del año anterior. No obstante, para ese mismo año, el intercambio comercial entre ambos países fue de US\$ 109 millones, lo cual significó un decrecimiento del 34.4% en relación al año anterior.

**Cuadro N° 04**

Información Comercial: Guatemala - Perú (US\$ Millones)							
Indicadores	2016	2016	2017	2018	2019	TCP. % 16-20	Var.% 20/19
Exportaciones de Perú a Guatemala	58	58	86	84	66	-20.8%	3.4%
Importaciones de Perú desde Guatemala	51	88	49	83	43	-48.2%	-4.2%
Balanza Comercial	7	-30	37	1	23	3,184.7%	36.0%
Intercambio Comercial	109	146	134	166	109	-34.4%	0.1%

Fuente: SUNAT. (Consultado, Febrero 2021). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Un dato clave que se debe señalar es que, en el año 2020, el mercado de Guatemala se ubicó en el puesto N° 37 como destino de las exportaciones peruanas. No obstante, en ese mismo año un total de 235 empresas exportaron 628 productos (HS10), y cuyo principal envío fue las uvas frescas por un valor de US\$ 6 millones en el 2020.

El sector tradicional totalizó un valor de US\$ 7 millones, lo cual significó un decrecimiento de 41.8% en relación al mismo periodo del año anterior, este decrecimiento se ve sustentado menores envíos del cinc sin alear y harina de pescado. Asimismo, el sector no tradicional totalizó un monto de US\$ 59 millones, lo cual significó un decrecimiento de 17.4%, esta caída se ve sustentado principalmente por los menores envíos de cementos (Clinker).

**Cuadro N° 05**

Exportaciones por sectores económicos (Millones de US\$)			
SECTOR	2019	2020	Var% 20/19
<b>TRADICIONAL</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>41.8%</b>
Mineros	7	5	31.5%
Pesqueros	5	2	55.7%
Petróleo y Gas Natural	0	-	-100.0%
<b>NO TRADICIONAL</b>	<b>72</b>	<b>59</b>	<b>17.4%</b>
Químico	24	24	1.3%
Agropecuario	11	13	16.2%
Sidero Metalúrgico	5	6	28.2%
Metal-Mecánico	10	5	-53.5%
Pesquero	3	4	26.0%
Maderas y Papeles	3	3	-19.0%
Minería no Metálica	12	2	-81.2%
Textil	2	2	-35.4%
Varios (inc. Joyería)	1	1	-28.6%
Pieles y Cueros	0		-100.0%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>84</b>	<b>66</b>	<b>20.8%</b>

Fuente: SUNAT. (Consultado, Febrero 2021).  
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

<sup>7</sup> Fuente: SUNAT. Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

En el año 2020, se exportaron 626 productos (HS10) no tradicionales al mercado de Guatemala. Entre estos principales productos no tradicionales destacan los envíos de uvas frescas (US\$ 6 millones), las demás placas láminas, hojas y tiras (US\$ 5 millones), colas de langostino (US\$ 4 millones), materias colorantes de marigold (US\$ 3 millones) y discos, hexágonos, de cinc (US\$ 2 millones) entre otros. Cabe destacar que los cinco principales productos no tradicionales representan el 33% del total exportado en cuanto a los envíos con valor agregado.

A continuación, se muestra el siguiente cuadro N°6, el cual resume los 10 principales productos no tradicionales exportados al mercado de Guatemala. Cabe destacar, que se tomó como base de selección los 10 principales productos no tradicionales exportados en el año 2020.

