



CEI Centre for
International
Economy

ANALYSIS OF TRADE AND CONSUMPTION PERSPECTIVES

REPUBLIC OF GUATEMALA



Ministry of Foreign
Affairs, International
Trade and Worship
Argentine Republic

July 2024

Executive Summary

- Guatemala is the first economy in Central America; its GDP per capita places the country within the “upper middle income economies”. Its GDP is expected to grow at an average annual rate of 7.4%, above Latin America and the Caribbean, but below the rest of Central America.
- Total population growth projections show a slight upward trend, but with better growth rates for the urban population (~55% of the population is engaged in agricultural and trade activities).
- Food is the main item in household expenditure (~31% of total expenditure); ~31% of daily expenditure corresponds to the consumption of cereals and 22% to meats, but in a context of unequal income distribution (~1% of the country concentrates 40% of wealth) and with consumption patterns heavily influenced by links with other countries. This is a consumer who has adopted much from the American style and culture; the level of contact and travel to the United States marks the preference for food and products of American origin, especially those *premium*.
- The distribution and offer of imported food and groceries are concentrated in a few retail channels, but distribution supply growth is projected for upper-middle and upper-class sectors in the coming years.
- It is a food producer and exporter, but is not self-sufficient in some staples of the local diet (cereals and animal products). To increase productivity and reduce losses, the country will need to import modern technology for agricultural and livestock production.
- In relation to bilateral trade, in 2023 exports of Argentine goods to Guatemala increased by 3.8% compared to 2022, reaching USD 314 million. In the case of imports, they grew 55.1% in the same period and totalled USD 6 million.
- In the last 24 years, the result of the bilateral trade balance of goods recorded a surplus for Argentina. In 2023 it exceeded USD 308 million.
- Regarding trade in services, in 2023 shipments from Argentina to Guatemala increased 33% compared to 2022, while imports increased 95% i.a.
- As a result of the greater dynamism of imports with respect to external sales, in 2023 Argentina's bilateral services deficit with the Republic of Guatemala exceeded USD 23 million.

The opinion expressed in this publication does not necessarily reflect the views of the Ministry of Foreign Affairs, International Trade and Worship of Argentina. Total or partial reproduction is authorised provided the source is acknowledged.

Please note that only the executive summary is in English. See below for full report in Spanish.



CEI Dirección Nacional
Centro de Economía
Internacional

ANÁLISIS DE PERSPECTIVAS COMERCIALES Y DE CONSUMO

REPÚBLICA DE GUATEMALA



Ministerio de Relaciones
Exteriores, Comercio
Internacional y Culto
República Argentina

