

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Guatemala

Notas Sectoriales

El mercado de ACEITE DE OLIVA en Guatemala

ICEX

El mercado de ACEITE DE OLIVA en Guatemala

Este estudio ha sido realizado por Alberto López,
Becario COMEX, ICEX, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial de la Embajada de
España en GUATEMALA

Noviembre 2008

ÍNDICE

I. CONCLUSIONES	4
II. DEFINICION DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	7
III. OFERTA	8
1. Producción local	8
2. Importaciones	10
3. Principales competidores	11
IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	13
1. Análisis cuantitativo	13
2. Análisis cualitativo	14
V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	15
VI. PROMOCIÓN	16
VII. DISTRIBUCIÓN	18
VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	21
IX. ANEXOS	28
1. Empresas guatemaltecas importadoras de aceite de olia	28
2. Ferias	35
3. Publicaciones del sector	36
4. Asociaciones	37
5. Anexos	38

I ■ CONCLUSIONES

El aceite de oliva sigue siendo un producto de consumo reducido en Guatemala. Su alto precio, la producción local de sustitutivos, y la baja capacidad adquisitiva de la que dispone el consumidor medio, hace que aún se trate de un producto de lujo.

En Guatemala, sin embargo, existe un importante número de extranjeros en el país, mayoritariamente europeos y norteamericanos, lo que está ayudando a la penetración del aceite de oliva en las costumbres locales. También hay una clase alta con un considerable poder adquisitivo y disposición a gastar en ocio y gastronomía.

La evolución en cifras ha sido muy positiva en los últimos años, avalada por sus propiedades cardiosaludables y por el auge de la dieta mediterránea en todo el mundo. Al tratarse de un mercado en fase de crecimiento, el margen comercial y el entorno competitivo pueden ser más favorables que en otros países. Si Guatemala consigue desarrollar su enorme potencial turístico, esto repercutirá muy positivamente en el consumo de aceite de oliva, por un lado incrementando el número de visitantes que demanden el producto, y por otro aumentando la renta media del consumidor guatemalteco.

La restauración gira en torno a una amplia red de franquicias de comida rápida, algo sorprendente para un país con tan baja renta, concentrándose la mayor parte de las mismas en la capital.

El cliente guatemalteco no suele diferenciar claramente entre las variedades de aceite de oliva, ya que le es una cultura gastronómica aún un tanto ajena. Por ello su decisión de compra se suele fundamentar en la marca y el precio.

Teniendo en cuenta el alto precio de importación, y que la demanda del aceite de oliva es bastante elástica, se recomienda un posicionamiento de precio medio a bajo, para competir con las marcas ya consolidadas en el mercado.

No es habitual invertir grandes sumas en promoción del producto, aunque se considera muy importante crear una sólida imagen de marca, especialmente en un momento en el que apenas existen marcas de distribuidor en el mercado.

Los formatos más vendidos son 500ml y 250ml, aunque también existen los formatos de 750ml o un litro. Un posible nicho de negocio poco explotado son los sobres monodosis o algún formato de similar tamaño. Son de gran utilidad para conservar el producto fresco durante más tiempo y para intentar el acceso a muchas de las franquicias de comida rápida que

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN GUATEMALA

operan en el país. Se puede incluir en los menús como cualquier otro condimento, salsa o acompañamiento.



ICEX

II. DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

En esta nota se analizará el mercado en Guatemala del aceite de oliva en todas sus variantes, el aceite refinado, virgen y virgen extra, así como el aceite de orujo de oliva.

El arancel centroamericano de importación distingue entre el aceite de oliva virgen y los demás ambos no modificados químicamente, y los demás de la aceituna o mezclados.

ICEX

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

CLASIFICACION ARANCELARIA

Según Arancel Centroamericano de Importación (SAC)

Derecho Arancelario a la Importación

Partida	Descripción	DAI
1509	ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE	
1509.10.00	- Virgen	10%
1509.90.00	- Los demás	10%
1510.00.00	LOS DEMAS ACEITES Y SUS FRACCIONES OBTENIDOS EXCLUSIVAMENTE DE ACEITUNA, INCLUSO REFINADOS, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE, Y MEZCLAS DE ESTOS ACEITES O FRACCIONES CON LOS ACEITES O FRACCIONES DE LA PARTIDA 15.09	15%

Fuente: Secretaría de Integración Centroamericana SIECA. Octubre 2008



ICEX

III. OFERTA

1. PRODUCCIÓN LOCAL

A finales de los años 40, existía en Guatemala una importante superficie dedicada al cultivo de algodón para uso textil y para la extracción de aceite. Sin embargo, se fueron produciendo diversos problemas en el cultivo debido al uso de insecticidas extremadamente agresivos, que supusieron problemas alimentarios y crearon resistencias de los insectos a los mismos.

Tras varias cosechas echadas a perder, los productores de aceite de algodón sustituyeron sus cultivos por otras oleaginosas como maní, del que extraían aceite, y por “coroso”, hoy poco empleado, porque la extracción del fruto de la cáscara sólo se puede realizar manualmente.

También se han venido cultivando desde hace bastantes años pequeñas cantidades de aceites de coco y de pulpa de aguacate con fines cosméticos.

Hace unos veinte años se comenzó la plantación de aceite de palma. En 2007 se cultivaban 65.000 hectáreas de palma africana, con una capacidad productiva de 150.000 toneladas de aceite al año, y se espera que en 2010 haya más de 100.000 hectáreas, para una producción total de 250.000 toneladas. De las 150.000 toneladas que Guatemala produce, 70.000 se consumen internamente y las 80.000¹ toneladas restantes se exportan como producto terminado a Centroamérica y a México, éste último muy deficitario en aceites vegetales para consumo. Guatemala dispone de un clima óptimo y de gran potencial para una producción muy superior de aceite de palma.

El auge de la palma se relaciona con el cada vez mayor consumo de soja para biocombustibles en el mundo. El precio de la tonelada del aceite de palma pasó de 450 US\$ en febrero del 2007 a 2000 US\$ en febrero de 2008, para estabilizarse en torno a los 700 US\$².

En la actualidad, hay varias empresas latinoamericanas invirtiendo en el mismo, como Olmeca, Capullo e Ideal, principalmente en los departamentos de San Marcos, Retalhuleu, Suchitepé-

¹ El Periódico de Guatemala <http://www.elperiodico.com.gt/es/20070623/actualidad/40976/>, Junio de 2007.

² Dato facilitado por el ingeniero Ricardo Asturias, de la empresa de biocombustibles Bionor.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN GUATEMALA

quez, Escuintla, Izabal, Petén y, próximamente, en la zona del Ixcán, en donde invertirá la norteamericana Green Herat³.

Guatemala también es un productor de aceite de soja minoritario, con escaso volumen, debido a que no se dan en el país un número suficiente de horas de sol como para tener una cosecha importante. Se está experimentando el cultivo de cepas que requieran menor número de horas de sol.

También se cultiva en Guatemala el maíz, aunque se importa en su mayor parte de Estados Unidos.

No se produce a fecha del estudio ninguna cantidad de aceite de oliva en Guatemala.

