

---

2022



# El mercado de conservas de pescado en Guatemala

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Guatemala

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO  
DE MERCADO

14 de diciembre de 2022  
Ciudad de Guatemala

Este estudio ha sido realizado por  
Laura Jiménez Bolé

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Guatemala

<http://guatemala.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-22-014-8



Guatemala es la principal economía de Centroamérica. No solo tiene el mayor número de habitantes entre los países que ocupan el istmo del continente (alrededor de 18 millones), sino que cuenta con una economía que acumula ya varios años al alza. Durante la pandemia del Covid19, Guatemala fue el país de América Latina que menos se contrajo en términos económicos (1,5 %); en 2021, creció un 8 %, la que más lo hizo en la zona, y en 2022 se espera que cierre con un aumento del 4,5 %.

Además, Guatemala se caracteriza por tener una población muy joven: su edad media se sitúa en los 27,5 años, la mayor franja se concentra entre los 0 y los 4 años, y es el país con mayor número de habitantes en edad productiva dentro de la región norteamericana. Esta población está localizada, principalmente, en los grandes núcleos urbanos, entre los que destaca Ciudad de Guatemala, la capital del país.

En términos económicos, el PIB per cápita guatemalteco también aumenta y en 2022 es de 4.837 euros, un 11,8 % superior al de 2021. No obstante, a pesar de tener un marco macroeconómico con datos muy favorables, hay que tener en cuenta que es un país con una brecha de desigualdad muy acusada. Según el Banco Mundial, el 47,8 % de la población guatemalteca vivía en la pobreza en 2019, una cifra que aumentó al 52,4% en 2020 a causa del COVID-19. En 2021, el porcentaje se elevó aún más, hasta el 55,4 %. Además, el Banco Mundial estima que el 25,9 % de la población vive en situación de pobreza extrema. Guatemala tiene una sociedad altamente estratificada, particularmente concentrada en el segmento de ingresos bajos. De acuerdo con datos de la [Comisión Económica para América Latina y el Caribe \(CEPAL\)](#), en 2014 el 76,32 % de la población (12,5 millones de personas) estaba en el percentil de ingresos bajos, el 22,68 % (3,61 millones de personas) en el de ingresos medios y el 1 % en el de ingresos altos.

El sector de alimentos y bebidas es fundamental para la economía guatemalteca: representa el 16,4 % del PIB y proporciona empleo a cerca de 500.000 personas de manera directa e indirecta. Tiene un tamaño de mercado de 12,3 mil millones de dólares y cerca del 15 % de las exportaciones totales de Guatemala provienen de este sector. Los principales socios comerciales del país son, del lado de la exportación, El Salvador (19 % del total), Honduras (14 %) y México (12 %); del de la importación, Estados Unidos (45 % del volumen total), México (12 %) y Costa Rica (10 %). Cabe destacar, en cualquier caso, que Guatemala es un país netamente importador.

Si analizamos el sector de las conservas animales –preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados– en 2022 Guatemala ha vendido al exterior un valor total de 18.171,6 mil dólares. El destino principal de estas exportaciones es Centroamérica, con El Salvador como socio principal. Guatemala no registra exportaciones de conservas hacia España. En cuanto a las importaciones, a marzo de 2022 registran 24.841,6 mil dólares, con Estados Unidos como principal emisor (14.167,5 mil dólares), seguido de México (3.050,4 mil dólares) y Costa Rica (2.504,2 mil dólares). En este caso, España se sitúa en décimo lugar, con un valor de 166 mil dólares, aunque con un aumento muy significativo entre los valores registrados en 2020 y los de 2021 (+65,4 % de facturación).



En cuanto al consumo de conservas, según datos del [Banco de Guatemala \(BANGUAT\)](#), los guatemaltecos adquirieron un valor total de 594.376.464,30 millones de euros de alimentos de origen animal preparados y conservados en el año 2020. La mayor parte de este consumo se produce en las conservas de carne (90 % del total), mientras que el consumo de conservas de pescado es tan solo el 8 % y el de moluscos, el 2 %. De hecho, las exportaciones de este sector en el país (integrando conservas de pescado y conservas de moluscos) solo alcanzan una facturación de 304,6 mil dólares, mientras que las importaciones llegan a 14.166,1 mil dólares. Esto se refleja de forma directa en las tendencias de consumo guatemaltecas, cuya canasta de alimentación (definida anualmente por el gobierno del país) no incluye ni pescado ni conservas de este producto en su lista de alimentos considerados básicos. Estas tendencias de consumo están condicionadas por los factores decisorios de compra, que entre los guatemaltecos siguen estando muy ligados al precio del producto, especialmente en los segmentos medio y bajo de la población. Además, la crisis del COVID19 ha cambiado la actitud de los consumidores, que ahora son más apurados y decididos y dedican menos tiempo a comparar precios y productos. También ha disminuido el volumen de compra por hogar en un 11 % con respecto a niveles prepandemia; ha aumentado la demanda de productos del segmento de precios más bajo y caído la del segmento premium; se prefieren envases grandes y tamaños familiares frente a los pequeños, y crece la tendencia a comprar más cuando hay promociones en los supermercados (2x1, etc). En el caso concreto de las conservas de pescado, es muy importante el factor estacionalidad: el consumo crece en la época de Semana Santa, propiciado por la importancia de la religión cristiana en la cultura nacional. Por último, es muy relevante el papel de la mujer en las decisiones de compra de los hogares, ya que en Guatemala son ellas las que continúan llevando de forma muy mayoritaria la carga del hogar y, por tanto, la gestión del abastecimiento.