Julio 2024

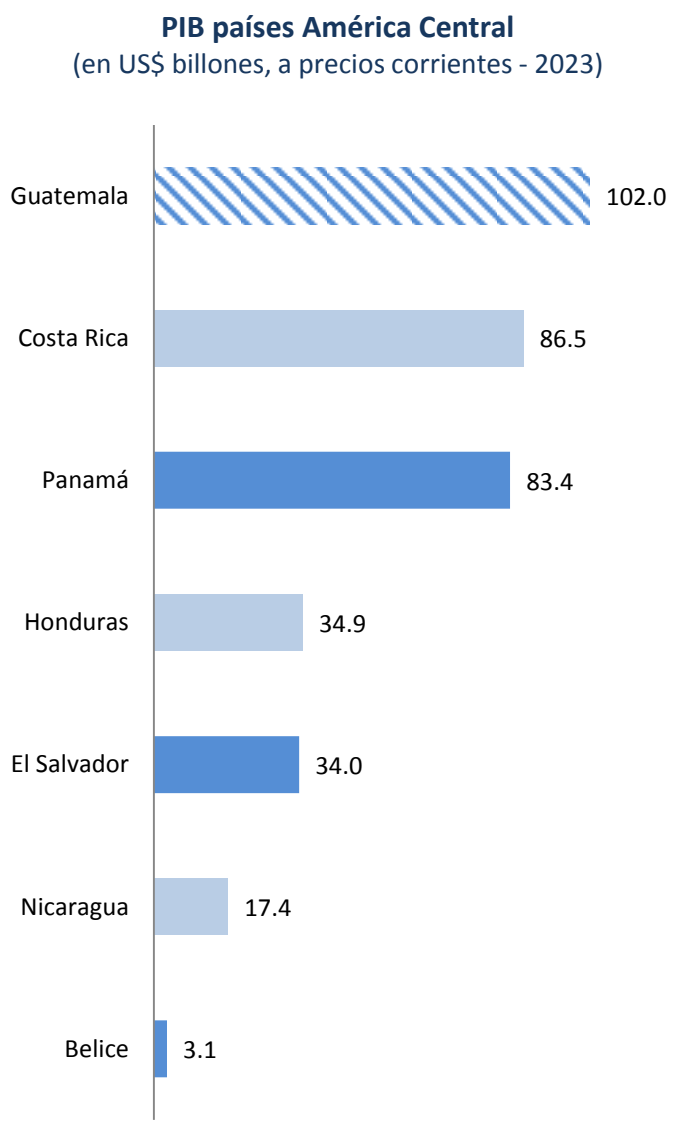
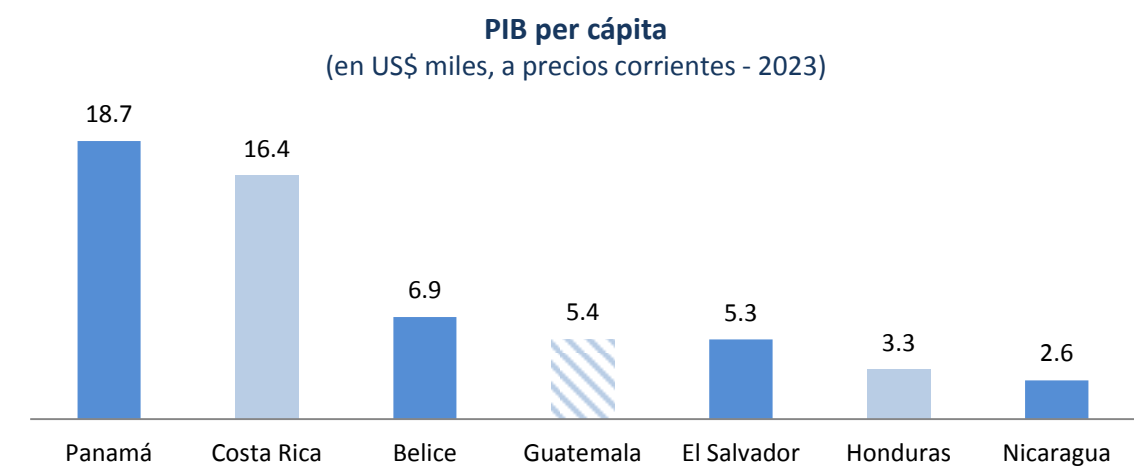
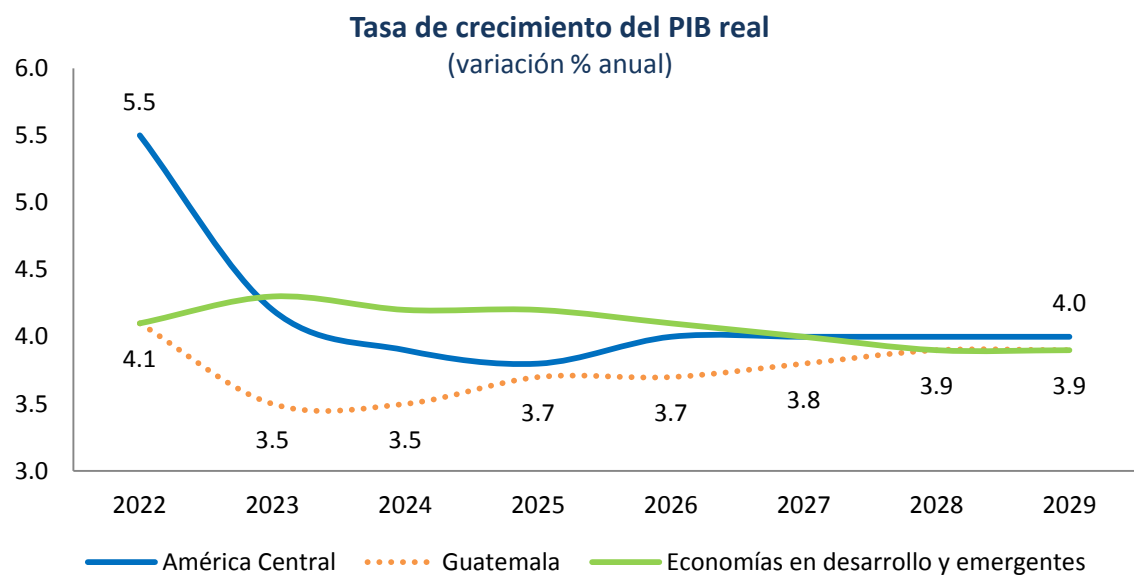
Filmina	Contenido
Filmina 3	Resumen ejecutivo
Filmina 4 y 5	Economía
Filmina 6	Población
Filmina 7, 8 y 9	Consumo
Filmina 10 y 11	Comercio exterior
Filmina 12 y 13	Alimentos y productos agropecuarios
Filmina 14	Agronegocios
Filmina 16	Evolución del comercio bilateral de bienes
Filmina 17 y 18	Composición del comercio bilateral de bienes
Filmina 19	Empresas exportadoras de bienes
Filmina 20	Evolución del comercio bilateral de servicios
Filmina 21	Composición del comercio bilateral de servicios
Filmina 22	Enlaces y contactos de interés

