

OPORTUNIDADES AGRÍCOLAS JAPÓN

Viceministerio de Integración y Comercio
Exterior
Inteligencia de Mercados – Dirección de Política
y Análisis Económico
Diciembre, 2020



GOBIERNO *de*
GUATEMALA
DR. ALEJANDRO GIAMMATTEI

MINISTERIO DE ECONOMÍA

Metodología

Para la elaboración del siguiente estudio se sigue los siguientes pasos:

- Análisis del mercado destino, basado en el concepto de “demanda” y no de oferta de Guatemala
- Se hace un análisis a nivel de inciso arancelario al máximo detalle posible de acuerdo con las estadísticas disponibles del país destino y de forma mensual, para determinar movimientos en el período analizado
- Se realizar un análisis dónde se filtra por:
 - Tasa de crecimiento compuesto últimos tres años para encontrar los de mayor evolución
 - Haber tenido entre US\$ 10 y US\$ 50 millones de dólares en comercio en cada uno de los años
 - Selección de los 3 a 5 principales. Algunos productos pueden presentar oportunidad pero hay restricciones que limitan el aprovechamiento del mismo.
- Para identificar la oportunidad, se procede a realizar un análisis de medias mensuales, para establecer la tendencia del producto en los últimos años, incluyendo la época del COVID si está disponible la información
- Por último, se hace un análisis para identificar productos que hayan crecido en este tiempo de COVID, si las estadísticas lo permiten



























