

Estudio Potencial Producto

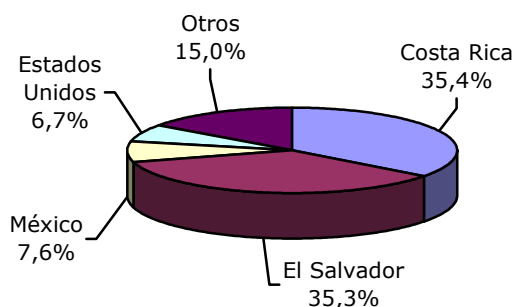


Comité Sectorial Industria Alimentaria
Galletas
Guatemala

Origen y monto de importaciones¹

En el 2001, las importaciones de estos grupos de Guatemala alcanzaron los US\$15 millones, las cuales provinieron principalmente de Costa Rica y El Salvador, tal como se puede observar en el gráfico anterior .

Origen de las importaciones de Guatemala para el grupo 1905.30, 2001.



Fuente: SIECA.

Destino y monto de Exportaciones²

En el 2002, las exportaciones de este grupo de Costa Rica fueron de US\$15,1 millones, prácticamente el mismo monto importado por Guatemala de esta categoría de productos.

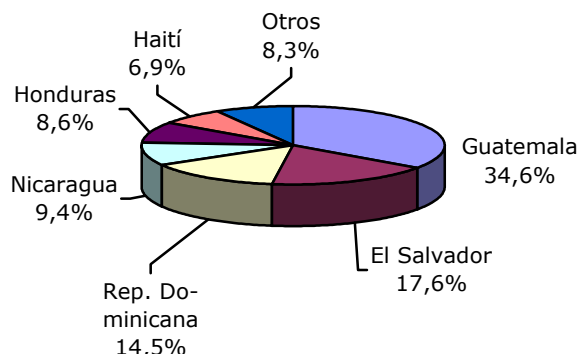
Las exportaciones costarricenses se dirigieron, principalmente, al área centroamericana (70%) y a países caribeños como República Dominicana y Haití. Valga recalcar que Guatemala es el principal destino de las exportaciones costarricenses de galletas. Concretamente, se le enviaron en el 2002 US\$5,2 millones³.

¹El grupo a 6 dígitos del Sistema Armonizado Internacional para el que se efectúa esta investigación es el 1905.30, cuya descripción es, galletas dulces, barquillos y obleas, y *waffles*. En adelante, se tratará como "galletas" al grupo en análisis.

² Aunque el grupo a 6 dígitos para el que se efectúa esta investigación es el 1905.30, por problemas de adaptación a un cambio en el Sistema Arancelario Centroamericano, al examinar los datos de exportación de Costa Rica, se trabajará dicho grupo en conjunto con el 1905.31 (galletas dulces) y 1905.32 (barquillos, obleas y *waffles*).

³ Este monto puede no ser consistente con la información de importaciones del mercado en estudio, por la diferencia en las fuentes de información.

Destino de las exportaciones costarricenses de los grupos
1905.30, 1905.31 y 1905.32, 2002.



Fuente: PROCOMER.

Tamaño y segmentos de mercado

La población total de Guatemala está conformada por más de 12 millones de habitantes⁴, 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 galletas 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\$402⁵. 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 alimentos⁶ de US\$3.325 millones.

Asimismo debe considerarse que, por tratarse de un producto de consumo masivo, los productos de galletería 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 Metropolitana⁷ 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

⁴ Instituto Nacional de Estadística. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos Familiares, 1998-1999.

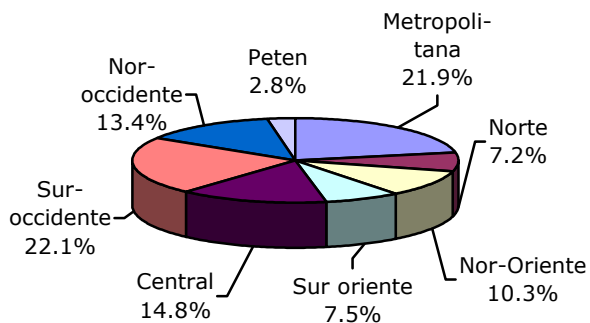
⁵ El ingreso total per cápita es de US\$122 en el área urbana y US\$46 en el área rural.