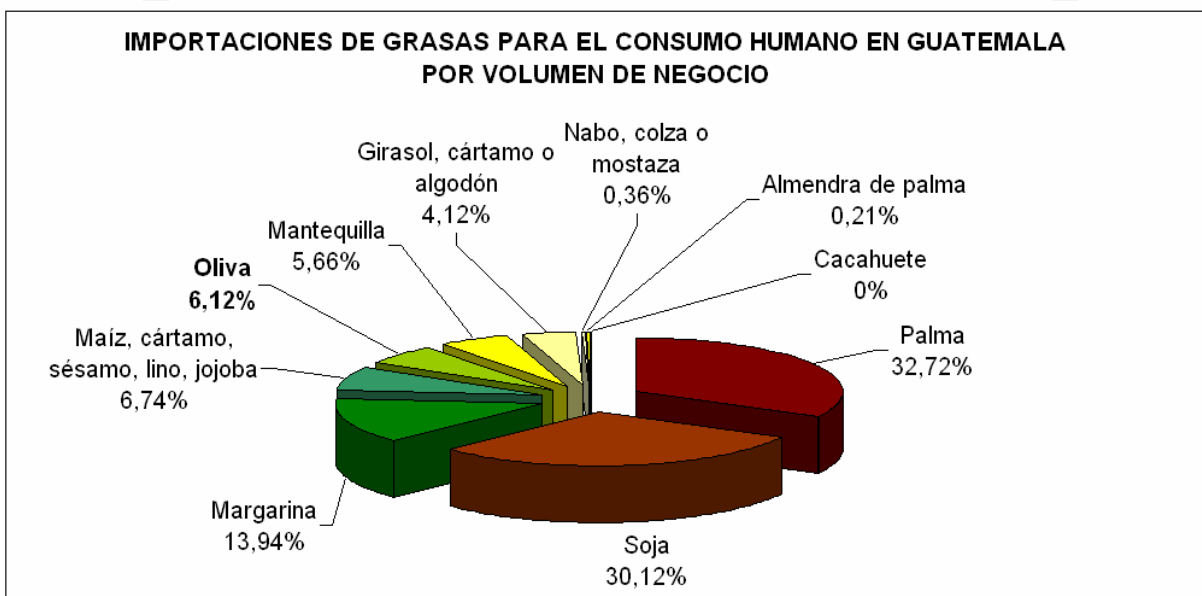


³ Fuente: El Periódico de Guatemala, <http://www.elperiodico.com.gt/es/20070623/actualidad/40976/>, Junio de 2007.

2. IMPORTACIONES

En el mercado guatemalteco de aceites para consumo humano⁴, ocupan un lugar preeminente los aceites de palma y de soja, representando un 66% del total del aceite importado. Los 3.249.771 US\$ importados de aceite de oliva son una cifra poco significativa si la comparamos con el consumo de aceite de palma en 2007, comprendido por 70 millones de US\$ producidos y consumidos localmente, y otros 16 millones de US\$ importados.

El relativamente bajo consumo del aceite de oliva se debe no sólo al reducido poder adquisitivo en Guatemala, sino también a los altos costes de importación, logísticos y arancelarios, con un arancel que duplica el de de soja y palma y maíz. Estos factores hacen que el aceite de oliva sea un producto menos competitivo en precio, situándose en quinto lugar por valor, con una cuota de importación del 6%. Es importante recordar que fuera de los países mediterráneos, el aceite de oliva es un producto alimenticio de segmento alto.



Fuente: Naciones Unidas, <http://comtrade.un.org/>, Octubre 2008

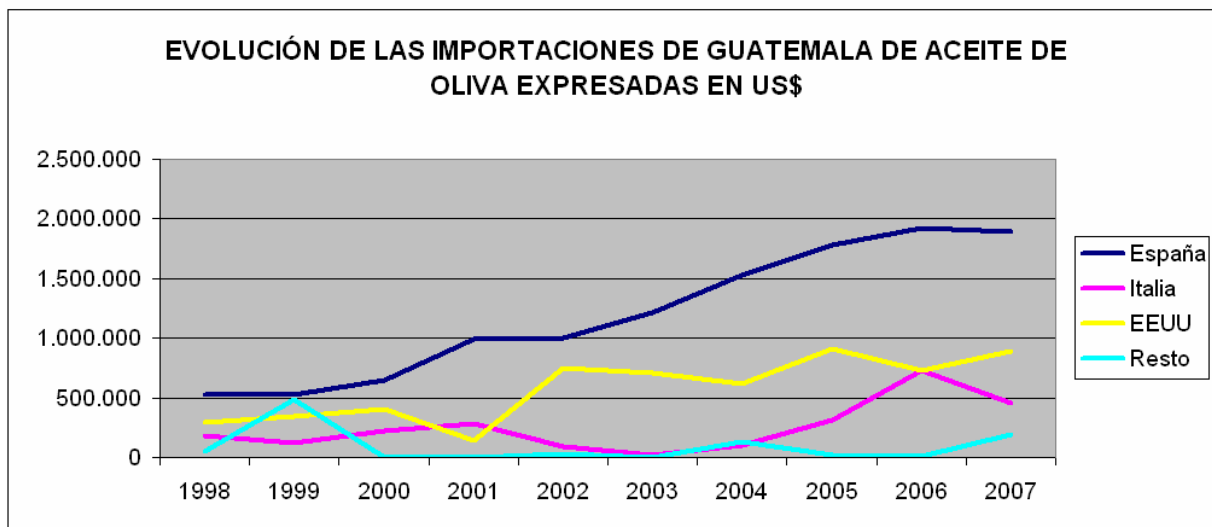
El mercado local de aceite de oliva está abastecido principalmente por España y Estados Unidos, percibiéndose un descenso en las importaciones del producto italiano desde 2007. En el primer semestre de 2008 las ventas de España crecieron hasta el 59.6% del total para situarse en un millón ciento siete mil dólares. Esta cifra se sitúa muy lejos de los 579.308 US\$ norteamericanos (31,22%) y de los 145.456 US\$ italianos (5,42%).

Esta predominancia tan clara del producto español se debe a la positiva percepción de la marca española en Centroamérica y a la cercanía cultural y lingüística a la hora de hacer negocios. No obstante, el liderazgo español en el mercado mundial de aceite de oliva es absolu-

⁴ En la nota se ha incluido la mantequilla, pero se han excluido la manteca y otras grasas animales ya que no se pueden considerar exactamente sustitutivos.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN GUATEMALA

to; tan sólo el grupo español SOS Carbonell ya representa un 22% de la cuota mundial⁵, tras la adquisición a Unilever de la enseña italiana Bertolli.



Fuente: SIECA www.sieca.org.gt a Octubre 2008

Existen varios países con arancel preferente, de los cuales sólo Estados Unidos y Chile son productores relevantes.

- México, con un 4,5% derivado del TLC entre ambos países.
- Estados Unidos se beneficia de un tratado firmado desde 2006 (CAFTA-RD) que le facilita un arancel 0%.
- Taiwán, tampoco abona derechos arancelarios por el producto.
- Desde 1999 existe un acuerdo preferencial entre Chile y Guatemala, aunque aún no ha entrado en vigor⁶.

Cabe destacar el crecimiento de un mercado que en trece años se ha incrementado en un 870%, y en 2007 se ha estancado ligeramente por el encarecimiento del crudo y la apreciación del euro frente al dólar. Se ha producido una mejora en el primer semestre de 2008 del 4,37% respecto al semestre anterior y es factible que la tendencia creciente se recupere en los próximos años, dada la reciente estabilización de los precios del crudo y del dólar, que repercuten muy positivamente en las exportaciones españolas. También influye el creciente interés por el aceite de oliva como base de la dieta mediterránea y por sus propiedades cardiovasculares avaladas por múltiples estudios.

3. PRINCIPALES COMPETIDORES

⁵ Fuente: Diariosur, <http://www.diariosur.es/20080801/economia/iesus-salazar-compra-bertolli-20080801.html>, Oct. 2008.

⁶ Fuente: Prochile www.prochile.cl/doc2.php?file=guatemala_aceite_2007.pdf, Agosto 2007

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN GUATEMALA

Las marcas de aceite de oliva español presentes en el mercado son: Borges, Ybarra, Sensat (también comercializada como Sublime), Rafael Salgado (Guillén), La Española, Unioliva, Flor de la Loma y Musa entre otros. Las principales marcas italianas son Filippo Berio, Collavita y Monini. También podemos destacar la norteamericana Goya y la chilena Oveja Negra.

Sensat, también comercializado como Sublime, es uno de los líderes en el mercado, ya que fue la primera marca en exportarse y además dispone de los formatos más pequeños, ofreciendo así los precios más bajos.

Borges también está muy implantado en el país por la variedad de sus presentaciones, por su precio competitivo y por ser el principal distribuidor de grupo WalMart en la zona.

The image shows a large, light gray rectangular frame. Inside the frame, the word "ICEX" is written in a bold, sans-serif font, centered horizontally and vertically. The letters are a light gray color, matching the frame.

IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

La población Guatemalteca, a Julio de 2008, supone un mercado de 13.002.206 habitantes, con una tasa de crecimiento anual del 2,1%. La población es relativamente joven con un 40,1% de la población es menor de 15 años y un 56,2% de entre 15 y 64 años, siendo un grupo muy minoritario los mayores de 64, un 3,7%.

Existen cuatro grupos étnicos bien definidos en Guatemala, de los cuales el primero, por proximidad cultural y poder adquisitivo sería el principal mercado de referencia.