**Cuadro N° 06**

<b>Guatemala: Principales productos no tradicionales (US\$ Millones)</b>									
<b>Partida</b>	<b>Descripción*</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>TCP 2016-2020</b>	<b>Var.% 20/19</b>	<b>Part.% 2020</b>
0806100000	- Uvas frescas	4	3	4	4	6	8.2%	53.0%	9%
3920100000	- Las demás placas, láminas, hojas y tiras	3	4	4	4	5	15.5%	31.6%	9%
0306171300	- Colas de langostinos congeladas	1	0	2	3	4	54.0%	15.4%	6%
3203001500	- Materias colorantes de marigold	2	-	1	2	3	11.3%	23.3%	5%
7905000091	- Discos, hexágonos, de cinc cuya mayor di	3	4	4	2	2	-7.3%	-1.2%	4%
7217200000	- Alambre de hierro o acero cincado	0	0	0	0	2	196.5%	251.6%	3%
1905310000	- Galletas dulces (con adición de edulcora	1	1	1	2	2	15.8%	-1.4%	3%
2523100000	- Cementos sin pulverizar (Clinker)	1	3	7	11	1	10.0%	-87.0%	2%
0904211090	- Los demás paprika (capsicum annum)	2	1	2	3	1	-13.2%	-48.1%	2%
4901999000	- Los demás libros, folletos e impresos si	1	2	3	0	1	-4.3%	138.0%	2%
Resto		35	34	37	40	33	-19.4%	-1.8%	55%
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>53</b>	<b>53</b>	<b>64</b>	<b>72</b>	<b>59</b>	<b>-17.4%</b>	<b>2.7%</b>	<b>100%</b>

Fuente: SUNAT. (Consultado, Febrero 2021). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

## 5. Acceso a mercado

### 5.1. Medidas arancelarias y no arancelarias

#### Medidas arancelarias

El Tratado de Libre Comercio Perú – Guatemala se suscribió en la ciudad de Guatemala el 6 de diciembre de 2011. El cual aún no se encuentra en vigencia.<sup>8</sup>

Este Tratado se enmarca dentro de la estrategia comercial de mejorar las condiciones de acceso a mercados, y al mismo tiempo, establecer reglas y disciplinas claras que promuevan el intercambio comercial de bienes y servicios e inversiones. En efecto, el tratado regula temas relativos a Acceso a Mercados, Reglas de Origen, Procedimientos Aduaneros y Facilitación del Comercio, Cooperación Aduanera, Obstáculos Técnicos al Comercio, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Defensa Comercial, Políticas de Competencia, Servicios, Inversiones, Propiedad Intelectual, Compras Públicas, Solución de Diferencias y Asuntos Institucionales.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo)

<sup>9</sup> Autoridad Nacional de Aduanas

Cuadro N° 07

Guatemala : Preferencias arancelarias para Perú para principales productos no tradicionales						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria Perú
1	080610	Uvas frescas	2	Estados Unidos (60%) Chile (17%) México (5%)	15.0%	15.0%
2	392010	Las demás placas, láminas, hojas y tiras	5	México (62%) El Salvador (24%) Estados Unidos (19%)	0.0%	0.0%
3	030617	Colas de langostinos congelados	3	Ecuador (38%) Honduras (18%) Argentina (10%)	10.0%	10.0%
4	320300	Materias colorantes de origen vegetal	1	México (22%) España (22%) Estados Unidos (4%)	0.0%	0.0%
5	790500	Discos, hexágonos, de cinc	1	Italia (0.0%) China (0.0%) Estados Unidos (0.0%)	0.0%	0.0%
6	721720	Alambre de hierro o acero sin alear	9	China (47%) México (23%) Honduras (21%)	0.0%	0.0%
7	190531	Galletas dulces	6	Costa Rica (19%) El Salvador (24%) México (16%)	15.0%	15.0%
8	252310	Cementos sin pulverizar "Clínker"	1	Corea del Sur (21%) México (10%) Honduras (0.0%)	5.0%	5.0%
9	090421	Los demás paprika	1	México (5%) Nigeria (2%) El Salvador (0.0%)	10.0%	10.0%
10	490199	Los demás libros, folletos e impresiones	10	Estados Unidos (25%) México (25%) España (9%)	0.0%	0.0%

Fuente: TradeMap – Market Access Map (Consultado, Febrero 2021). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

### **Medidas No Arancelarias**

Todos los productos no procesados deben estar registrados ante el Departamento de Registro y Control de Alimentos del Ministerio de Salud<sup>2</sup>. En el etiquetado debe indicar los ingredientes, N° de registro y fecha de vencimiento<sup>3</sup>. Los productos farmacéuticos deben ser registrados ante el Ministerio de Salud antes de ser enviado a Guatemala.