La segmentación de las conservas de pescado se divide en producto de gama baja, producto de gama media y producto *gourmet* o de especialidad. En consecuencia, a los canales principales de distribución –supermercados, hipermercados y otro tipo de superficies como tiendas de especialidad o pequeños comercios– se les aplica la misma escala. El guatemalteco realiza sus compras, sobre todo, en grandes superficies (destacan algunas como Maxi Despensa, el estadounidense Walmart, o La Torre), pero también existe una amplia red de pequeños comercios locales conocidos como abarroterías y que se sitúan, sobre todo, en los barrios más populares con menor acceso a grandes espacios de distribución. Otro canal importante, sobre todo para productos de gama más alta, es el HORECA, con una demanda creciente de consumo y proliferación de restaurantes de gama alta sobre todo entre los segmentos sociales de mayor poder adquisitivo.

Otro canal de distribución es el *online*, un sector en aumento en Guatemala. Aunque aún existen brechas en el acceso a Internet en el país, cerca del 70 % de los guatemaltecos cuentan con conexión a la red. De este porcentaje, en 2021, el 34,4 % realizaba compras por este medio. Los principales *marketplaces* que operan en el país son gigantes como Amazon o eBay, pero también existen plataformas locales como [Pacifiko](#) o [Kemik](#) e, incluso, un portal B2C impulsado por la Cámara de Industria de Guatemala, [GuatOnline](#). Además, varios de los supermercados principales (La Torre, Walmart), cuentan con servicio de venta *online* y entrega de la compra en casa. No



obstante, para un funcionamiento óptimo del sector *e-commerce*, Guatemala tienen aún que hacer frente al reto de la logística, que pasa por una necesaria mejora de las infraestructuras nacionales, especialmente las viales, ya que la mayor parte de las carreteras se encuentran en mal estado, lo que dificulta la entrega de mercancía y dilata los plazos.

La entrada de productos internacionales al territorio guatemalteco puede hacerse por vía aérea, marítima o terrestre. Guatemala cuenta con puertos tanto en el Océano Pacífico (Puerto Quetzal) como en el Atlántico (Puerto Barrios), con dos aeropuertos internacionales (el principal es el de La Aurora, en la capital) y con frontera terrestre con México, El Salvador y Honduras. Las barreras de entrada al mercado son reducidas. Las arancelarias son prácticamente inexistentes gracias al Acuerdo UE-Centroamérica, vigente desde 2012 y que ha ido reduciendo hasta eliminarlos los aranceles de muchos productos que se comercien entre cualquier país de la Unión Europea y de la región Centroamericana. Dentro de las no arancelarias, destacan, sobre todo, las sanitarias y fitosanitarias, con requisitos establecidos por el [Departamento de Regulación y Control de alimentos de la Dirección General de Regulación, Vigilancia y Control de la salud](#) del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, como el registro sanitario de referencia, la inscripción sanitaria y la autorización para la importación de alimentos.

En resumen, aunque Guatemala es un mercado grande, su poder adquisitivo es limitado y en el que las conservas no forman parte de la gastronomía típica del país. Sin embargo, en el segmento de clase media-alta y alta, la calidad es el factor decisivo en la compra, por lo que se puede esperar que las mayores oportunidades del sector se den en las categorías *gourmet* y de especialidad (como el bonito del Norte y productos de pequeñas conserveras españolas). El producto alimentario español cuenta con muy buena acogida en el país, especialmente ligada a que se percibe como un producto de alta calidad. Esto posibilita que los consumidores guatemaltecos con poder adquisitivo alto valoren esta calidad y estén dispuestos a pagar precios más elevados. Además, es importante señalar que el mercado de las conservas de pescado en Guatemala está muy saturado, con numerosas marcas y plantas productivas de varias empresas instaladas desde hace años, lo que dificulta competir en el mercado a menos que el producto que se ofrezca tenga características diferenciadoras.

# ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)  
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

[www.icex.es](http://www.icex.es)