- Ladinos (mestizos españoles e indígenas) y europeos 58%.
- Kichés 7%
- Garífunas 4%.
- Resto de indígenas 31%

El PIB per cápita es de 2.933 US\$ por año y existe una distribución de la riqueza muy asimétrica en Guatemala.

- El 20% de la población más rica dispone del 60,2% de los ingresos.
- El grueso de la población, un 80% cuenta con el 48% de los ingresos.
- El 20% de la población más pobre dispone del 1,8% de los ingresos.⁷

Según la secretaría de planificación y programación⁸ el 59,2% de de la población es pobre los y el 15,6% es extremadamente pobre. El 25,5% restante es clase media a alta.

Tomando todas las variables de segmentación, podemos estimar el mercado objetivo en una horquilla entre 2.600.441 habitantes (un 20%) y 4.340.500 habitantes (un 34,8%).

⁷ Fuente: El Periódico de Guatemala <http://www.elperiodico.com.gt/es/20070219/actualidad/36928/>, Febrero 2007

⁸ Fuente: SEGEPLAN, http://www.segeplan.gob.gt/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=60&Itemid=121, 2008

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

En Guatemala no existe cultura de consumo de aceite de oliva tal y como se conoce en España, siendo considerado un artículo importado de lujo cuyo consumo está reservado para ocasiones especiales. En los lineales de algunos supermercados se suele dejar sólo una muestra de exposición, para que el cliente solicite el original en la caja registradora. Dado el alto precio (más del doble que el aceite de maíz), se suele vender en formatos menores, de 500ml y 200ml, en envases de lata o PET.

Sin embargo, el incremento de las importaciones que hemos expuesto anteriormente, pone de manifiesto en el creciente interés por el mismo. La sustitución de grasas saturadas por las grasas monoinsaturadas se debe a una mayor preocupación por la salud, al aumento progresivo de la capacidad adquisitiva y a la creciente información disponible en Guatemala sobre el producto.

Por distribución geográfica, la mayor parte de la riqueza se concentra en áreas urbanas, especialmente Ciudad de Guatemala, aunque también en áreas turísticas como Antigua, Flores, Monterrico, Petén y Chichicastenango.

Si bien se trata de un país de baja renta per cápita, existe una importante cantidad de españoles y otros extranjeros trabajando en Guatemala para instituciones de cooperación, multilaterales y privadas. Además, la clase alta local tiene un considerable poder de compra, dado el bajo coste de la vida en el país.

En Guatemala se venden principalmente las variedades Virgen, Extra Virgen y Light. No existe una cultura del aceite de oliva, por lo que el cliente medio no diferencia demasiado entre las mismas. A menudo los fabricantes mezclan diversos tipos de aceites, como el Olmeca, de oliva y soja. Esto se hace para abaratar el producto, y para hallar una combinación óptima de ácidos grasos que adapten el producto al gusto del guatemalteco.

Existe asimismo oferta de orujo, aunque no ha tenido muy buena acogida en el consumidor local. En general se aprecian los sabores fuertes, siendo muy popular el sabor a ajo.

V ■ PRECIOS Y SU FORMACIÓN

El precio del aceite de oliva está por encima de cualquier otro aceite para consumo humano.

Además de los costes logísticos desde España, al valor CIF hay que aplicarle un 10% de Derecho Arancelario a la Importación (DAI), y sumarle el 12% del IVA (Impuesto Sobre el Valor Agregado).

Según datos de en 2007 los precios⁹ de aceite de oliva en un supermercado La Torre, son aproximadamente:

- **Flor de la Loma**
1l. 98,75 Q / 13,13 US\$
500ml. 52,40 Q / 6,96 US\$
- **Unioliva**
750 ml. 81,35 Q / 10,81 US\$
500 ml. 58,10 Q / 7,72 US\$
- **Sensat Balsámico**
250 ml. 31,35 Q / 4,16 US\$
- **Sublime**
700 ml. 70,35 Q / 9,35 US\$
500 ml. 54,95 Q / 7,31 US\$

Los márgenes comerciales, al contrario que en otros países y productos, suelen ser superiores para el importador que para el detallista, puesto que el primero asume la mayor cantidad de riesgos.

⁹ Tipo de cambio a 28 de Octubre de 2008, 1 US\$ = 7,52Q. IVA incluido.

VI. PROMOCIÓN

Es muy importante reforzar marca de la compañía en éste momento, puesto que existe un relativamente bajo número de competidores en el mercado, y la presencia de marcas blancas es aún inexistente en los supermercados guatemaltecos. Por ello conviene hacerse un lugar en el mercado lo antes posible.

No se publicita el aceite de oliva en los principales canales de televisión locales, ni tampoco se ven anuncios en radio o prensa. La experiencia indica que las ferias y seminarios son el método más directo y económico para dar a conocer el producto entre el público, y para establecer contactos con importadores locales. Se recomienda la asistencia al Seminario de Ceta de Aceite de Oliva en Guatemala, promovido anualmente por el ICEX en los meses de Octubre o Noviembre (ver anexos).

También es muy rentable la promoción directa en corners de supermercados durante una o dos semanas. El punto de venta es el lugar con mayor visibilidad, y donde el cliente tiene mayor predisposición a la compra por impulso. Además se trata de un medio muy barato; el sueldo mínimo en Guatemala son 1.686 Quetzales, o 228 US\$ al cambio actual, y cada banner en vinilo con soporte, de 215 x 82 cm, a todo color, cuesta 455,24 Quetzales (61,5 US\$) y se puede reutilizar en futuras promociones.

Otro medio frecuente es participar en los folletos con ofertas de cada supermercado, cuyo importe suele ser compartido por el punto de venta y el distribuidor. Cada dos o tres semanas se realizan promociones de entre el 10% y el 20%, normalmente a cargo del mayorista.

Los precios publicitarios¹⁰ son reducidos en el país. Por ejemplo, en uno de los 3 mayores diarios locales, Prensa Libre, orientado al segmento medio y medio-alto:

Anuncio de ¼ de página en blanco y negro: 5.805 Q / 771,94 US\$

Anuncio de ¼ de página en color: 9.288 Q / 1.235,10 US\$

Anuncio de una página completa en blanco y negro: 23.220 Q / US\$

Anuncio de una página completa en color: 37.152 Q / 4206,52 US\$

¹⁰ Todas las cotizaciones han sido facilitadas por los respectivos medios. Precio de los Banners por Grafipronto.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN GUATEMALA

En la revista mensual de tipo gourmet NuChef (tamaño cuartilla, a todo color):

Portada: 11.541,63 Q / 1.483,50 US\$

Página interior: 3.399,86 Q / 437 US\$

Publirreportaje 2 Pag: 6.441,84 / 828 US\$

En cuanto a las cotizaciones de publicidad online, hemos tomado como referencia los datos del Periódico en su versión digital www.elperiodico.com.gt. El diario cuenta con unas 830.000 visitas de promedio al mes. De las mismas, el 52% representa a lectores guatemaltecos, el 20% norteamericanos, y el resto son de otras nacionalidades. Es probable que la promoción en otros medios digitales tenga también un alto número de lectores guatemaltecos emigrados, por lo que hay que analizar antes los mercados objetivos antes de invertir en este tipo de inserciones.

Los precios por mes oscilan entre los 4.884 Q / 651 US\$ por un banner de 468 x 60 pixels en la cabecera y los 2.800 Q / 373 US\$ por un banner de 234 x 60 pixels en la parte media-baja de la web.

ICEX

VII. DISTRIBUCIÓN

Hostelería

Existen unos 10 hoteles de segmento alto o medio-alto y con dimensión suficiente para considerarse como clientes. Casi todos pertenecen a grupos internacionales y están localizados en la zona 10 de la Ciudad de Guatemala.

- Hotel Holiday Inn Guatemala
- Hotel Marriot Guatemala
- Hotel Radisson
- Hotel Uxlabil Eco
- Hotel Biltmore Express
- Hotel Camino Real
- Hotel Grand Tikal Futura
- Hotel Vista Real
- Hotel Best Western Stofella
- Hotel Princess

Restauración

El canal de restauración en Guatemala se configura principalmente en torno a franquicias, si bien el aceite de oliva apenas se consume en las mismas. Algunos restaurantes de comida italiana y pizzerías pueden ser los consumidores más importantes, así como cualquier otro establecimiento de comida internacional.