El órgano gubernamental competente encargado de fijar el programa general de normalización es la Comisión Guatemalteca de Normas (COGUANOR). Hasta el momento se han publicado 670 estándares de los cuales 625

son obligatorios. Los estándares obligatorios conciernen especialmente a productos alimenticios y a menudo se refieren a estándares internacionales. Además, la importación de cualquier producto alimenticio debe ir acompañado de un certificado de sanidad solicitado ante el Ministerio de Salud. Se exige asimismo que el etiquetado de los productos esté escrito en español.

Para más información de los estándares obligatorios: <http://coguanor.gob.gt/index.php?id=17>

## 5.2 Otros impuestos aplicados al Comercio

Guatemala aplica una serie de impuestos a distintos productos y servicios relacionados a bebidas, finanzas, inmuebles, etc. A continuación, se presenta una lista de los impuestos.

- **Impuestos sobre la distribución de bebidas alcohólicas destiladas, cervezas y otras bebidas fermentadas.** Cervezas y otras bebidas de cereales fermentados (6%), vinos, vinos espumosos, vinos vermut y sidras (7,5%), bebidas alcohólicas destiladas (8,5%), bebidas alcohólicas mezcladas (7,5%), el resto de bebidas fermentadas (7,5%).

Para mayor información: <https://sites.google.com/site/elabcde losimpuestossat/el-abc-de-los-impuestos-1/07-impuesto-sobre-la-distribucion-de-bebidas-alcoholicas-destiladas-cervezas-y-otras-bebidas-fermentadas>

- **Impuesto sobre la renta.** Afecta los servicios profesionales, propietarios de negocios, empresas o sociedades, empleados que ganan más de Q30 000 al año pagan 7% y menos a ese monto 5%, la tasa es de 5% sobre las ventas.

Para mayor información, visitar: <https://sites.google.com/site/elabcde losimpuestossat/el-abc-de-los-impuestos-1/03-impuesto-sobre-la-renta-isr>

- **Impuesto al valor agregado.** La tasa es de 12% del valor del bien o servicio y se aplica la venta o permita de bienes muebles así como los derechos que se constituyan sobre ellos, a la prestación de servicios dentro del territorio nacional, las importaciones, el arrendamiento de bienes muebles e inmuebles, adjudicaciones de bienes muebles e inmuebles en pago, retiro de bienes muebles efectuados por un contribuyente o por el propietario, socio, directores o empleados de la empresa para su uso a consumo personal, destrucción, pérdida o cualquier hecho que implique faltante de inventario, venta o permuta de bienes inmuebles y donación de bienes e inmuebles.

Para mayor información, visitar: <https://sites.google.com/site/elabcde losimpuestossat/el-abc-de-los-impuestos-1/impuesto-al-valor-agregado-iva>

## 6. Oportunidades Comerciales

### 6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

El Tratado de Libre Comercio Perú – Guatemala se suscribió en la ciudad de Guatemala el 6 de diciembre de 2011.

Este Tratado se enmarca dentro de la estrategia comercial de mejorar las condiciones de acceso a mercados; y al mismo tiempo, establecer reglas y disciplinas claras que promuevan el intercambio comercial de bienes y servicios e inversiones. En efecto, el Tratado regula temas relativos a Acceso a Mercados, Reglas de Origen, Procedimientos Aduaneros y Facilitación del Comercio, Cooperación Aduanera, Obstáculos Técnicos al Comercio, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Defensa Comercial, Políticas de Competencia, Servicios, Inversiones, Propiedad Intelectual, Compras Públicas, Solución de Diferencias y Asuntos Institucionales.

En cuanto a sus beneficios, cabe señalar que aproximadamente el 95% de las exportaciones peruanas ingresarán a Guatemala libres de arancel en un periodo máximo de 5 años contados desde la entrada en vigor del acuerdo. Esto permitirá que productos de exportación del Perú, tales como, pescados y conservas de pescado, ajos, espárrago, aceitunas, alcachofas, uvas, mandarinas, mangos, el maíz gigante del Cusco, el maíz morado, galletas, chocolates, insecticidas, detergentes, prendas de vestir, entre otros, cuenten con un acceso libre de aranceles al mercado guatemalteco.