Matriz Identificación de Oportunidades demanda Japón

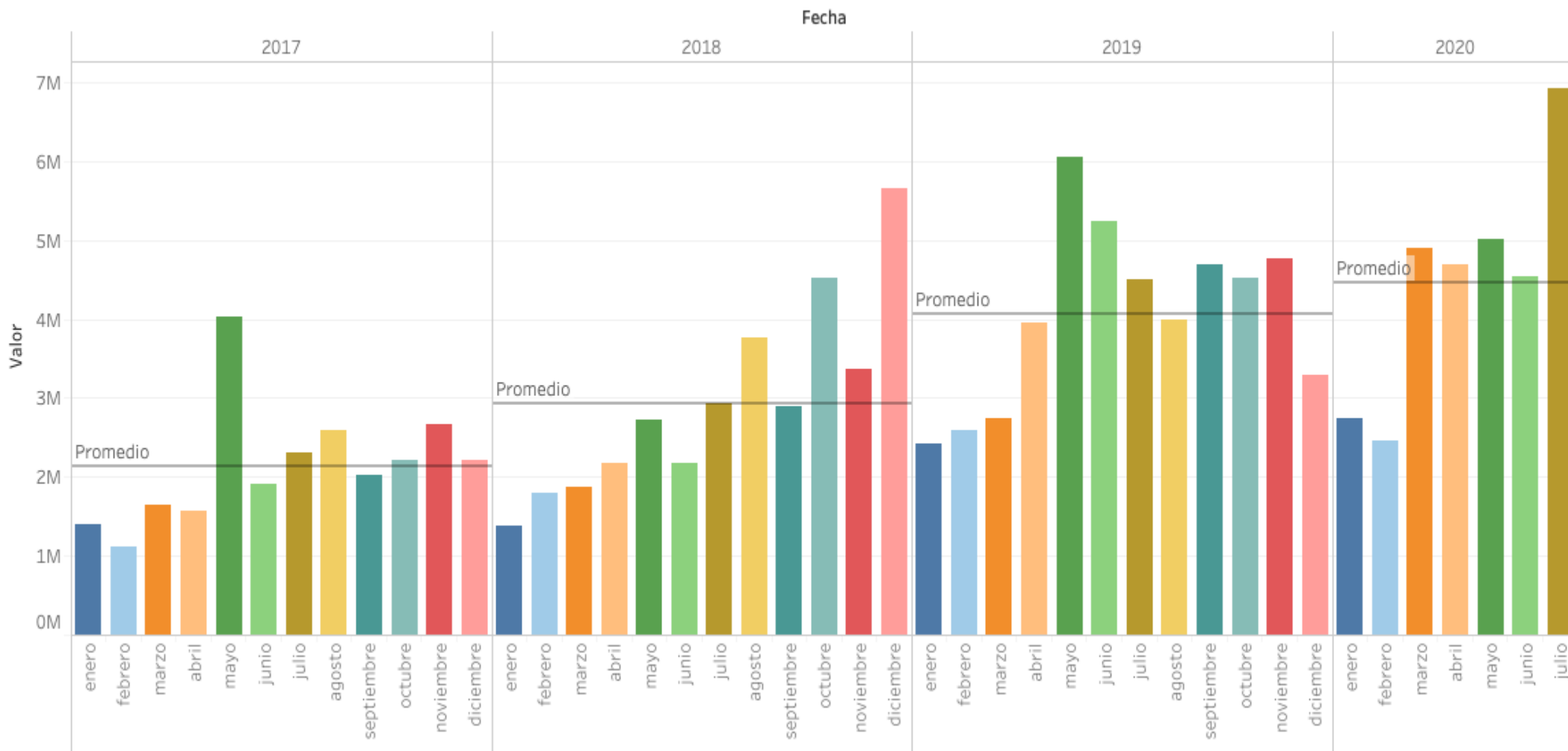


Los principales productos son aquellos que están al lado derecho de la línea roja los cuales cumplen con los criterios de la metodología.

Resumen de la Oportunidad Encontrada. Valores en Millones de US\$, Crecimiento versus Año Anterior

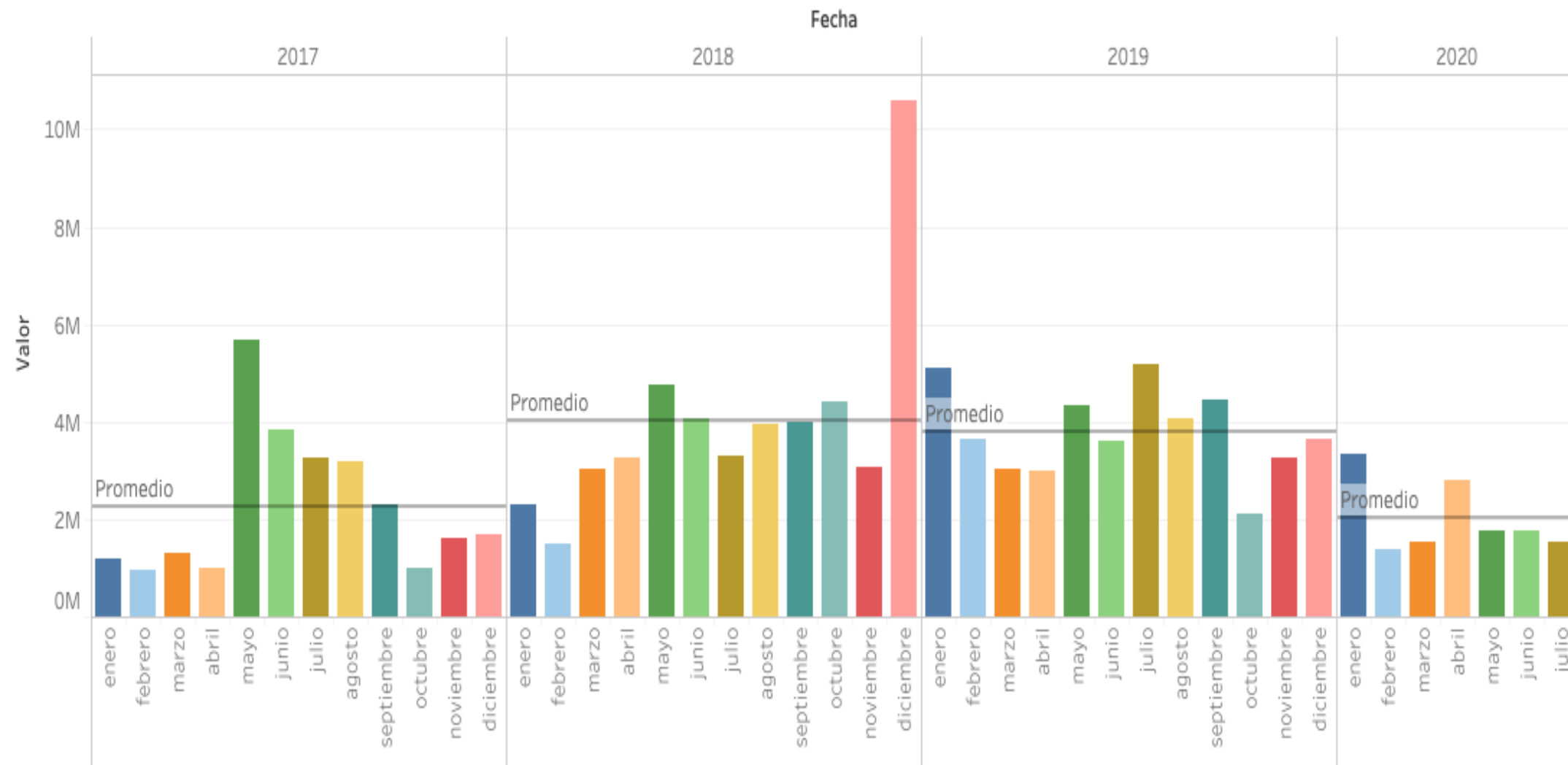
Código	Descripción del producto	2014	2015	2016	2017	2018	2019
210690293	Preparaciones alimenticias, bases para bebidas (otras)	 12.93M	 16.35M 26.4%	 20.81M 27.3%	 25.68M 23.4%	 35.26M 37.3%	 48.78M 38.4%
030487060	Filetes congelados de atún (género Thunnus): otros			 10.10M	 27.02M 167.5%	 48.27M 78.6%	 45.38M -6.0%
160413010	Pescado, entero o en trozos, pero sin picar: Sardinas, sardinelas y espadines o espadines: En recipientes herméticos	 12.68M	 11.88M -6.3%	 12.40M 4.4%	 14.37M 15.9%	 21.64M 50.6%	 37.33M 72.5%
051191110	Los demás: productos de pescado o crustáceos, moluscos u otros invertebrados acuáticos; animales muertos del Capítulo 3: Desechos de pescado, huevos de peces fértiles para incubar y huevos de Artemia salina: Desechos de pescado	 20.75M	 17.20M -17.1%	 17.99M 4.6%	 13.96M -22.4%	 17.04M 22.1%	 28.77M 68.8%