Es importante tratar de crear la costumbre de situar una botellita de aceite de oliva en la mesa, como un condimento más junto a la sal y la pimienta. El acceso al canal restauración es clave para crear una fuerte imagen del producto. La exitosa estrategia de promoción del aceite de oliva italiano ha sido durante muchos años asociar el aceite de oliva a los populares restaurantes italianos.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN GUATEMALA

Cocina Italiana

A nivel franquicia, prácticamente no se emplea el aceite de oliva salvo en Tre Fratelli, lugar en que además tienen aceite de oliva en la mesa. Cabe destacar que los Pizza Hut fueron cerrados de diciembre de 2003 a abril de 2004 en Guatemala y el Salvador, por no cumplir los inversores locales con los estándares de calidad internacionales de la marca. Esto puede ser una puerta abierta a la adopción futura del aceite de oliva en sus menús. Se han realizado considerables esfuerzos en la promoción del aceite de oliva por parte del ICEX y Asoliva durante 2007 y 2008.

Domino's Pizza – 56 en Guatemala.

Al Macarone – 26 restaurantes italianos en Guatemala City, 13 en la zona metropolitana y 8 en el resto de Guatemala.

Pizza Hut – Aproximadamente 30 en todo Guatemala.

Tre Fratelli – 8 restaurantes.

Fast Food

Pollo Campero – La franquicia guatemalteca dispone de 48 locales sólo en Guatemala City, 20 en el área metropolitana y 51 en el resto del país. Aunque el Pollo Campero no utiliza aceite de oliva en sus frituras, en muchos establecimientos de campero se venden pizzas tras el acuerdo estratégico con el grupo español Telepizza.

Mc Donalds – Aproximadamente 45 restaurantes del fast food americano sólo en la capital y 19 en los alrededores.

Burger King – 41 restaurantes en toda Guatemala.

Subway – 36 restaurantes.

Berlin – 21 restaurantes, cuenta con menús mixtos de pizzas y hamburguesas.

Wendy's – 7 restaurantes en el país.

Otras

Taco Bell – 18 franquicias.

Taco Inn – 6 franquicias.

El Chinito Veloz – 8 restaurantes.

Catering

Existen varios hoteles y pequeñas empresas especializadas que ofrecen servicios de catering, tratándose de un sector muy fragmentado, pero que habitualmente consume aceite de oliva.

Hipermercados

Los Hiper Paiz son los más relevantes en Guatemala aunque podríamos incluir también a Pricemart (3) y Club Co (1) en ésta categoría. Ambos son mayoristas que exigen alta como socio y cuota de membresía anual. Existen 6 Hiper Paiz, y pertenecen al grupo americano Wal-Mart. Por su amplitud y carácter generalista, se pueden encontrar diferentes marcas de aceite de oliva.

Supermercados

La más importante cadena de minoristas es el Grupo la Fragua de Wal-Mart, que agrupa a 121 supermercados en Guatemala: La Despensa Familiar (63) y Súper Tiendas Paiz (26).

También destaca el grupo Unisuper, a su vez agrupa a 12 supermercados La Torre y 10 Econosuper¹¹.

Tiendas de Conveniencia

Existen varios 24 horas en Guatemala City, principalmente en la zona 10, aunque al ser locales con espacio reducido, y con productos de primera necesidad, no se suele encontrar aceite de oliva en sus lineales.

Gourmet

Algunas tiendas gourmet en Guatemala son Il Golosine, la Uva, Olive-Deli, Astoria, la Vinoteca, Delica, etc.

Farmacia

Otro segmento importante es el consumo de aceite de oliva en formatos pequeños como remedio médico. Sensat es la única marca que distribuye el producto en farmacias en el interior de la República.

¹¹ Fuente: IICA, http://www.iica.int.ni/Estudios_PDF/Estudio_Guatemala.pdf, Octubre 2006

VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Para poder llevar a cabo la distribución de cualquier producto alimenticio para consumo humano es necesario cumplir con lo establecido en la Dirección General de Servicios de Salud del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social que exige la obtención de licencia sanitaria para almacenar productos alimenticios de consumo humano, extendida por el Centro de Salud más cercano al domicilio de la empresa.

Etiquetado

Como todo producto alimenticio, la etiqueta o el envase tiene que llevar la fecha de caducidad del producto. Las normas guatemaltecas no establecen ninguna fecha máxima de caducidad para los productos, siendo la propia empresa fabricante la que debe establecer la fecha de vencimiento.

Además tendrá que adherir la etiqueta con el registro sanitario que autoriza la distribución de productos alimenticios para consumo humano, que debe incluir al menos:

- Nombre comercial del producto
- Nombre dirección del productor o exportador
- País de origen
- Peso neto y sus componentes
- Fecha de vencimiento

Registro Sanitario de Alimentos Importados

La obtención de un **registro sanitario** de cada uno de los productos que se van a importar es indispensable para poder ingresar los productos al territorio guatemalteco. El trámite lo puede realizar el fabricante o también el importador. El expediente de solicitud del registro se presenta en la Ventanilla Única del Laboratorio Nacional de Salud, quien lo remite a la Unidad

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN GUATEMALA

de Autorizaciones Sanitarias del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social quien emite el certificado de registro.

Unidad de Autorizaciones Sanitarias

Departamento de Registro y Control de Alimentos

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

Gladys Arriola Camargo, Jefe del Departamento

3ª. Calle Final 2-10, Zona 15 Valles de Vista Hermosa; Guatemala.

Tfno: 502-2369-8784 Fax: 502-2369-3320

E-Mail: drca@mspas.gob.gt; Web: www.mspas.gob.gt

Laboratorio Nacional de Salud

Lic. Ismael Mancilla, Director

Finca Bárcenas Km 22 Carretera al Pacífico

Tfno: 502-6630 6017 Fax: 502-6630 6011

E-Mail: laboratorio_nacional_desalud@yahoo.com

Junto con el formulario de solicitud del registro sanitario de referencia para alimentos importados, DRCA-21, en original y dos copias se deben de presentar la etiqueta original y la licencia sanitaria del importador o distribuidor o importadores y distribuidores del producto si el fabricante no cuenta con establecimiento de alimentos en Guatemala.

En el formulario se deberá de incluir la composición cualitativa del alimento procesado, es decir ingredientes y aditivos, en orden decreciente de concentración en el producto final.

El interesado deberá de presentar en el LNS 2 muestras individuales en presentación original por cada alimento. Cada muestra debe de tener 200 gramos o mililitros como mínimo.

La concesión del registro sanitario de referencia tiene una vigencia de cinco años e implica que durante esos cinco años las características de la muestra original presentada deben de mantenerse para que el registro no sea cancelado. El costo del derecho de registro y análisis es de 630 Quetzales (unos 63 €). El tiempo promedio de la tramitación es de un mes.

Requisitos aduaneros¹²

Factura comercial

Packing List

Certificado de Origen

Documento de Transporte

Certificado Sanitario

Código del Importador

¹² Fuente: Cámaras de Comercio <http://www.docupais.camaras.org>, Octubre 2008.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN GUATEMALA


Licencia del Importador

Cabe destacar, el problema que suponen a la hora de promocionar el producto, la solicitud de licencia del importador o distribuidor. Cualquier empresa que intente introducir muestras en el país para promoción o con cualquier otro fin encontrará muchos obstáculos, ya que el país no es signatario del convenio ATA, que permite la admisión temporal con dichos fines.



EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN GUATEMALA

Formulario del Ministerio de Salud Pública.

 Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social	Direccion de Regulacion Vigilancia y Control de la Salud	Forma
	Registro Sanitario de Referencia	
<i>Llenar hasta la seccion 1</i>		
FECHA DE PRESENTACION DIA <input type="text"/> <input type="text"/> MES <input type="text"/> <input type="text"/> AÑO <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	TIPO DE REGISTRO <input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Nuevo <input type="checkbox"/> Importado <input type="checkbox"/> Renovación	PARA RENOVACION No. De REGISTRO SANITARIO: <input type="text"/>
1- IDENTIDAD ADMINISTRATIVA		
1.1 No. De LICENCIA SANTARIA		
1.2 APELLIDOS Y NOMBRES O RAZON SOCIAL DEL TITULAR DEL REGISTRO:		
1.3 APELLIDOS Y NOMBRES O RAZON SOCIAL DEL FABRICANTE:		
1.4 APELLIDOS Y NOMBRES O RAZON SOCIAL DEL IMPORTADOR O REPRESENTANTE:		
1.5 DIRECCION EXACTA DE LA FABRICA O BODEGA:		
TELEFONOS	FAX	EMAIL
1.6 NOMBRE DE PRODUCTO		1.8 DESCRIPCION DEL PRODUCTO
1.7 MARCA DEL PRODUCTO		
1.9 REPRESENTANTE LEGAL NOMBRE		FIRMA Y SELLO
<i>Las siguientes casillas son para uso oficial</i>		
2- VERIFICACION DE REQUISITOS DE TRAMITE		
2.1 IDENTIDAD ADMINIST. <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	MUESTRA 2.3 CANTIDAD ADECUADA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	ETIQUETA 2.5 ETIQUETA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
2.2 LICENCIA SANTARIA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	2.4 CONDICION ADECUADA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	2.6 LEGIBILIDAD <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO BOSQUEJO <input type="checkbox"/>

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN GUATEMALA

3- IDENTIDAD TECNICA			
LICENCIA SANITARIA: 3.1 VIGENCIA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO 3.2 CORRESPONDENCIA DE INFORMACION <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	INSPECCION DE FABRICA 3.3 ALERTA ROJA DRCA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	IMPORTADOS 3.4 CERTIF. LIBRE VENTA NO CONSULARIZADO Y EMITIDO POR AUTORIDAD SANITARIA <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI	
ETIQUETA			
3.5 CORRESPONDENCIA DE INFORMACION ADMINISTRATIVA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO 3.6 CORRESPONDENCIA ETIQUETA MUESTRA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO 3.7 COMPOSICION CUALITATIVA DE INGREDIENTES EN ORDEN DECRECIENTE <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	3.8 COLORANTES AUTORIZADOS <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> N/A 3.9 ADVERTENCIAS <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> N/A		
CARACTERIZACION DE PRODUCTO			
3.10 GENERICO <input style="width: 100%;" type="text"/>	3.11 Naturaleza de producto por riesgo <input type="checkbox"/> bajo <input type="checkbox"/> alto		
ASIGNACION DE PROCESO ADMINISTRATIVO			
<input type="checkbox"/> OAP <input type="checkbox"/> OPAR	Estimado usuario: Si su producto fuera dictaminado para otorgamiento inmediato del numero de registro (OAP) o despues del analisis por riesgo (OPAR) y la evaluacion completa dictaminara desfavorablemente usted <u>debera</u> acatar las instrucciones del Departamento de Regulacion y Control de Alimentos las que estaran ajustadas a lo que para el efecto establece el Código de Salud y sus reglamentos respectivos.	<input type="checkbox"/> RSPE <input type="checkbox"/> OPA	
ENTERADO (FIRMA Y SELLO)			

Codificacion

ESTE FORMULARIO DEBE SER LLENADO A MAQUINA O CON LETRA DE MOLDE legible, SIN TACHONES NI CORRECCIONES.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN GUATEMALA

Descripcion de Procedimientos Administrativos		
Siglas	Significado	Descripcion
OAP	Otorgamiento con Analisis Posterior	El tramite dictaminado bajo esta categoria recibira el <i>numero</i> de registro sanitario de referencia en forma inmediata. La certificacion de Registro Sanitario le sara enviada por correo al haberse completado la marcha analitica correspondiente.
OPAR	Otorgamiento Por Analisis de Riesgo	El tramite dictaminado bajo esta categoria recibira el <i>numero</i> de registro sanitario de referencia despues del dictamen favorable del el Laboratorio Nacional de Salud bajo criterio de <i>riesgo</i> de la muestra. La certificacion de Registro Sanitario le sara enviada por correo al haberse completado la marcha analitica correspondiente.
OPA	Otorgamiento Previo Analisis	El tramite dictaminado bajo esta categoria recibira la certificacion de registro sanitario de referencia despues que el Laboratorio Nacional de Salud realice la marcha completa para el establecimiento del patron de referencia. La certificacion de Registro Sanitario le sara enviada por correo al haberse completado la marcha analitica correspondiente.
RSPA	Rechazo Sin Previo Analisis	El tramite dictaminado bajo esta categoria sera rechazado y el usuario quedara responsable de cumplir el o los requisitos que se requiera para iniciar de nuevo el tramite de registro.
RECHAZO SIN PREVIO ANALISIS (RSPA)		
Motivo		Indicacion
<input type="checkbox"/>	Empresa en alerta por el DRCA.	Solicitar reinspeccion al Departamento de Regulacion y Control de Alimentos.
<input type="checkbox"/>	Anomalias en la Licencia Sanitaria	Establecer en el Departamento de Regulacion y Control de alimentos la causa de la anomalía
<input type="checkbox"/>	Correspondencia etiqueta-muestra	Corregir la etiqueta describiendo adecuadamente el producto que esta dentro de el envase.
<input type="checkbox"/>	Composicion cualitativa	Declarar los ingredientes en forma decreciente
<input type="checkbox"/>	Declaracion de colorantes	Los colorantes utilizados deben declararse en la etiqueta
<input type="checkbox"/>	Concentracion de aditivos y preservantes	Nombre y concentracion (%) de los aditivos y preservantes utilizados
<input type="checkbox"/>	Substancias con restricciones	Debera eliminarse de la formulacion las substancias con restricciones sanitarias.
<input type="checkbox"/>	Carencia de algun documento de tramite	Obtener el documento indicado
<input type="checkbox"/>	Muestra inadecuada	Debera presentarse una muestra adecuada en tamaño y condiciones.
<input type="checkbox"/>	Otro	
<input type="checkbox"/>	Otro	

DICTAMEN FINAL	
RESULTADO DE TRAMITE APROBADO <input type="checkbox"/> REPROBADO <input type="checkbox"/>	FIRMA Y SELLO
NUMERO DE REGISTRO ASIGNADO O RENOVADO <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	
PAPELERIA QUE DEBE ADJUNTAR PARA PRODUCTOS IMPORTADOS	
<ol style="list-style-type: none">1. Certificado de Libre Venta no consularizado.2. Etiqueta original.3. Copia legalizada de la Licencia Sanitaria como distribuidor.4. Original y dos copias del expediente completo.	
PAPELERIA QUE DEBE ADJUNTAR PARA PRODUCTOS NACIONALES	
<ol style="list-style-type: none">1. Copia legalizada de la Licencia Sanitaria como fabricante emitida por el DRCA.2. Proyecto de etiqueta formal.3. Original y dos copias del expediente completo.	



IX. ANEXOS

1. EMPRESAS GUATEMALTECAS IMPORTADORAS DE ACEITE DE OLIVA

AGRISUR

Contacto: Luis Mario Ramírez **Cargo:** Gerente General

1ª Avenida 2-02 Zona 2 CHICACAO

Tel.: 7867-7193

E-Mail: luismariorg@gmail.com

Actividad: Agricultura **Productos:** Interesado en aceite de oliva, agroindustria, turismo rural y restauración

ALIMENTOS CASEROS, S.A.

Contacto: Karin de Moliviatis **Cargo:** Gerente General

23 Avenida 0-18 Zona 11; GUATEMALA

Tel.: 2474-3050/51

E-Mail: karin_moliviatis@hotmail.com

Actividad: Agricultura **Productos:** Interesados en aceites de oliva y quesos

ANTIGUA, S.A.

Contacto: Lic. Antonio Teruel ; Ginnie Teruel **Cargo:** Gerente

Carretera Roosevelt Km. 15, Centro Comercial Molino, Nivel 3, Local 116 Zona 2 MIXCO

Tel.: 2435-3922, 2435-3570 **Fax:** 2435-3921

E-Mail: antiguasa@quate.net.gt

Actividad: Imp. **Productos:** vinos, aceite de oliva, pasta de tomate marca MUSA empresa MORENO, S.A.