Asimismo, los principales productos de exportación de Guatemala como insumos químicos, medicinas de uso

veterinario, reactivos de diagnóstico, barnices, tintas, lacas colorantes, entre otros, gozarán de un acceso libre de aranceles al mercado peruano, a la entrada en vigencia del Tratado. Esto favorecerá a la industria nacional y al consumidor final.

Este Tratado significa una herramienta positiva para fomentar el comercio bilateral entre Perú y Guatemala, principalmente, se busca beneficiar a las PYME, que constantemente se encuentran en busca de destinos próximos y afines para colocar sus productos con valor agregado.

Finalmente, el intercambio comercial Perú – Guatemala en el 2011 fue 6.7% mayor al promedio de los dos últimos años. En dicho año, las exportaciones alcanzaron los US\$ 59 millones, concentradas en bienes no tradicionales de los sectores químico y agropecuario. Por otro lado, las importaciones en el 2011 alcanzaron los US\$ 87.7 millones, concentrándose principalmente en bienes de consumo y materias primas.

## 6.2. Productos con potencial exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el Departamento de Inteligencia de Mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, al país de Guatemala. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Panamá (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto “estrella”; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como “prometedor”. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como “consolidado”, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como “estancado”.

### Sector agropecuario

Sector agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2019 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
220300	Cerveza de Malta	Estrella	221	0.0%	Reino Unido (57%) Francia (19%) Países Bajos (12%)
080390	Plátanos frescos o secos	Estrella	63	11.38%	Belice (33%) Costa Rica (33%) República Dominicana (11%)
090111	Café sin tostar ni descafeinar	Estrella	49	0.0%	Reino Unido (35%) Países Bajos (20%) Brasil (11%)
081090	Tamarindos frescos	Estrella	37	0.0%	Reino Unido (84%) España (8%) Alemania (3%)
071080	Hortalizas, incl. “silvestres”, aunque estén cocidas en agua	Estrella	25	0.0%	Reino Unido (52%) Bélgica (31%) Países Bajos (4%)
080440	Paltas frescas o secas	Estrella	23	0.0%	Países Bajos (48%) Reino Unido (29%) Alemania (21%)
200899	Frutas y demás partes comestibles de plantas	Estrella	18	0.0%	Reino Unido (65%) Países Bajos (11%) China (8%)
200599	Vegetales y mezcla, preparados o conservados	Estrella	17	0.0%	Reino Unido (64%) Bélgica (11%) Países Bajos (9%)

200989	Jugo de frutas o verduras	Prometedor	11	0.0%	Reino Unido (61%) Alemania (10%) España (8%)
080290	Frutos secos, frescos incluso sin cáscara	Prometedor	8	0.0%	Reino Unido (65%) Alemania (16%) Países Bajos (11%)

Fuente: TradeMap (Consultado, Febrero 2021). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

### Sector pesquero

Sector pesquero					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2019 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
160414	Preparaciones y conservas de atún	Estrella	26	0.0%	Reino Unido (60%) Alemania (16%) Ecuador (7%)
160419	Preparaciones y conservas de pescado enteros o en trozos	Estrella	24	0.0%	Reino Unido (84%) Alemania (9%) Dinamarca (4%)
030617	Camarones y langostinos congelados	Estrella	23	0.0%	Reino Unido (49%) India (16%) Países Bajos (7%)
030489	Filetes congelados de pescado	Estrella	7	0.0%	Reino Unido (68%) Alemania (31%) Países Bajos (1%)
160420	Preparaciones y conservas de pescado	Estrella	7	0.0%	Reino Unido (67%) Francia (7%) Países Bajos (6%)
030474	Filetes congelados de merluza	Estrella	3	0.0%	Reino Unido (43%) Sudáfrica (43%) España (12%)
030743	Pota cruda congelada	Prometedor	2	0.0%	Sudáfrica (47%) Reino Unido (32%) China (20%)
030354	Caballa congelada	Prometedor	1	0.0%	Reino Unido (97%) Alemania (3%) Dinamarca (0%)
030389	Pescado congelado	Prometedor	1	0.0%	Reino Unido (32%) Francia (16%) Myanmar (16%)
160554	Sepia y calamar preparados o conservados	Prometedor	1	0.0%	Reino Unido (64%) España (34%) Alemania (1%)