Resumen ejecutivo

- Guatemala es la primera economía de América Central; su PIB per cápita ubica al país dentro de las “economías de renta media alta”. Su PIB crecería a una tasa anual promedio de 7,4%, por encima de América Latina y Caribe, pero por debajo del resto de Centroamérica.
- Las proyecciones de crecimiento total de la población presentan una tendencia leve a la suba, pero con mejores tasas de crecimiento para la población urbana (~55% de la población se dedica a actividades agrícolas y de comercio).
- Los alimentos son el principal rubro dentro del gasto de los hogares (~31% del gasto total); ~31% del gasto diario corresponde al consumo de cereales y 22% a carnes, pero en un contexto de distribución desigual de los ingresos (~1% del país concentra 40% de la riqueza) y con pautas de consumo muy influenciadas por vínculos con otros países. Se trata de un consumidor que adoptó mucho del estilo y cultura estadounidense; el nivel de contactos y viajes a Estados Unidos marca la preferencia por los alimentos y productos de origen estadounidense, especialmente los prémium.
- La distribución y oferta de alimentos y comestibles importados se encuentran concentrados en pocos canales minoristas, pero se proyecta crecimiento de la oferta de distribución para sectores de clase media-alta y alta en los próximos años.
- Es un productor y exportador de alimentos, pero no es autosuficiente en algunos productos básicos de la dieta local (cereales y productos animales). Para aumentar la productividad y reducir las pérdidas necesitará importar tecnología moderna destinada a la producción agrícola-ganadera.
- Con relación al comercio bilateral, en 2023 las exportaciones de bienes argentinos a Guatemala aumentaron 3,8% respecto de 2022, y alcanzaron US\$ 314 millones. En el caso de las importaciones, crecieron 55,1% en el mismo período y totalizaron US\$ 6 millones.
- En los últimos 24 años el resultado de la balanza comercial bilateral de bienes fue superavitario para la Argentina. En 2023 este superó los US\$ 308 millones.
- En lo que respecta al comercio de servicios, en 2023 los envíos de la Argentina a Guatemala se incrementaron 33% con respecto a 2022, mientras que las importaciones aumentaron 95% i.a.
- Como consecuencia del mayor dinamismo de las importaciones respecto de las ventas externas, en 2023 el déficit bilateral de servicios de la Argentina con la república guatemalteca superó los US\$ 23 millones.