Identificando Oportunidad: Preparaciones Alimenticias, bases para bebidas. Valores en US\$ Millones



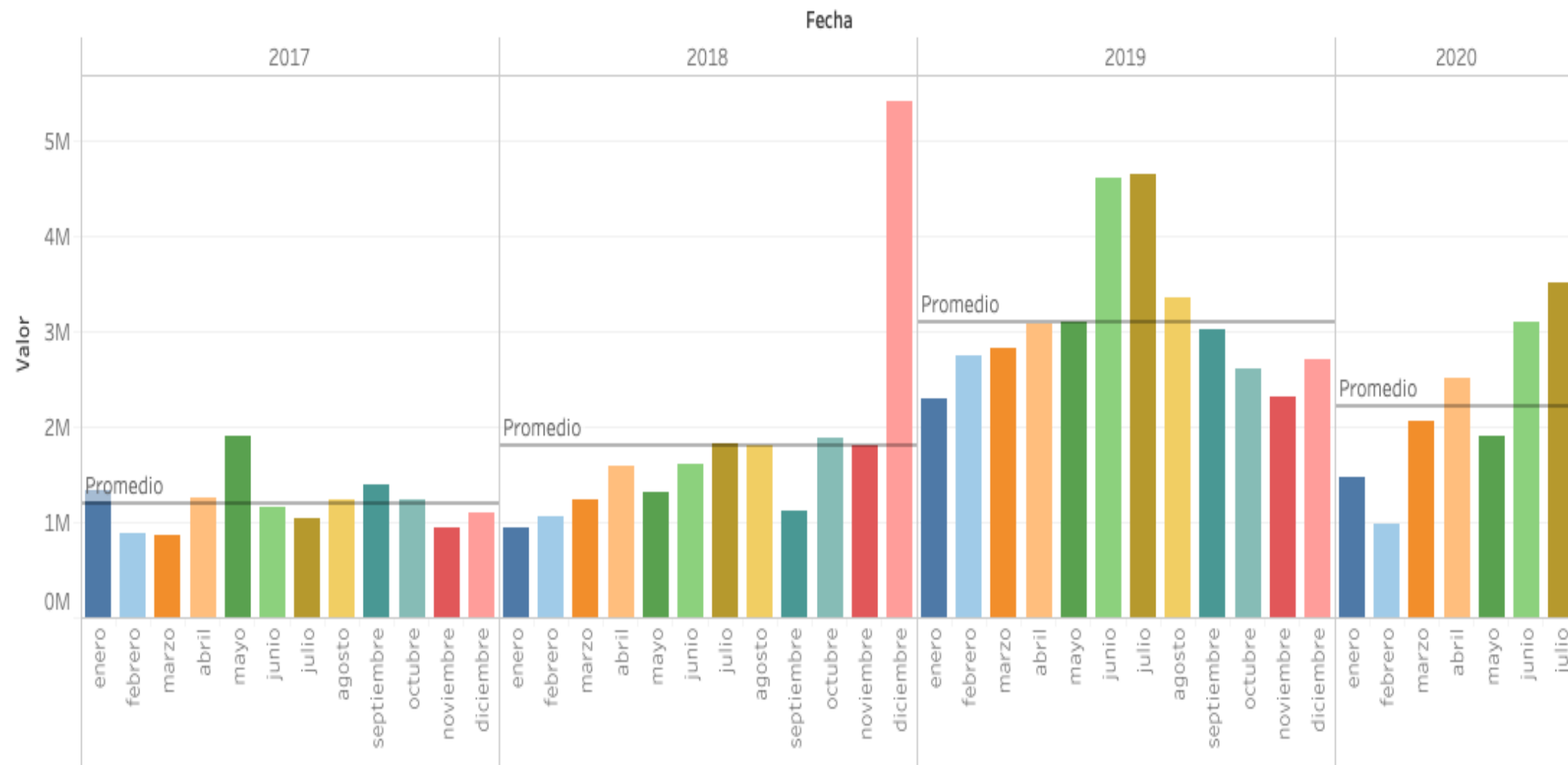
Tendencia creciente (promedio del período de cada año) hacia el alza Julio del 2020 mejor mes en los últimos 43 meses anteriores

