

Estudio Potencial Producto

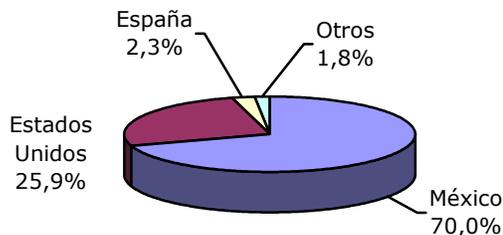


Comité Sectorial Industria Alimentaria
Embutidos de carne, despojos o sangre de bovino,
porcino o ave
Guatemala

Origen y monto de Importaciones¹

En el 2001, las importaciones de la categoría 1601.00 de Guatemala alcanzaron los US\$4,6 millones y provinieron principalmente de México, Estados Unidos y España.

Origen de las importaciones de Guatemala para el grupo 1601.00, 2001.

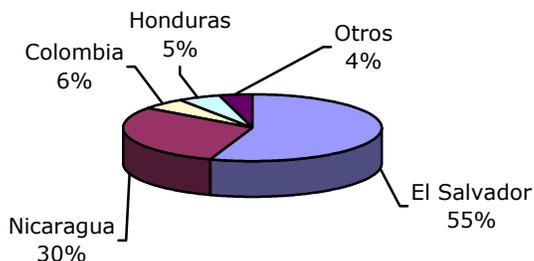


Fuente: SIECA.

Destino y monto de Exportaciones

Durante el año 2002, las exportaciones de embutidos (grupo 1601.00) de Costa Rica fueron de US\$2,5 millones y su principal destino fue El Salvador y Nicaragua, concentrándose en estos dos países el 85% del total exportado.

Destino de las exportaciones costarricenses del grupo 1601.00, 2002.



Fuente: PROCOMER.

Del análisis de las estadísticas de comercio exterior, se determinó que Costa Rica cuenta con una oferta exportada de embutidos (US\$2.5 millones) inferior a la demanda actual por embutidos importados de Guatemala (US\$4.6 millones). Dicho en otras palabras, la oferta exportada actual de embutidos en Costa Rica

¹ El grupo a 6 dígitos para el que se efectúa esta investigación es el 1601.00, cuya descripción es "Embutidos y productos similares de carne, despojos o sangre; preparaciones alimenticias a base de estos productos". En adelante, se tratará como "embutidos" al grupo en análisis.

Comité Sectorial Industria Alimentaria

Embutidos de carne, despojos o sangre de bovino, porcino o ave – Guatemala
Estudio Potencial de Producto

tan solo cubre el 54% de las importaciones de este mismo producto de Guatemala. De hecho, Costa Rica no registró exportaciones a Guatemala de embutidos en el 2002².

Tamaño y segmentos de mercado

La población total de Guatemala está conformada por más de 12 millones de habitantes³, de los cuales cerca de un 50% son indígenas y viven en su mayor parte (73%) en la zona rural.

Debido a que el consumo de embutidos no está orientado a un segmento de mercado específico, es decir, puede ser consumido por hombres, mujeres y personas de todo tipo de edad, su consumo dependerá del nivel de ingreso y de la propensión a gastar en alimentos.

De acuerdo con lo anterior y según cifras obtenidas de la Encuesta de Ingresos y Gastos, en Guatemala se identificaron 1.997.537 hogares, con un ingreso mensual de US\$402⁴. Cada hogar en promedio destina un 37,1% de su ingreso a satisfacer necesidades de alimentos y bebidas, lo cual constituye un gasto promedio total por año en alimentos⁵ de US\$3.325 millones.

Asimismo debe considerarse que, por tratarse de un producto de consumo masivo, los embutidos pueden ser vendidos en todo el territorio guatemalteco, el cual está dividido en 8 regiones geográficas, de las cuales las más pobladas son la región Metropolitana⁶ y la Sur Occidental, cada una representando el 22% de la población.

Por último, se debe destacar que los supermercados son clasificados, de acuerdo a la zona geográfica en que se ubican, en dirigidos a clase alta y media alta, a clase media y a clase popular. Por lo tanto, se debe considerar que los porcentajes más altos de visita de la clase alta y media se registran en Paiz e Hiperpaíz y los de la clase popular en Paíz, Despensa Familiar y el mercado cantonal⁷.

² Este monto puede no ser consistente con la información de importaciones del mercado en estudio, por la diferencia en las fuentes de información.

³ Instituto Nacional de Estadística. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos Familiares, 1998-1999.

⁴ El ingreso total per cápita es de US\$122 en el área urbana y US\$46 en el área rural.

⁵ Un 93% del ingreso destinado a alimentos y bebidas corresponde únicamente a alimentos.

