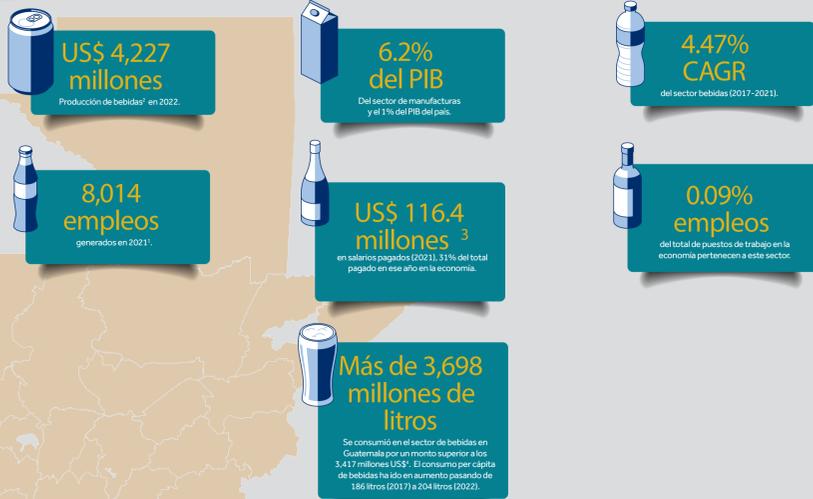


MANUFACTURA DE BEBIDAS

1. Alcohólicas y no alcohólicas

IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA en Guatemala



1. Alcohólicas y no alcohólicas.
2. Elaboración de bebidas no alcohólicas, producción de aguas minerales y de otras aguas embotelladas y Bebidas alcohólicas y productos de tabaco (Nomenclatura de actividades económicas para Guatemala NAEG AE036 y AE037).
3. Tipo de cambio 1USD=Q.7.83 (Banco de Guatemala, 15/06/2023).
4. Fuente: Euromonitor Internacional Limitada 2023 © Todos los derechos reservados. Incluye las categorías de bebidas alcohólicas y soft drinks.

COMERCIO

- 3% de exportaciones del país son del sector de bebidas.
- 515.86 millones US\$ en exportaciones (2022).
- 371.05 millones US\$ en importaciones (2022).
- Los principales destinos de exportación en 2022 fueron de Centroamérica (El Salvador 15.87%, Honduras 15.23%, Panamá 5.05%), Países Bajos 17.12%, Estados Unidos 14.68%, Puerto Rico 8.50%.
- Principales importaciones en 2022 fueron desde México 40.11%, El Salvador 19.65%, Nicaragua 8.40% y Estados Unidos 6.70%.

Comercio acumulado (2018-2022) Exportación e importación

Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagres 2018-2022p con datos Banguat Cifras en Millones US\$



ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES



TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA

- Orientación hacia la sostenibilidad en la industria, tendencia hacia las cero emisiones.
- Reducción de consumibles mediante el reciclaje y bioplásticos.
- El uso de recipientes reciclables para consumo de café se ha incrementado hasta un 23%, el uso de cartones 9% y vidrio reciclable 2%.
- Hay una tendencia minimalista en el color, envase y diseño de las bebidas.
- El consumo se inclina a productos con menos o sin azúcar y sin o con poco alcohol⁵.
- Aumento en la demanda de zumos naturales y smoothies, con un mercado aproximado de US\$42,290 millones y una tasa anual de crecimiento de 4.41%. Se prevé un volumen de 16,000 millones de litros para el 2026 con un mercado en Estados Unidos de US\$5,560 millones de proyectado para 2026⁶.
- En 2023 se esperan más bebidas con sabores tropicales y picantes, sabores enérgicos y efervescentes⁷.
- En bebidas alcohólicas la tendencia es hacia opciones con sabor a fruta, vino y bebidas ready to drink (RTD) bajas en azúcar.
- Tendencia en la preferencia por los consumidores, especialmente la generación Z por el café frío en presentaciones RTD.
- Tendencia al cuidado de la salud y a considerar productos (alimentos y bebidas) a base de plantas para sustitución de productos animales, leche de soya, almendra, arroz.
- En EEUU se estima una población vegana de entre el 2 al 6% de la población total, con un mercado en crecimiento con promedio del 9.1% anual y la proyección para 2026 es que llegue a representar hasta US\$24,300 millones.
- Cambios en la forma de consumo, uso de aplicaciones tecnológicas e inteligencia artificial tiene un carácter extraño en medio.

5. Mintel 2022.
6. Statista 2022.
7. Flavorman, experto en bebidas personalizadas, 2023.

VENTAJAS COMPETITIVAS DE GUATEMALA

- Ubicación geográfica**
Próxima a Estados Unidos, uno de los mercados más grandes para la industria y acceso preferencial a más de 12 mercados.
- Tamaño del mercado**
(Nacional, regional, EEUU-México) – consumo nacional.
- Sector sólido con crecimiento a lo largo plazo,**
Bien organizado y con representación de gremiales y cámaras.
- Reglamentos técnicos centroamericanos**
Permiten certeza en la operación de la industria y el comercio regional.
- Insumos y naturalidad de los mismos.**
Disponibilidad de proveeduría nacional de principales insumos y materia prima a precios competitivos.
- Calidad de los productos y servicios que se encuentran.**
Calidad de los insumos nacionales como el azúcar, el cacao y el cardamomo. Guatemala produce más de 2.85 millones de toneladas anuales de azúcar, es el 6to. Exportador del mundo (Banguat, 2021).
- Calidad en proveeduría de servicios básicos como la energía eléctrica, que se puede obtener a precios competitivos al aplicar como gran usuario (consumo mayor de 100 kW).
- Capacidad de producción y variedad.**
El sector tiene alta capacidad y variedad de producción, así como profesionales capacitados para la industria, en áreas de producción, control de calidad y otros servicios para la industria.
- Incentivos scales**
Para la exportación.

CASOS DE ÉXITO



TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA

- La tendencia se extiende en Latinoamérica. Participación en nuevas categorías, aguas funcionales (hidratación + beneficios), el 17% de aguas en el mercado de EEUU tiene un ingrediente funcional. (Statista)
- Nuevos mercados de té e infusiones. El consumidor busca mejora en la alimentación y fortalecer el sistema inmune.
- La producción de bebidas Hard Seltzer presentan una opción de bebidas con bajo contenido de alcohol según la tendencia del mercado⁸.
- Participación en mercado de bebidas "NOLO" (sin o con bajo contenido de alcohol), tendencia en ginebras y aperitivos con 0% alcohol.
- La pandemia COVID-19 generó alternativas de consumo y preferencias de consumo. Hay oportunidad para bebidas nuevas y presentaciones innovadoras.
- El consumo mundial de bebidas no alcohólicas se estima en 803,000 millones de litros anuales (Statista), con un crecimiento promedio superior al 3% anual en la última década.
- Norte y Centroamérica es el tercer mercado más grande para la industria de bebidas (Statista 2023). Una oportunidad para Guatemala, que tiene acuerdos comerciales con Estados Unidos, México y Centroamérica.
- Guatemala es el mayor mercado de consumo de bebidas de Centroamérica.
- Acceso directo a un mercado de 50 millones de consumidores en Centroamérica, 10 millones en el sur de México y cercanía a 50 millones en el Caribe.
- Maquila de marcas privadas de bebidas carbonatadas, jugos, bebidas energizantes y refrescos.
- Aumentar la producción de concentrados de frutas y vegetales para abastecer a la industria.
- Ampliar la oferta de proveeduría de envases y empaques.

8. Industria Saludable, Givaudan 2021.