Economía

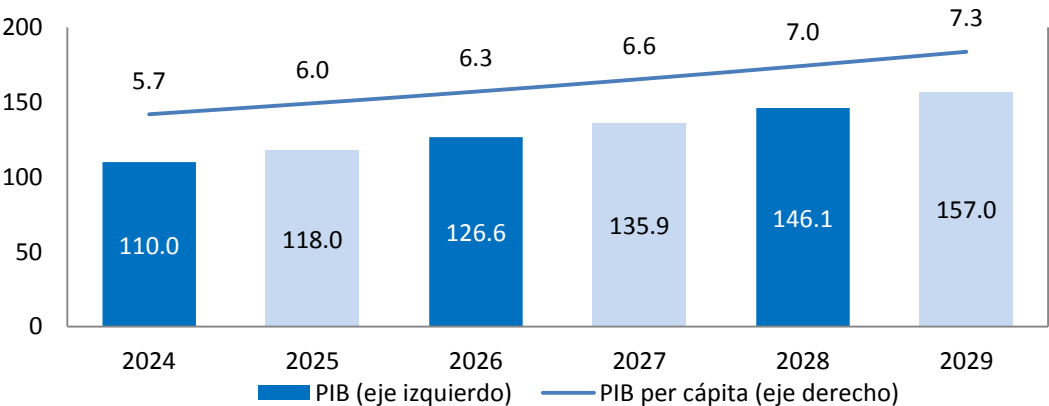
Por el tamaño de su PIB, es la primera economía de América Central, aunque en los próximos años crecería a una tasa levemente menor del promedio del resto de las economías de Centroamérica. Su PIB per cápita ubica al país dentro de las “economías de renta media alta”.



En los próximos cinco años, el PIB crecería a una tasa anual promedio de 7,4% (por arriba del 5% promedio de América Latina y el Caribe) aunque con incertidumbres derivadas del contexto internacional.

Proyección del PIB y PIB per cápita - 2023-2029

(PIB en US\$ miles de millones, PIB per cápita en US\$ miles – precios corrientes)



Servicios
60,3%



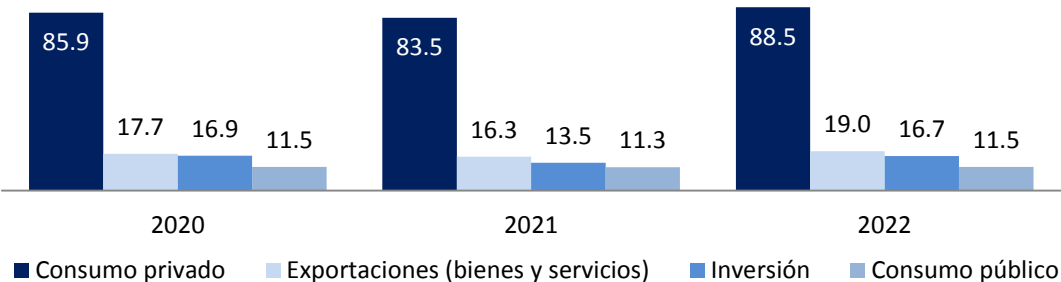
Industria
19,4%



Agricultura
9,4%

Componentes de la demanda

(participación % en el PIB a precios corrientes)



Es la **mayor economía de América Central** (~39% del PIB regional). Su economía depende significativamente de la estadounidense (es el destino de ~1/3 de sus exportaciones, principal país de origen de las inversiones extranjeras y de las remesas recibidas).

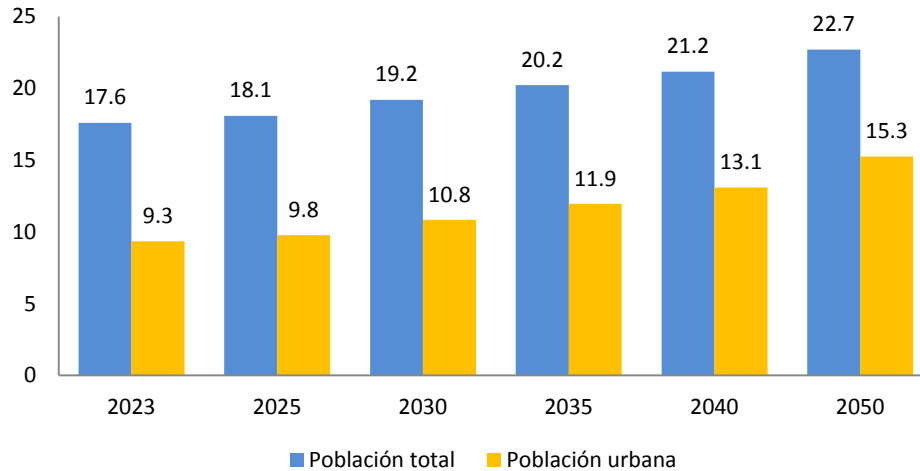
Estas últimas ayudaron a moderar el impacto de la pandemia sobre la economía del país, pero constituyen una importante fuente de vulnerabilidad (19% del PIB).