Identificando Oportunidad: Filetes de atún (género Thunnus): otros. Valores en US\$ Millones



Tendencia creciente. Al eliminar el pico de diciembre del 2018, los promedios interanuales son crecientes. COVID afectó a este tipo de producto importado por Japón.

Identificando Oportunidad: Pescado, entero o en trozos, pero sin picar: Sardinas, sardinelas y espadines o espadines: En recipientes herméticos. En Millones de US\$



Tendencia creciente durante los últimos tres años. Efecto COVID fue una disminución en el período de enero – febrero, recuperación posteriormente y creciente, aunque a niveles menores

Partida Japón	Producto	Arancel	Existencia de cuota
210690293	Preparaciones alimenticias, bases para bebidas (otras)	1% (NMF)	No tiene cuotas
030487060	Filetes congelados de atún (género Thunnus): otros	3.5% (tarifa NMF)	No tiene cuotas
160413010	Pescado, entero o en trozos, pero sin picar: Sardinias, sardinelas y espadines o espadines: En recipientes herméticos	7.2% (tarifa preferencial para Guatemala)	No tiene cuotas

Código	Descripción del producto	Valor	Crecimiento Acumulado a Julio 2020 versus mismo período año anterior
100199096	Trigo y meslin (exc. Semillas para siembra y trigo duro): Los demás: Los demás: Para uso alimentario	32,233,000	147.47%
040610020	Queso y cuajada: queso fresco (sin madurar o sin curar), incluido el queso de suero, y cuajada: contenido de extracto seco, en peso, no superior al 48%, picado no superior a 4 g por cada uno, congelado, en envases inmediatos, de contenido superior a 5 kg	24,537,000	120.06%
190230210	Pastas alimenticias, incluso cocidas o rellenas (de carne u otras sustancias) o preparadas de otro modo: Las demás: Ramen instantáneo y demás fideos instantáneos	32,973,000	60.73%
080810000	Manzanas, frescas	16,070,000	51.03%
200899239	Frutas, frutos secos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte de la partida 1212.21: algas aptas para consumo	23,821,000	47.83%
160241090	Preparados o conservados de jamones y trozos de cerdo: Los demás	29,739,000	47.39%
220710199	Alc. etílico sin desnaturalizar con un grado alcohólico = > al 80% vol; alc. etílico y aguardiente desnaturalizados, de cualquier graduación: Alc. etílico sin desnaturalizar con un grado alcohólico vol del 80% vol o superior: grado alc. vol. 90% o +, otro	41,566,000	45.81%
040210216	Leche en polvo que no exceda del 1,5% de grasa: Otros: Para almuerzos escolares para niños, alumnos o lactantes ...	48,516,000	42.51%
121020100	Conos de lúpulo molidos, pulverizados o granulados y lupulino: Conos de lúpulo	43,447,000	40.98%
230910099	Alimentos para perros o gatos acondicionados para la venta al por menor: Otros	32,229,000	37.95%

Estos son los productos con mayor demanda de Japón en el rango de US\$ 10 a US\$ 50 millones de dólares. De estos de los cuáles Guatemala exporta al mundo está la partida de alcohol etílico, al igual que alimentos para perros o gatos acondicionados y pastas alimenticias (no el producto en específico).

Fuente: Elaboración propia sobre los datos de Trademap

- Las oportunidades identificadas son de la demanda actual que ha presentado Japón en los últimos tres años para su aprovechamiento tiene que estudiarse en el mercado la identificación de los productos y el potencial de fabricación del país
- Con respecto a los productos identificados con mayor demanda durante la pandemia y que existe ya una oferta del país se tendría que explorar e identificar a las empresas que están demandando estos productos para determinar su viabilidad para ser exportados



GOBIERNO *de*
GUATEMALA
DR. ALEJANDRO GIAMMATTEI

MINISTERIO
DE ECONOMÍA

   @GUATEMINECO

WWW.MINECO.GOB.GT