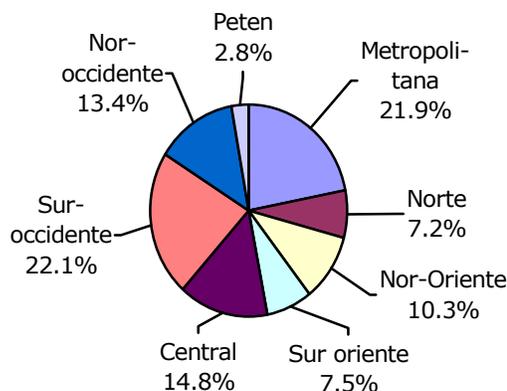
⁶ Incluye Ciudad Capital, Mixco, Villanueva, Chinautla y Amatetlan.

⁷ Hábitos de los consumidores. Corporación de Noticias. Guatemala, 2000.

Comité Sectorial Industria Alimentaria

Embutidos de carne, despojos o sangre de bovino, porcino o ave – Guatemala
Estudio Potencial de Producto

Guatemala: Composición de la población según región, 1999.



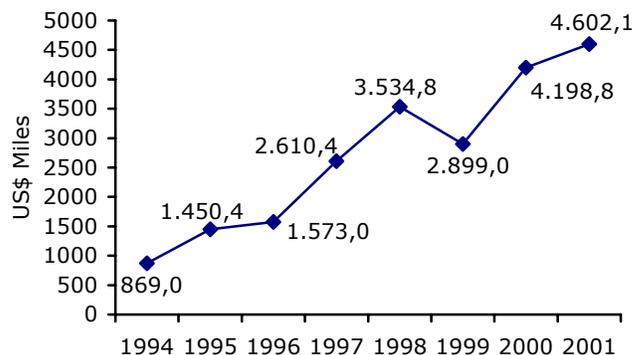
Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Guatemala.

Tendencias de mercado

Para analizar la tendencia del mercado de embutidos en Guatemala se consideraron dos factores: el comportamiento de las importaciones en los últimos años y el crecimiento esperado de la población catalogada como meta.

De acuerdo al análisis de los datos de las importaciones de embutidos de Guatemala durante el periodo de 1994 al 2001, se observa un fuerte crecimiento de este tipo de productos en los últimos años.

Evolución de las importaciones guatemaltecas para el grupo 1601.00, 1994-2001.



Fuente: SIECA.

Comité Sectorial Industria Alimentaria

Embutidos de carne, despojos o sangre de bovino, porcino o ave – Guatemala
Estudio Potencial de Producto

Unido al comportamiento de las importaciones del producto bajo análisis, se debe agregar que, según datos del Instituto Nacional de Estadística⁸, la población del área metropolitana es estimada en el periodo 2000-2005 con una tasa de crecimiento de 2,5%.

Por otro lado, se puede observar en el mercado la presencia de embutidos principalmente de España y México. No obstante, en Ciudad Guatemala se percibe una fuerte presencia de la industria local.

Del análisis de las distintas marcas, se pudo determinar que los tipos de presentaciones de embutidos más comunes son: jamón, chorizo y longaniza, mortadela y peperoni, salami, salchichas y tocineta. Es importante destacar, además, que se observa en el mercado la presencia de embutidos de pavo y pollo.

Por otra parte, las marcas importadas son las que se observan con un mayor precio, especialmente los productos que se venden bajo la marca Campofrío, los cuales son españoles y presentan los precios más altos en el supermercado.

Cantidad de empresas participantes

Se identificaron en el mercado de Ciudad Guatemala 12 marcas distintas de embutidos, de las cuales 8 son elaboradas localmente y el resto son de España y México. Las principales marcas son las siguientes:

- **Santa Lucía:** Es una marca de embutidos elaborada en Guatemala, por la empresa Alimentos Industriales Santa Lucía. Dentro de sus principales tipos de embutidos están: chorizo, longaniza, salami, salchicha y jamón. Es la marca que cuenta con la línea de productos con los precios más bajos del supermercado.
- **Toledo:** Es una marca de embutidos elaborados en Guatemala, por la Empacadora Toledo S.A. Cuenta con seis categorías de productos, a saber: 11 tipos distintos de jamón, salami y mortadela, 5 distintos tipos de salchicha, 5 categorías de embutidos frescos y una línea de envasados que incluye sopas, frijoles, pepian y jocón.
- **Bremen:** Es una marca de embutidos elaborados en Guatemala, por una empresa llamada Carnes Procesadas S.A. Dentro de sus principales productos cabe destacar: el chorizo, la longaniza, la mortadela y las salchichas.

⁸ Guatemala: Proyecciones de población a nivel Departamental y Municipal por año Calendario periodo 2000-2005. Enero 2001.