- Los signos de recuperación de 2022 no lograron consolidarse durante 2023; **se mantuvo el impulso económico, aunque la incertidumbre existente en el ámbito internacional** (tensiones geopolíticas, endurecimiento de las condiciones financieras y el contexto interno del país) establecen una **proyección de crecimiento económico para los próximos años en torno al 3,7% promedio**.
- El Banco de Guatemala prevé **tasas de crecimiento positivas en todas las actividades económicas**, principalmente en comercio y reparación de vehículos, aumento en la producción de las actividades agrícolas e industriales, e incremento estimado de la importación de bienes; industrias manufactureras (principalmente fabricación de cemento, productos de plástico, muebles y papel); actividades inmobiliarias (perspectivas favorables en la construcción de viviendas).

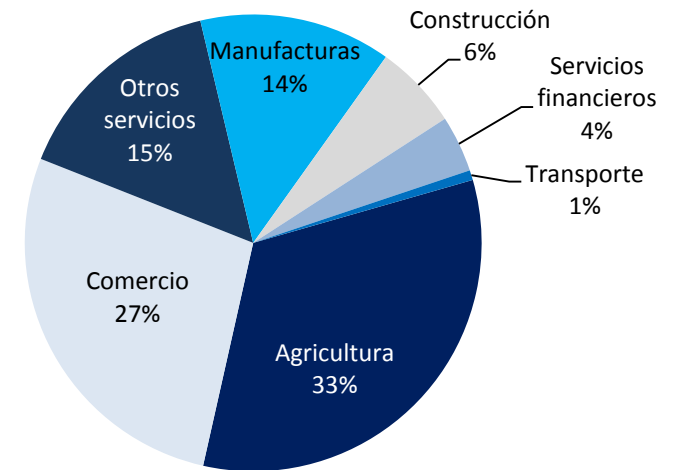
Población

Proyecciones de crecimiento leve para la población total, con mejores tasas de crecimiento para la población urbana.

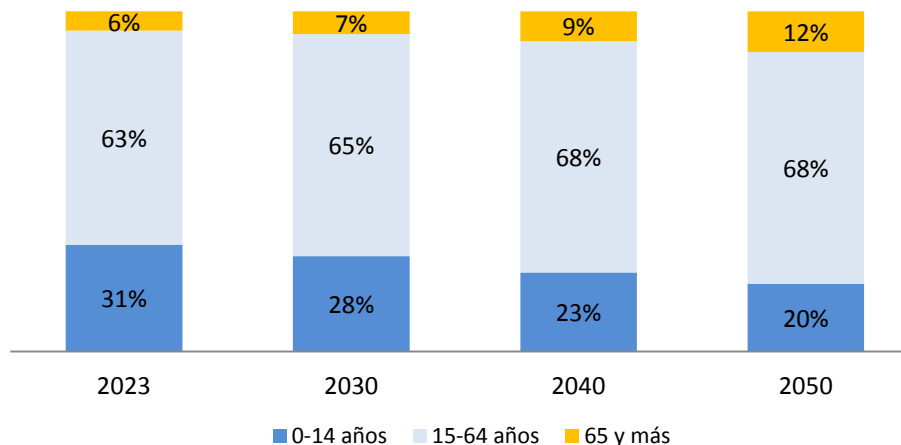
Proyección de crecimiento de la población total y urbana
(en millones de personas)



Población ocupada por sector de actividad económica
(en % del total)



Proyección de la distribución de la población por edades
(como % del total de la población)



Población total del país con crecimiento leve para los próximos años (tasa anual promedio ~1% entre 2023-2050).

Crecimiento de la población en edad de trabajar, pero también en la proporción de adultos mayores como producto de menores tasas de natalidad.

Población urbana en crecimiento a una tasa anual promedio mayor que la población total (~2%).