CENTRO DISTRIBUIDOR

Contacto: Carolina De León **Cargo:** Gerente de Importaciones

Vía 1 2-53 Zona 4; Edificio Italia GUATEMALA

Tel.: 2379-5300 **Fax:** 5379-5389

E-Mail: carolinadl@centrodistribuidor.com

Home Page: <http://www.centrodistribuidor.com>

Actividad: Imp. Distr. **Productos:** farmacéuticos, alimenticios, de consumo, aceite de oliva marca FILIPPO BERIO, perfumería, atún y conservas CALVO y PAY PAY, aceitunas EL SERPIS, caramelos CHUPA CHUPS

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN GUATEMALA

COLEGIO DE INGENIEROS AGRONOMOS

Contacto: Giovanni Echeverría **Cargo:** Gerente General

11 Avenida 12-28 Zona 2 GUATEMALA

Tel.: 2288-9990, 95 **Fax:** 2270-3803

E-Mail: gecheve@gmail.com

Act: Productos: Interesados en contactar con empresas españolas para capacitar campos de cultivo de aceite de oliva.

COMERCIO EXTERIOR HISPANO GUATEMALTECO, S.A.

Contacto: Alfonso Cobo (padre) Estuardo Cobo; Alfonso Cobo (hijo) **Cargo:** Gerentes

Kilómetro 20,5 Carretera San José Pinula.

Centro Empresarial Santa Inés, Bodega 2; GUATEMALA

Tel.: 6637-5850; 6634 2614 **Fax:** 6637-5851

E-Mail: comesa_guate@hotmail.com ; alcobo@hotmail.com

Actividad: Imp. **Productos:** productos alimenticios, vinos, aceite de oliva marca LA CARRERA, galletas, caramelos, dulces, mermeladas, chocolates, dulces sin azúcar, productos de limpieza, productos para diabéticos. Invernaderos SOLPLAST

COMPAÑIA AMERICANA LORALBA

Contacto: Emilio Lorenzo **Cargo:** Gerente

1ª Calle 0-15 Zona 1 VILLANUEVA

Tel.: 6631-0524 **Fax:** 6631-0681

E-Mail: loralba@terra.com.gt

Actividad: Imp. **Productos:** aceite de oliva "Salat", alcohol medicinal

COMPAÑIA DISTRIBUIDORA, S.A.

Contacto: Ing. Marlon Quinto; Lic. Rolando Pineda Elmer Sagastume

Flor Mijangos, Responsable marca Sensat 5527-0004

Cargo: Gerente General; Coordinador de Puntos de venta, Gerente Mercadeo

Boulevard Industrial Norte 440 Zona 4, El Naranjo MIXCO

Tel.: 2429-3900; 2429-3939 **Fax:** 2436-7263

E-Mail: marlonquinto@codisa.com.gt ; karenmorales@codisa.com.gt;

elmersagastume@codisa.com.gt ; irisalvarez@codisa.com.gt ; flormijangos@codisa.com.gt

Home Page: <http://www.codisa.com.gt>

Actividad: Imp. Distr. **Productos:** productos alimenticios, "La Sirena", mariscos enlatados "Calvo", aceite de oliva marca SENSAT, leche Borden, café "Musun", especias "Mc Cormick", yougurt y postres "Pascual", galletas, confitería, caramelos "Arcor", representantes de casas extranjeras, productos de consumo, jabón "Batex", papel higiénico, higiene, toallas sanitarias, pañales desechables, (boquitas), rasuradoras desechables. detergente Tide , Charmin, Ivory jabón , pringles

LA UVA – LA VINOTECA

Contacto: Carlos Eduardo Tabush **Cargo:** Gerente General

27 Calle final 37-50, Zona 5 Bodega 9; GUATEMALA

Tel.: 2329-4100 **Fax:** 2334-2496

E-Mail: karla_lutin@vinoteca.com.gt ; etabush@gold.quate.net.gt

Home Page: <http://www.vinoteca.com.gt>

Actividad: Imp. **Productos:** vinos, cava, licores, productos gourmet, alimenticios, latas y conservas, jamón serrano y productos cárnicos (salami y embutidos), quesos, dulces, jaleas "Helios", pepinillos y espárragos "Olarra", panadería especial, chocolates *Interesados en

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN GUATEMALA

aceite de oliva, alcaparras, aceitunas, pero no a granel sino ya envasadas para consumo final. Tres tiendas, venden aceite de oliva italiano

DEPOSITO DE PESCADO

Contacto: Luis Lago Goyanes **Cargo:** Gerente

2ª Calle 18-49 Zona 15 Vista Hermosa I GUATEMALA

Tel.: 2365-8925; 2365-8965 **Fax:** 2369-0780; 2255-8616

E-Mail: lago@internetdetelgua.com.gt tzulmadelago@hotmail.com

Actividad: Imp. **Productos:** alimenticios españoles, jamones, conservas, embutidos, vinos, aceites, aceite de oliva empresa RAFAEL SALGADO, marca ARTEOLIVA quesos, garbanzos, aluvas cocidas (fabada), comercializadora de mariscos y pescado, distribuidores de productos de consumo diario, chocolates

DISTRIBUCIONES GARESA, S. A.

Contacto: Pedro de Jesús España Polanco; Mayra de España; Sergio Santizo 5301-1452

Cargo: Presidente, Gerente de Ventas

2ª Avenida 13-35, Zona 17 Bodega 11 Ofibodega Los Almendros GUATEMALA

Tel.: 2255-6416 al 18; 5934-5514/15 **Fax:** 2255-6419

E-Mail: grupogyk@gmail.com

Actividad: Imp. **Productos:** representantes de casas extranjeras, productos alimenticios: aceitunas, conservas (enlatados) Miguel's. "Frutalia", consumo, alcaparras, aceite de oliva marca FLOR DE LA LOMA *Interés en aceitunas presentación de bombona y latas de 5 a 10 kilos. También están interesados en espárragos y champiñones españoles, melocotones, maíz dulce, pimientos

DISTRIBUIDORA BERCIAN Y SOLIS, S.A.

Contacto: Juan Francisco Solís Rojas **Cargo:** Gerente

12 Avenida 8-65 Zona 1 GUATEMALA

Tel.: 2232-2633; 2232-5466; **Fax:** 2238-3543

E-Mail: bersol@quate.net.gt

Home Page: www.bercianyisolis.com

Actividad: Imp. Distr. **Productos:** distribuidores de productos de consumo diario, alimenticios, aceites comestibles, aceite de oliva marca BALLESTER, aceitunas, alcaparras, sardinas, tomates enlatados conservas españolas, surtido completo de abarrotes nacionales e importados. *Antes importaban directamente de España, ahora siguen trayendo los productos españoles pero a través de Miami. Consolidan carga allí, porque el precio sale demasiado alto desde España. ** Siguen interesados en importar directamente aceitunas de España

DISTRIBUIDORA EQUIS, S.A. (ALMACEN COTO ESCOBAR) TORCASA

Contacto: Ing. Salvador de La Cerda **Cargo:** Gerente

6ª Avenida 15-15 Zona 11 Mariscal GUATEMALA

Tel.: 2474-4401; **Fax:** 2474-5092

E-Mail: torcasa2006@turbonett.com

Actividad: Imp. **Productos:** alimenticios, vinos, licores, conservas, confitería, aceitunas, mayonesa, mariscos enlatadas "Vigilante", turrone y chocolates, aceite vegetal. Tornillos

DISTRIBUIDORA TAURO

Contacto: Mario Luis Romero **Cargo:** Gerente General

Tel.: 5213-9966; **Fax:**

E-Mail: distribuidoratauro@terra.com

Actividad: Imp. **Productos:** aceite de oliva virgen, vinagre

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN GUATEMALA

EL ALZAR DE CENTRO AMERICA, S.A.

Contacto: Marco Antonio Dardón **Cargo:** Gerente General

1ª Avenida 44-52 Zona 12 Monte María I GUATEMALA

Móvil: 5202-7659

E-Mail: marcoantoniodardon@movistar.com.gt **Home Page:** <http://www.elalzar.com>

Actividad: Imp.Distr. **Productos:** aceite de oliva marca EL ALZAR, aceitunas

EXCLUSIVE

Contacto: Lucía Maldonado, Gerente General

Km. 15,5 Carretera a El Salvador Monte Limar 23; GUATEMALA

Tel.: 6634-6039; **Móvil:** 5510-9690 **Fax:** 6634-6039

E-Mail: exclusive@itelgua.com

Actividad: Imp.Distr. **Productos:** importación y distribución de productos alimenticios para el sector foodservice. Quesos. **No importa actualmente pero está interesada en asistir al seminario para hacer contactos.**

GIRO CATERING ; COUNTRY PIZZA

Contacto: Claudia Giró **Cargo:** Chef

17 Calle A 7-03 Zona 10 GUATEMALA

Tel.: 5528-4583

E-Mail: claudisq@gmail.com

Actividad: Chef **Productos:** Productos de interés: aceite de oliva, vino.