⁶ Un 93% del ingreso destinado a alimentos y bebidas corresponde únicamente a alimentos.

⁷ Incluye Ciudad Capital, Mixco, Villanueva, Chiantla y Amatetlan.

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 cantonal⁸.

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 galletas 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.

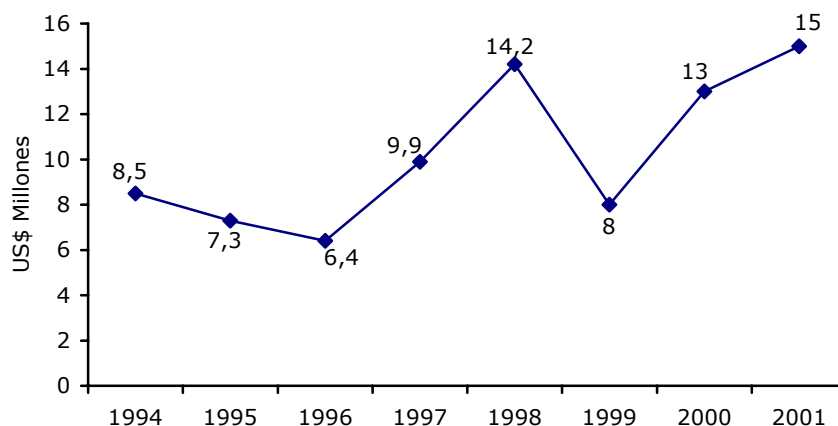
Con base en los datos de importación para el periodo 1994-2001, se determinó un comportamiento muy variable, sin una clara tendencia, de las importaciones de Guatemala para galletas. Sin embargo, se destaca el crecimiento desde el año 1999 hasta el año 2001.

Unido al comportamiento de las importaciones del producto bajo análisis, se debe agregar que, según datos del Instituto Nacional de Estadística⁹, la población del área metropolitana es estimada en el periodo 2000-2005 con una tasa de crecimiento de 2,5%.

⁸ Hábitos de los consumidores. Corporación de Noticias. Guatemala, 2000.

⁹ Guatemala: Proyecciones de población a nivel Departamental y Municipal por año Calendario periodo 2000-2005. Enero 2001.

Evolución de las importaciones guatemaltecas para el grupo 1905.30, 1994-2001.



Fuente: SIECA.

Dentro del análisis, es importante considerar la preferencia del consumidor por sabores tradicionales, como por ejemplo la fresa, la cual es producida localmente. Además, se debe destacar una presentación de galletas bastante competitiva, dado que las principales empresas en el mercado presentan los mismos tipos de producto.

Cantidad de empresas participantes

Guatemala muestra en sus diferentes puntos de venta una amplia gama de empresas que comercializan galletas. A continuación, se presentan las principales marcas, empresas y productos que se ofrecen en el mercado Guatemalteco:

- **Ritz Nabisco, de Productos Kraft:** Marca mexicana, distribuida por Nabisco Royal de SV. Posee las siguientes variedades galletas y presentaciones: Galletas Saladas (empaque de 12 unidades con un peso de 334,81gr y en tubo de 2,77oz/78,5gr), Club Social, Chips Ahoy (tubo de 169gr y caja de 337gr), Galletas Marbu Dorada (estilo maría, en tubo de 110gr), Óreos y AvenyGran.
- **GAMA, de la empresa Expro, S.A.:** Marca guatemalteca. Posee las siguientes variedades y sus presentaciones: Chocosita (empaque de 12 unidades), Waffle (empaque de 8 paquetes), Gama Salada (empaque de 8 paquetes), María (tubo), Gama Coctail (semejante a la Club) y Can Can (semejante a las cremitas) de chocolate, de vainilla y mixtas (empaque de 12 paquetes).
- **Pozuelo, de Pozuelo de Costa Rica:** Marca costarricense. Posee las siguientes variedades y presentaciones: Tipo (empaque de 12 paquetes), Jalebitos (empaque de 12