Comité Sectorial Industria Alimentaria

Embutidos de carne, despojos o sangre de bovino, porcino o ave – Guatemala
Estudio Potencial de Producto

- **FUD:** Es una marca de embutidos importados de México y empacados por la empresa Sigma Alimentos en Guatemala. Cuenta con 8 categorías de productos, a saber: jamón, salchicha, mortadela, salami, queso, paté, tocino y chorizo.
- **Perry:** Es una marca de embutidos elaborados en Guatemala, por una empresa llamada Perry Embutidos. Dentro de sus principales productos cabe destacar: el jamón, la salchicha, el salchichón, la mortadela, el salami, el tocino, el paté, el chorizo, la longaniza y el queso.
- **La Estancia:** una empresa dedicada a la fabricación de productos denominados como *delicatessen*. Cuenta con una planta de producción, cuatro empresas, tres restaurantes *gourmet* en Ciudad Guatemala, nueve carretones (carros de venta) y dos tiendas. Dentro de los principales productos comercializados se encuentran embutidos (como: longaniza, chorizo, carnes preparadas y comidas congeladas) y productos de panadería y repostería.
- **Campo Frío:** Es una marca de embutidos de origen español que está disponible en los supermercados Paiz y tiene diferentes tipos de productos, tales como: jamón, chorizo, salami y salchichón. Es la marca que registra los precios más altos en las distintas categorías disponibles.
- **El Palacio:** Es una marca de jamón empacada al vacío, de origen español, disponible en los supermercados Paiz.
- **Otras:** En Ciudad Guatemala se pueden observar otras empresas que venden embutidos, tales como Distribuidora El Porcino, Le Cochón y Lion Brand; además se puede encontrar una marca llamada Ibérica, que es de origen español.

Características de exportaciones

Durante el año 2002, las exportaciones costarricenses de los productos en estudios estuvieron caracterizadas por los siguientes aspectos:

- El grupo 1601.00 fue el único producto de exportación del subsector 1601 (Embutidos y productos similares de carne, despojos o sangre; preparaciones alimenticias a base de estos productos).
- Siete empresas exportaron más de US\$12.000 en el producto, pero ninguna de ellas exportó más de US\$12.000 en el producto a Guatemala. De hecho, ninguna empresa exportó embutidos a ese país en ese año.

- Un 56% de la exportación costarricense total del producto fueron embutidos y similares de bovino, un 23% de porcino y un 18% de ave. Como se señaló, no se registraron exportaciones de embutidos a Guatemala en el 2002.

Análisis de competitividad del producto

A continuación se presentan factores a destacar sobre los embutidos en Guatemala, con el propósito de determinar factores competitivos del producto en el mercado.

El sector alimenticio representa el 40% del sector manufacturero en Guatemala. Las exportaciones de productos alimenticios han mantenido un fuerte ritmo de crecimiento. La disponibilidad de materia prima de calidad permite que los productos alimenticios sean competitivos en precios y calidad. Precisamente y de acuerdo a datos de la Asociación Gremial de Exportadores, uno de los principales productos de esta industria son los productos de carne bovina, porcina y aves, incluyendo los embutidos.

De acuerdo al análisis del mercado, la industria local de embutidos en Ciudad Guatemala es bastante fuerte, unido a la presencia de embutidos españoles y mexicanos, los cuales se encuentran disponibles en el mercado a precios más altos, lo cual podría sugerir una diferenciación de producto.

Los embutidos se pueden encontrar en los supermercados y en tiendas especializadas, como por ejemplo la del grupo La Estancia, cuyos embutidos son elaborados por una planta que es propiedad del mismo grupo.

Unido a la importancia de la industria local de embutidos dentro del consumo del país, es importante señalar que la demanda importada es prácticamente el doble de la oferta exportada de Costa Rica y por lo tanto, aún si todo lo que se exporta actualmente en Costa Rica se reorientara a Guatemala, no se lograría cubrir el monto total que actualmente importa Guatemala de embutidos.

En términos generales, no se podría afirmar que existe un mercado potencial para embutidos de empresas costarricenses, ya que existe una industria local muy fuerte y una oferta exportada menor a la demanda.

Sin embargo, un factor a considerar por parte de las empresas costarricenses es la posibilidad de cubrir un segmento muy específico del mercado, lo cual debería ir acompañado por un estudio previo de los gustos del consumidor por embutidos, de la presentación y el sabor de los embutidos de Guatemala en comparación con los costarricenses y de la disponibilidad a pagar

Comité Sectorial Industria Alimentaria

Embutidos de carne, despojos o sangre de bovino, porcino o ave – Guatemala
Estudio Potencial de Producto

por este producto por parte de distintos segmentos de mercado, así como de la implementación de herramientas de mercadeo, previo a la introducción del producto, tales como degustación y/o *focus group*, entre otras, labor que podría ser llevada a cabo por el distribuidor⁹.

⁹ Para que una empresa pueda vender el producto a través de la cadena de supermercados PAIZ, el primer paso debe ser buscar un distribuidor, que será el encargado de contactar el Gerente de la categoría de producto correspondiente en PAIZ y realizar los trámites para que el producto sea evaluado y aceptado por esta cadena de supermercados. Una vez aceptado, se inician los trámites de registro de marca. Una vez que ha sido aceptada la venta del producto a través del supermercado, el producto debe de pasar por una evaluación de tres meses. Si los resultados son satisfactorios, el producto se queda y si no, se saca del mercado.