Fuente: TradeMap (Consultado, Febrero 2021). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

### **Sector textil y confecciones**

<b>Sector Textil y Confecciones</b>					
<b>Partida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Importaciones 2019 (Millones de US\$)</b>	<b>Arancel Perú</b>	<b>Participación Competidores</b>
610910	T-shirts y camisetas, de punto, de algodón	Estrella	139	0.0%	Reino Unido (44%) Bangladesh (18%) India (11%)
611030	Suéteres "jersey" "pullovers, cardiganes, chalecos y artículos simil de punto de fibras	Estrella	138	0.0%	Reino Unido (39%) China (22%) Camboya (7%)
611020	Suéteres "jersey" "pullovers, cardiganes, chalecos y artículos simil de punto de algodón	Estrella	99	0.0%	Reino Unido (48%) Países Bajos (10%) China (6%)
610990	T-shirts y camisetas, de punto, de materia textil	Estrella	76	0.0%	Reino Unido (50%) China (11%) Turquía (8%)
610462	Pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto, de algodón para mujeres	Estrella	37	0.0%	Reino Unido (37%) Bangladesh (22%) India (13%)
610443	Vestidos de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas	Estrella	35	0.0%	Reino Unido (75%) España (6%) China (6%)
610510	Camisas de punto, de algodón para hombres o niños	Estrella	28	0.0%	Reino Unido (36%) Bangladesh (12%) Rumania (9%)
620442	Vestidos de algodón, para mujeres o niñas	Estrella	21	0.0%	Reino Unido (59%) Turquía (9%) Bangladesh (5%)
610342	Pantalones largos, pantalones con peto, cortos y "shorts"	Estrella	20	0.0%	Reino Unido (37%) Bélgica (14%) Bangladesh (11%)
611430	Prendas de vestir especiales, para usos específicos	Estrella	19	0.0%	Reino Unido (55%) China (15%) España (10%)

Fuente: TradeMap (Consultado, Febrero 2021). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

## **Sector manufacturas diversas**

<b>Sector Manufacturas Diversas</b>					
<b>Partida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Importaciones 2019 (Millones de US\$)</b>	<b>Arancel Perú</b>	<b>Participación Competidores</b>
392690	Artículos de plástico y manufactureras de las demás materiales	Estrella	377	0.0%	Estados Unidos (30%) Reino Unido (21%) Alemania (15%)
392010	Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros	Estrella	178	0.0%	Reino Unido (35%) Francia (14%) Alemania (9%)
340220	Preparaciones tensoactivas, puestas a la venta al por menor	Estrella	151	0.0%	Reino Unido (81%) Alemania (10%) Francia (3%)
711319	Artículos de joyería y sus partes, de metales preciosos	Estrella	148	0.0%	Italia (69%) Reino Unido (18%) Estados Unidos (4%)
701090	Bombonas, botellas, frascos, bocalas, tarros, envases tubulares	Estrella	104	0.0%	Reino Unido (69%) Alemania (9%) Francia (8%)
392321	Sacos, bolsas, de polímeros de etileno	Estrella	101	0.0%	Reino Unido (37%) Estados Unidos (14%) Lituania (8%)
392330	Bombonas, botellas, frascos y artículos similares para transporte	Estrella	84	0.0%	Reino Unido (59%) Estados Unidos (12%) Dinamarca (6%)
392329	Sacos, bolsitas y cucuruchos de plástico	Estrella	72	0.0%	Reino Unido (52%) Estados Unidos (11%) España (5%)
340290	Preparaciones tensoactivas, para lavar	Estrella	63	0.0%	Reino Unido (47%) Estados Unidos (23%) Bélgica (9%)
392390	Artículos para transporte o envasado	Estrella	59	0.0%	Reino Unido (52%) Estados Unidos (23%) Suiza (4%)

Fuente: TradeMap (Consultado, Febrero 2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

## **7. Tendencias del Consumidor<sup>10</sup>**

En Guatemala, existen diversos nichos de mercado que permiten el acceso de cualquier tipo de producto y/o servicio. Debido a las condiciones económicas de Guatemala, existen sectores de la población que demandan productos básicos de consumo, donde el elemento diferencial y decisorio es el precio. Por otro lado, para un grupo con mayor poder adquisitivo, la calidad vale más que el precio, por lo que éste último resulta un valor diferencial. En este nicho, el consumo está enfocado en la salud, la belleza, el acceso a los últimos artículos de la moda, el mantenimiento de una buena y saludable figura, el consumo de productos importados gourmet, etc.