G+G INVERSIONES, S.A.

Contacto: Arquitecto Gerardo Soto Castillo, **Cargo:** Gerente; Sylvia Aycinena de Soto

16 Avenida 26-69, Zona 13 Elgin II GUATEMALA

Tel.: 5812-4463; 2360-5095 **Fax:** 2331-2479.

Actividad: Distr. **Productos:** alimenticios, aceite de oliva

GRUPO BAZTAN, S.A.

Contacto: Gregorio Goñi, Gerente General; Luis Vega; Enrique Aroch

14 Avenida 17-81, Zona 4, El Naranjo, Parque Distribodega, Bodega B2 GUATEMALA

Tel.: 2436-7191 al 93 ; **Fax:** 2436-7195

E-Mail: gregorio.goni@lacoma.com.gt **Home Page:** <http://www.lacoma.com.gt>

Actividad: Imp. **Productos:** alimenticios, mermeladas, conservas, vinos "Don Simón", "Señorío de Sarriá", "Bodegas García Carrión", Hero, Jaume Serra, Cava "J.B. Duboc", licores en general, aceitunas, confituras, alimentos infantiles. **Por el momento no están importando aceite de oliva pero sí les interesa.**

GRUPO FRIDA'S

Contacto: Margarita Mondragón **Cargo:** Gerente General

Tel.: 7832-0504

E-Mail: magmondragon@yahoo.com

Actividad: Restaurante **Productos:** Principales productos de interés: aceite de oliva

HOTEL PASAJE SAN JULIÁN

Contacto: Oscar Porres **Cargo:** Gerente General

Km. 152 CA 2 al Pacífico;

Tel.: 7867-2652

E-Mail: oscarporres40@yahoo.es **Home Page:** www.hotelsanjulian.net

Actividad: Hotel restaurante **Productos:** Interesado en aceite de oliva

INSTITUTO DE MEDICINAS COMPLEMENTARIAS

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN GUATEMALA

Contacto: Carolina Flores **Cargo:** Nutricionista
6ª Avenida "A" 13-25 Zona 9 GUATEMALA
Tel.: 2385-5065
E-Mail: carolina.nutricion@gmail.com
Actividad: Nutrición **Productos:** Interesados en el aceite de oliva

MABRUK, S.A.

Contacto: Ruth Goldshmidt **Cargo:** Gerente
23 Avenida 4-91 Zona 14 GUATEMALA
Tel.: 2333-6814, 2333-4141, 2367-1183 **Fax:** 2333-6814
E-Mail: mabruk@intelnet.net.gt
Actividad: Imp. **Productos:** productos alimenticios, especias y condimentos, fruta deshidratada, frutas secas: mango, piña, papaya, manzana, albaricoque, dátiles, ciruela pasa, etc..., galletas, aceite de oliva BADIA, refrescos en polvo; productos para repostería: decoraciones para pasteles; electrodomésticos

PEZ DE ORO, S.A.

Contacto: Jaime Puente **Cargo:** Chef
Interior Westin Camino Real Platería La Elegancia GUATEMALA
Tel.: 5690-3019 **Fax:** 2443-2127
E-Mail: laelegancia@intelnet.com
Actividad: restaurante **Productos:** Interesado en el aceite de oliva y las aceitunas

PRICE SMART GUATEMALA, S. A.

Contacto: Nincy Mack, Gerente General; Ana Luisa Bianchi, Gerente de Compras; Fabiola Franco, Gerente Financiera
21 Avenida 7-90 Zona 11 Colonia Miraflores GUATEMALA
Tel.: 2470-5000 **Fax:** 2470-5055; 2470-5053
E-Mail: nincy.mack@pricesmart.com ana.bianchi@pricesmart.com
Home Page: <http://www.pricesmart.com/spimages/guatemala.htm>
Actividad: Imp.Distr.Fab. **Productos:** grandes superficies: hipermercado, licores y vinos, ropa, aparatos electrónicos, electrodomésticos, artículos para oficina, librerías, papelerías, llantas, artículos para el hogar y cocina, muebles para el hogar, artículos de tocador, farmacéuticos, textil hogar, computadoras, ropa, artículos de consumo, artículos deportivos, alimentos para perros y otras mascotas, computadoras y software, ferretería, jardinería, artículos de limpieza, alimenticios: carne, pollo, pescado, alimentos perecederos, alimentos congelados, panadería y pastelería, embutidos y jamones, supermercados (f) panificadora (pan, pasteles, bollos) *concepto almacenes para socios de USA (club de compras) **Marca:** Luppi en tres diferentes presentaciones pero lo importan de Italia.

RESTAURANTE QIU

Contacto: Eduardo González Arce **Cargo:** Chef
10ª Avenida 15-38 Zona 10 GUATEMALA
Tel.: 2366-6507
E-Mail: restauranteqiu@gmail.com
Actividad: Restaurante **Productos:** Productos de su interés: jamón serrano, aceite de oliva, vinos
Otros: intercambio de técnicas culinarias

RESTAURANTES Y ALIMENTOS DE CENTROAMÉRICA

Contacto: Alma de Mirabal **Cargo:** Gerente General
Ruta 7, 5-14 Zona 4 GUATEMALA

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN GUATEMALA

Tel.: 2331-6559

E-Mail: realcasa@intelnet.net.gt

Actividad: Restaurante **Productos:** Interesados en aceite de oliva envasado

SABOR MEDITERRÁNEO

Contacto: Liliana De Nes de Kopp **Cargo:** Gerente General

Boulevard Centro Médico Militar 14-33, Zona 17 Res Santa Amelia IV- Casa 3 GUATEMALA

Tel.: 2261-0909 **Fax:** 2261-0909

E-Mail: sabor.mediterraneo@gmail.com

Actividad: Imp. Distr. **Productos:** aceite de oliva virgen extra, vinos, cavas, licores, productos alimenticios enlatados, turrónes

SALVIA

Contacto: René Castillo **Cargo:**

4ª Calle 21-22 Zona 14 GUATEMALA

Tel.: 2333-6761 **Móvil:** 5512-4202

E-Mail: renecastillo40@yahoo.com

Actividad: Importador de alimentos **Productos:** Interesado en importaciones de aceite de oliva

SERVIALIMENTOS DEL PACÍFICO

Contacto: Juan Pablo Hernández **Cargo:** Gerente General

1ª Avenida Zona 1 MAZATENANGO

Tel.: 5548-5264

E-Mail: jvelero@hotmail.com

Actividad: Restaurante **Productos:** Interesado en el aceite de oliva

SUPERMERCADO LA PUERTA DEL SOL

Contacto: Juan Mario Maza **Cargo:** Gerente General

20 Calle 12-69 Zona 10 GUATEMALA

Tel.: 2368-0951 **Fax:** 2368-1681

E-Mail: enacore@hotmail.com

Actividad: Distr. Imp. **Productos:** supermercado, productos alimenticios, abarrotes, chocolates, dulces, turrón, aceite de oliva, conservas, enlatados, licores, alcaparras, aceitunas, snacks.

SUPERMERCADOS REY

Contacto: Nicolas Pychochos **Cargo:** Gerente General

PANAMÁ

Tel.: 270-5500; **Fax:** 270-5573

E-Mail: jibarra@smrey.com **Home Page:** www.smrey.com

Actividad: Supermercados **Productos:** Interesados en aceites de oliva, vinos, cavas y sidras españolas.

Otros intereses: productos frescos en supermercados.