- paquetes), Jumbo Fibra (empaque de 8 paquetes), Club (225gr, en empaque de 9 paquetes), Cremitas (fresa, vainilla, chocolate y mixta, con peso de 360gr), Soda (empaque de 8 paquetes 176gr, en caja y familiar), Soda Saladitas (empaque de 8 paquetes, 176gr), Soda Especias (8 paquetes, 176gr), Chicky (empaque de 12 paquetes).
- **Cuétara, de Alimentos Ligeros de Centroamérica:** Marca costarricense. Posee las siguientes variedades y presentaciones: Club Caribe (empaque de 8 paquetes), Soda (en empaque de 12 paquetes), María (tubo y en empaque de 8 paquetes), Campechanas (en empaque de 6 paquetes), Cocanis, Tortarica, Caseras y Crema en surtidos con sabor naranja, limón, manzana, fresa, uva y chocolate.
 - **Costa, de Empresa Carozzi, S.A.:** Marca chilena. Presenta las siguientes variedades: Cocoa (tubo de 125gr), Dusty (tubo de 87gr, en sabores de chocolate y leche), Frac (tubo de 135gr, galletas de chocolate), Wafers (presentación de 140gr, sabor vainilla), Tuargeg (tubos de 48 y 120gr).
 - **Carr´s, de la empresa United Biscuits Ltda.:** Marca inglesa, que ofrece galletas con especias en presentaciones de cajas de 120gr.
 - **Pic-Nic, de Productos Alimenticios Diana, S.A.:** Marca salvadoreña, que ofrece *waffles* con sabores de vainilla y fresa en paquetes de 12 sobres individuales.
 - **Nestlé, de la empresa Nestlé:** Marca multinacional con galletas fabricadas en Costa Rica. Presenta en el mercado las galletas Crema, María Mix, Soda y Fibra Miel Classic con cobertura de chocolate.
 - **Helios:** Marca Salvadoreña. Presenta en el mercado las galletas Afrecho Integral.

Características de exportaciones

En el 2002, con una participación relativa del 66%, el producto en estudio fue el principal a nivel de exportación del subsector 1905 (productos de panadería, pastelería o galletería, incluso con adición de cacao), seguido de los demás productos de panadería y pastelería (30%) y el pan tostado y productos similares (3%).

En lo que respecta a las exportaciones hacia Guatemala, la estructura anterior se mantiene pero los porcentajes varían, siendo que los productos de galletería representaron un 72% de las exportaciones, los demás productos de panadería y pastelería un 22% y el pan tostado y similares un 6%.

En ese mismo año, 10 empresas exportaron más de US\$12.000 en productos del subsector 1905. De ellas, 6 exportaron más de US\$12.000 en el producto en estudio, pero solamente 4 exportaron a Guatemala más de ese monto en dicho producto.

Estas 4 empresas concentran el 100% del rubro exportado a Guatemala.

Es importante destacar que, tanto a nivel general como a Guatemala, las galletas dulces empacadas tienen un peso muy significativo dentro de la exportación total del producto.

Análisis de competitividad del producto

A continuación, se presentan las principales características observadas de las galletas en Guatemala, con el propósito de determinar factores competitivos del producto en el mercado.

A pesar de que Guatemala no es productor de trigo, si se encuentra entre los países exportadores de harina, al igual que Costa Rica. Esto hace que en la obtención de la harina, que es la principal materia prima para estos productos, esté en las mismas condiciones competitivas.

En cuanto a la industria de galletas para exportación, Guatemala cuenta con la Industria Gama, la cual es una gran empresa orientada a la exportación, que tiene presencia en el mercado nacional y en los países centroamericanos.

La principal competencia a nivel de importaciones en Guatemala son las empresas exportadoras de galletas de Costa Rica y El Salvador, entre las cuales cubren más del 70% de las importaciones.

Tanto la industria nacional como la de importación ofrecen líneas de presentaciones similares y con amplia gama de sabores, lo que muestra la fuerte competencia existente en el mercado de galletas.

La estrategia de penetración, si se desea ingresar al mercado de galletas, es por medio de las cadenas de supermercados.

Tomando en cuenta lo anterior, se puede determinar que el mercado de galletas en Guatemala es suplido en su mayoría por producto de importación, principalmente costarricense y salvadoreño. Si a esto se suma la similitud de todas las líneas que ofrecen tanto la industria nacional como la de importación y galletas ya consolidadas como líderes, se observa un mercado de bajo potencial de ingreso de nuevos competidores.