Adicionalmente, la creciente urbanización y una estructura demográfica muy joven, determinan las tendencias del consumo guatemalteco. Con casi la mitad de la población constituida por niños menores de 15 años, los empresarios están prestando más atención a las necesidades de este grupo, para formar una base sólida de leales clientes potenciales, en todos los aspectos de consumo. La urbanización también está aumentando la participación de las mujeres en la fuerza de trabajo, con el correspondiente aumento de los ingresos familiares y subsecuentes efectos en

<sup>10</sup> Fuente: Santander Trade – Perfil del Consumidor de Guatemala

los hábitos de consumo, que se ve reflejado en el vestuario, artículos de tocador e higiene, perfumes, etc; así como el número de autoservicios para el expendio de comestibles y otros productos de consumo masivo.

Por otra parte, hay una fuerte influencia de las tendencias americanas debido a la proximidad y la transferencia cultural, generada por miles de inmigrantes guatemaltecos en EE.UU.

También es importante indicar algunos de los factores predominantes para la elección de los productos, como son: la disponibilidad en el punto de venta, la percepción sensorial (olfato, peso, tamaño, color, apariencia, sabor y textura) y el precio. Incluso los pequeños aumentos en el precio del producto (orgánico o no) genera una probabilidad de que disminuya la demanda.

Con respecto a los canales de distribución, alrededor de la mitad de todas las firmas que venden en el mercado guatemalteco lo hacen por medio de un agente o de un distribuidor. El resto vende directamente a los compradores del país. Mientras más se comercialice la pre-venta y cuanto más se requiera del servicio y soporte post-venta para un producto, más importante es tener un agente o un distribuidor local.

La distribución por parte de las grandes importadoras se lleva a cabo de distintas formas:

- Comercialización a través de una red propia de distribución. Esta red suele tener sus puntos de venta en las principales zonas del país. En muchos casos esta red no es enteramente de propiedad del importador, sino que es socio mayoritario de la sociedad distribuidora.
- Comercialización a través de distribuidores independientes a la empresa importadora. Estos distribuidores llegan a un acuerdo de distribución con la empresa importadora y como en el caso anterior, suelen localizarse en las principales zonas del país. Normalmente estos distribuidores suelen ser diferentes según la zona del país en que se localicen, es decir, no es una sociedad distribuidora con almacenes en distintos puntos.
- Las dos vías anteriores no son incompatibles, de hecho, la mayoría de los importadores se sirven de ambas modalidades debido a lo costoso que es mantener puntos de distribución propios en toda la geografía nacional.
- Una tercera vía de comercialización es la venta directa por medio de los vendedores de la empresa importadora al consumidor final. Esta manera de distribución también es compatible con las dos anteriores, llevándose a cabo por la mayoría de empresas importadoras.

Cabe resaltar que las grandes importadoras suelen tener puntos de distribución en países limítrofes como El Salvador y Honduras, ya que tienen una política arancelaria común y un acuerdo de libre comercio con Guatemala.