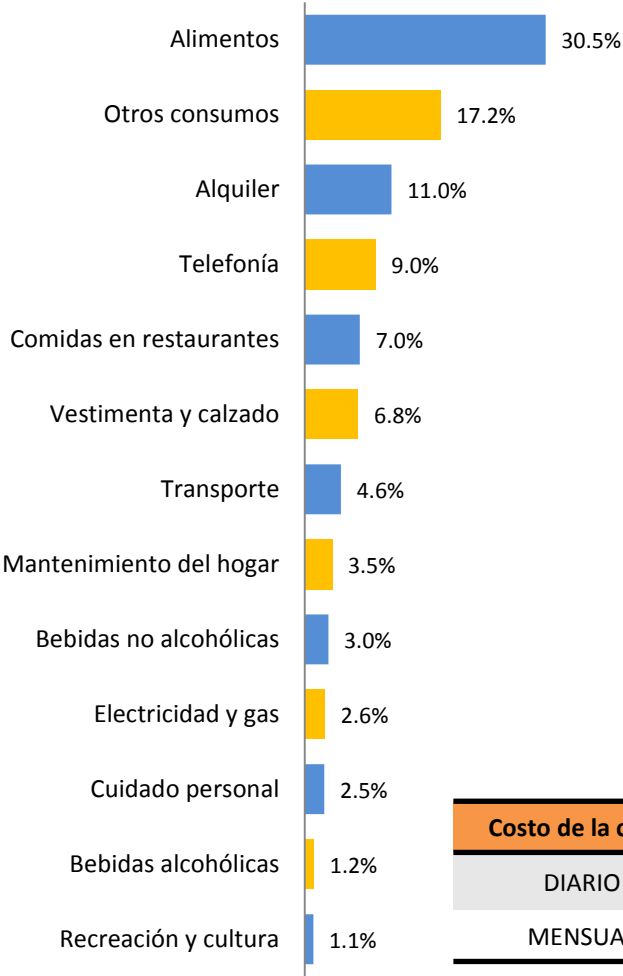
~55% de la población se dedica a actividades agrícolas y de comercio.

Consumo

Los alimentos son el principal rubro dentro del gasto de los hogares (~31% del gasto total); ~31% del gasto diario corresponde al consumo de cereales y 22% a carnes.

Distribución del gasto total promedio

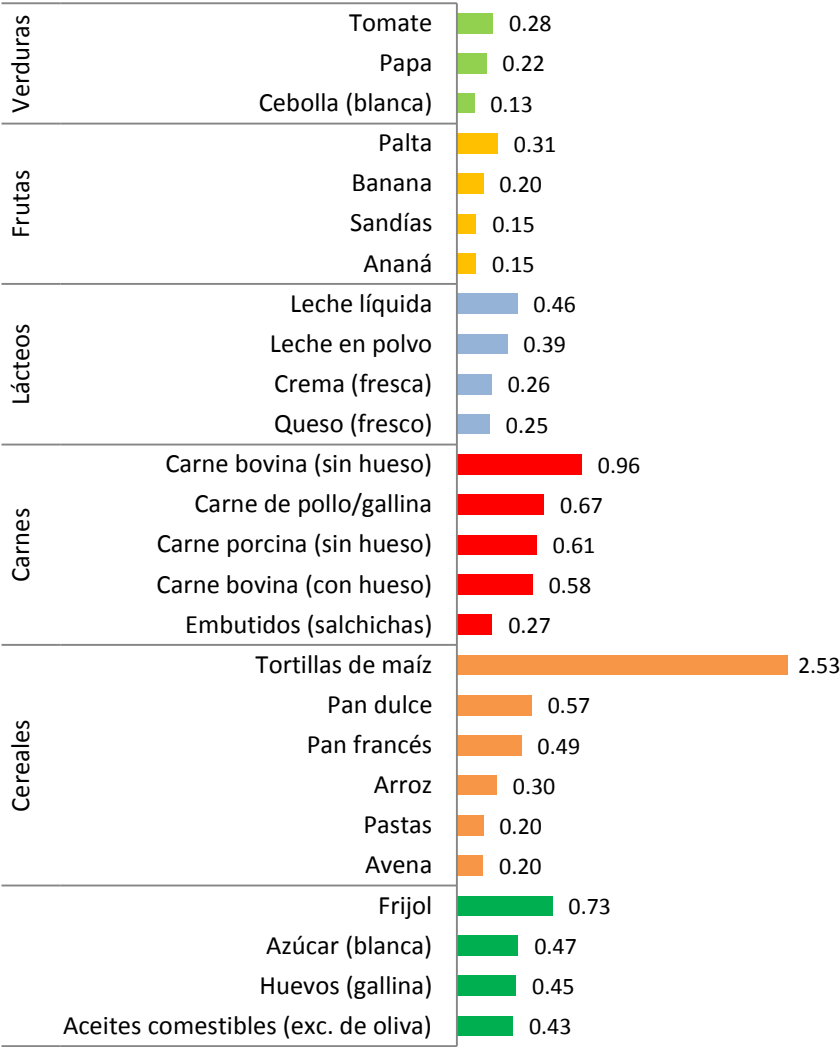
(Por hogar - 2022)