UNISUPER

Contacto: Fredy Gereda; Alejandro Arriola; Sara Ruiz de Valls **Cargo:** Gerente General; Director Administrativo; Directora Ejecutiva

8ª Calle 7-63, Zona 12 GUATEMALA

Tel.: 2386-5300; **Fax:** 2472-1200

E-Mail: fgereda@unisuper.com.gt ; aarriola@unisuper.com.gt

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN GUATEMALA

Actividad: Imp. Distr. **Productos:** supermercados, alimenticios (aceitunas, alcaparras, pimientos, conservas vegetales, snacks), artículos de limpieza, artículos plásticos, artículos para el hogar, papelería, juguetería, cristalería, artículos para cocina, dulces, vinos, licores, embutidos, bebidas, aceite de oliva, productos de consumo, mercadería en general

VIANSA

Contacto: José Valladares **Cargo:** Gerente General
Carretera a San José Pinula Km. 16,5 GUATEMALA
Tel.: 5630-3230

E-Mail: viansa@hotmail.es

Actividad: Importador distribuidor **Productos:** Interesado en aceite de oliva, quesos, vinos y delicatessen

WALMART- CENTROMERICA -LA FRAGUA

Contacto: José Carlos Paiz; Claudia Rosales; Hilmar Santos, Christian Figueroa **Cargo:** Vicepresidente Ejecutivo de Compras, Mercadeo y Logística; Ejecutiva de Productos Importados, Encargado de Vinos

12 Calle 1-28, Zona 9; Edificio Mol; GUATEMALA

Tel.: 2485-5500 ext. 5658 Marta Avila; **Fax:** 2485-5586

E-Mail: claudia.rosales@latam.wal-mart.com; karina.avila@latam.wal-mart.com

isabel.godinez@latam.wal-mart.com marta.avila@latam.wal-mart.com

Home Page: <http://walmart-centroamerica.com>

Actividad: Imp. Distr. Otros **Productos:** grandes superficies, hipermercados, aparatos electrodomésticos, artículos para caballeros, artículos para damas, artículos para deporte, artículos para el hogar, artículos para niños, niñas, artículos de regalo, artículos plásticos, artículos sanitarios en general, centros comerciales, libros, revistas, productos de consumo, juguetes, artículos de belleza e higiene personal, productos alimenticios, abarroterías, confitería, chocolates, turrone, alcaparras, aceitunas, embutidos, jugos y néctares, latas, conservas, aceite de oliva, snacks (boquitas), etc. Vinos, licores, productos dietéticos, cristalería, menaje de hogar, cosméticos, perfumería, ropa para caballeros, damas y niños, mercadería en general.

2. FERIAS

FERIA ALIMENTARIA 2008

La Feria Alimentaria dura normalmente cuatro días y se celebra anualmente durante la segunda semana de septiembre, como complemento al Festival Gastronómico de Guatemala. Se trata del evento más relevante en productos agroalimentarios en Guatemala, y es un gran punto de encuentro para profesionales del sector HORECA, importadores y exportadores y detallistas.

Más información en logística@corpoeventos.net, en <http://www.feriaalimentaria.com>, o en el teléfono (502) 2367-5055.

XIV FESTIVAL GASTRONÓMICO GUATEMALA

El Festival Gastronómico Internacional de Guatemala dura un día, y se celebra como complemento de la feria alimentaria, justo al concluir ésta. es un evento no lucrativo que incentiva el desarrollo de la Gastronomía Internacional, exhibiendo tendencias del sector, técnicas de cocina y estilos de servicio. Durante el festival se realizan concursos de cocina con distintas categorías. El evento tiene fines benéficos, y sirve para financiar los programas de Responsabilidad Social Empresarial que apoya el Club Rotario Guatemala, que es la institución a cargo del festival.

Más información en logística@corpoeventos.net, en <http://www.feriaalimentaria.com>, o en el teléfono (502) 2367-5055.

FERIA TECNOALIMENTARIA

Se celebra cada año, siendo rotativo el país en el que tiene lugar. En 2007 se celebró en Guatemala y en 2010 se prevé celebrar de nuevo en este país. Puede encontrar más información sobre esta feria en el informe específico de la misma, titulado "Tecnoalimentaria 2007".

Más información en www.feriatecnoalimentaria.com o en el teléfono (502) 2379-3789

II SEMINARIO CATA SOBRE EL ACEITE DE OLIVA DE ESPAÑA

El 28 de Noviembre de 2008 tendrá lugar en el Hotel Intercontinental el II Seminario-Cata sobre el Aceite de Oliva de España, cuyos organizadores son el ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior), la Oficina Económica y Comercial de España en Guatemala y ASOLIVA (Asociación Española de la Industria y Comercio Exportador de Aceite de Oliva).

El acto constará de una conferencia impartida por el experto en aceite de oliva internacional D. Santiago Botas, una cata guiada y, para concluir, un almuerzo con presencia especial aceite de oliva español en la carta.

A la convocatoria pasada asistieron más de cien personas relacionadas con la gastronomía en Guatemala, tales como Chefs y maestros de cocina de distintas escuelas, exportadores, y distribuidores aceite de oliva en Guatemala, teniendo una notable repercusión en diferentes medios.

Más información en Guatemala@mcx.es

3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

Cámara de Industria. *Industria*.

AGEXPRONT. *Data Export*.

La revista *Industria y Alimentos*, una publicación de la consultora OSMOSIS.

Revista *NuChef*.

Revista *Enjoy*.



ICEX

4. ASOCIACIONES

ASOCIACIÓN GREMIAL DE EXPORTADORES DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES

Contacto: Ing. Juan Carlos Paiz; Fanny Estrada; Ing. Fernando Herrera;

Cargo: Presidente; Directora Ejecutiva; Gerente General;

15 Ave. 14-72, Zona 13; GUATEMALA

Tel.: 2422-3400 PBX ; Gerencia: ext. 3454 ; **Fax:** 2422-3434

E-Mail: agexport@agexport.com.gt ; fanny.estrada@agexport.com.gt ;

fernando.herrera@agexport.com.gt ; juancarlos@agexport.com.gt

Home Page: <http://www.export.com.gt>

Actividad: Serv. Otros **Productos:** directorio comercial, asociación profesional gremial, adscrita a Cámara de Industria y cuya función principal es promover el desarrollo de las exportaciones de Guatemala. Dentro de ésta existen distintas comisiones de productos agrícolas, vestuario y textiles, recursos hidrobiológicos, artesanías, muebles de madera y productos forestales, manufacturas. Organizan exposiciones con carácter internacional: Expomueble (anual, Agosto), Agritrade (bi-anual, marzo y diciembre), Apparel Sourcing Show (bi-anual, febrero- vestuario). Con carácter nacional: Encuentro Artesanal y Mini-Agritrade (2 ó 3 veces al año, según necesidad del sector), sólo para productores y exportadores, con duración de 1 día en los salones sociales del Dpto. en donde se realice Revista Dataexport.



ICEX

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN GUATEMALA

5. ANEXOS

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES GUATEMALTECAS DE ACEITE DE OLIVA

Principales proveedores

Partida 1509

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	jun-08
España	522.032	528.535	652.413	995.617	1.000.535	1.216.726	1.524.826	1.783.606	1.920.302	1.895.459	1.107.036
Italia	179.605	121.528	219.236	281.382	87.019	19.338	97.238	316.508	723.922	459.889	145.458
EEUU	292.181	344.356	407.754	138.269	752.209	704.361	613.258	907.114	723.922	886.660	579.308
Resto	55.060	488.994	0	0	30.974	2.157	133.777	18.449	9.717	188.243	23.563
Total	1050856	1485412	1281403	1417269	1872739	1944585	2371103	3027682	3379869	3432258	1.855.363

Expresado en US \$

Fuente: SIECA www.sieca.org.gt Octubre 2008

Datos actualizados hasta Junio de 2008

IMPORTACIONES DE GRASAS DE CONSUMO EN GUATEMALA

Valor CIF \$	Taric	Producto
17.361.374	1511	Aceite de palma
15.980.768	1507	Aceite de soja
7.394.688	1517	Margarina
3.578.428	1515	Aceite de maíz, cártamo, sésamo, lino, jojoba
3.249.771	1509	Aceite de oliva
3.005.646	405	Mantequilla
2.185.387	1512	Aceites de girasol, cártamo o algodón
189.275	1514	Aceites de nabo (de nabina), colza o mostaza
109.099	1513	Aceites de coco (de copra), de almendra de palma o de babasú
4.924	1508	Aceite de cacahuete

Fuente: Naciones Unidas, <http://comtrade.un.org/>, Octubre 2008