## **8. Cultura de Negocios<sup>11</sup>**

En lo que respecta a las negociaciones empresariales, se debe prestar especial atención a los siguientes detalles:

- Se debe tomar en cuenta que la sociedad guatemalteca es altamente conservadora, incluso comparativamente con el resto de países centroamericanos. Lo anterior implica una serie de hábitos que es bueno considerar al momento de hacer negocios en Guatemala: uno de ellos es la formalidad al vestir y al hablar, se utiliza siempre el “usted”; y se deberá usar la vestimenta adecuada según la ocasión, pero para reuniones de trabajo se sugiere utilizar traje formal o semi-formal en la Ciudad Capital.
- La puntualidad, aunque no es estricta, es mayor que en el resto de Centroamérica, debiendo dar una buena explicación si se tarda más de 10 minutos. En todo caso, asistir puntualmente, dará una buena imagen de su persona y de la empresa que representa.
- Las citas se planifican con una anterioridad de dos o tres semanas, y se suelen confirmar unos días antes. Las reuniones suelen durar una media de dos horas, pero depende de cómo se desarrollen pueden ser más largas. Siempre debe contar con tiempo extra si viaja a la capital por las dificultades de tráfico que se puede encontrar.
- La amabilidad y la cortesía es una característica común en los guatemaltecos, por lo que cuando entregue una tarjeta de presentación no está de más acompañarla con una sonrisa.
- Evite hacer críticas o comentarios de algún tipo, en relación a la realidad del país u otro tema, que pueda ser susceptible a su interlocutor. Mayormente si esto implica juicios de valor negativos.

---

<sup>11</sup> Fuente: Legiscomex – Cultura de Negocios con Guatemala

- Es recomendable que antes de su visita se informe un poco de la historia y cultura de Guatemala. Por lo general, el guatemalteco se siente muy complacido de conversar con alguien que conoce y aprecia su cultura.
- Se aconseja que para las reuniones de negocios se tenga un set de catálogos, tarjetas de presentación o, según el caso, muestras de productos.

## 9. Links de interés

- Superintendencia de Administración Tributaria  
<http://portal.sat.gob.gt/sitio/>
- Instituto Nacional de Estadística de Guatemala (INE)  
[www.ine.gob.gt](http://www.ine.gob.gt)
- Invest in Guatemala  
<http://www.investinguatemala.org/>
- Superintendencia de Bancos de Guatemala  
<http://www.sib.gob.gt/web/sib/inicio>
- Banco de Guatemala  
<http://www.banquat.gob.gt/>

**Cuadro N° 12. Links de Interés de Guatemala**

Entidad	Enlace
Central América Data – Guatemala	<a href="https://www.centralamericadata.com/">https://www.centralamericadata.com/</a>
Centro Regional para el Fomento del Libro de América Latina y el Caribe.	<a href="https://cerlalc.org/">https://cerlalc.org/</a>
Contraloría General de la República de Guatemala.	<a href="https://www.contraloria.gob.gt/">https://www.contraloria.gob.gt/</a>
Sistema de la Integración Centroamericana	<a href="https://www.sica.int/">https://www.sica.int/</a>

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

## 10. Eventos comerciales

**Cuadro N° 13. Ferias en Guatemala**

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
APPAREL EXPO	Feria de la Industria Textil	Guatemala	Mayo del 2021	<a href="http://www.vestex.com.gt/">http://www.vestex.com.gt/</a>
FERIA ALIMENTARIA	Feria de Alimentaria de Guatemala	Guatemala	Setiembre del 2021	<a href="http://feriaalimentaria.com/">http://feriaalimentaria.com/</a>
EXPOPARTES GUATEMALA	Feria de iluminación	Guatemala	Noviembre del 2021	-

Fuente: Auma, ferias. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

## 11. Bibliografía

- Acuerdos Comerciales del Perú: <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>
- CIA, The World Factbook: [www.cia.gov](http://www.cia.gov)
- Doing Business: [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org)
- Euromonitor International: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)
- Fondo Monetario Internacional (FMI): [www.imf.org](http://www.imf.org)
- Market Access Map: [www.macmap.org](http://www.macmap.org)
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú: [www.rree.gob.pe](http://www.rree.gob.pe)
- Mundo Ferias: [www.mundoferias.com/index.html](http://www.mundoferias.com/index.html)
- Portal Ferias: <http://www.portalferias.com/>
- Santander Trade Portal: <https://es.portal.santandertrade.com/>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-Perú: [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
- Trading Economics: [es.tradingeconomics.com/](http://es.tradingeconomics.com/)
- TradeMap: <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>
- World Trade Atlas: <http://www.gtis.com/gta/>
- World Trade Organization: <https://www.wto.org/spanish/tratops/tprs/tprs.htm>