Costo de la canasta básica de alimentos	
DIARIO	US\$ 14
MENSUAL	US\$ 427

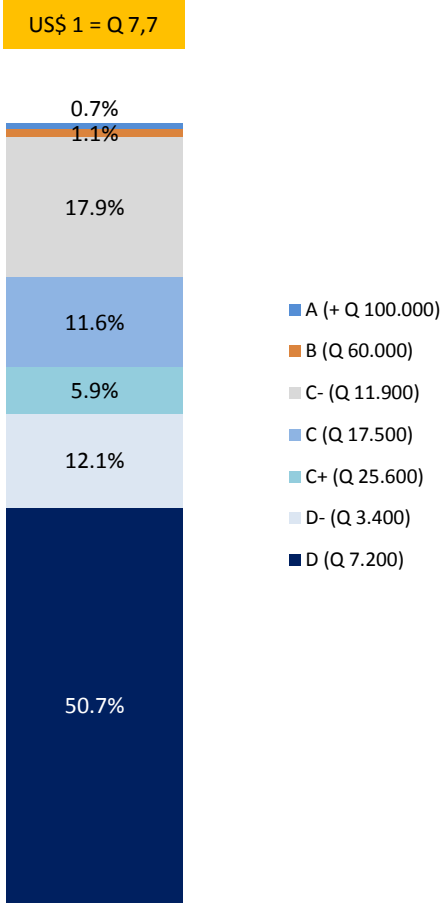
Composición canasta básica de alimentos

(Principales alimentos - costo diario promedio hogar de 5 personas en US\$ - 2023)



Distribución desigual de los ingresos (~1% de país concentra 40% de la riqueza); pautas de consumo muy influenciadas por vínculos con otros países.

Distribución de los ingresos por nivel socioeconómico
(como % población - en Quetzal - 2021)



- El consumidor adoptó mucho del estilo y cultura estadounidense; el nivel de contactos y viajes a Estados Unidos marca la preferencia por los alimentos y productos de origen estadounidense, especialmente los prémium.
- Los productos alimenticios refrigerados y listos para comer están siendo comercializados a través de las principales cadenas de supermercados. El consumidor también se está volcando hacia aquellos alimentos más saludables, con menos contenido de azúcar y grasas saturadas, y orgánicos; ~90% de los productos orgánicos son importados, al igual que las frutas y verduras procesadas, bebidas energizantes, jugos, aceites de cocina, lácteos, productos de confitería, nueces, snacks, cereales para el desayuno, condimentos y salsas, y pollo.
- Es un consumidor mayoritariamente sensible al precio del producto, pero los consumidores de productos orgánicos son la excepción ya que priorizan la calidad a la hora de comprar.

- El patrón de consumo no es igual para los diversos estratos sociales. El peso del rubro alimentario en la estructura del hogar varía en forma inversamente proporcional al estrato socioeconómico.
- Para los hogares de bajos ingresos (D y D-), la alimentación ocupa más de la mitad del consumo, mientras que, para los estratos medio y alto (A, B, C- y C+), constituye menos de la tercera parte. El gasto en alimentos del estrato más alto (A) es más de seis veces el del estrato bajo extremo (el 10% más pobre de la población dispone únicamente del 0,9% de los ingresos y gastos totales, mientras que el 1% de la población guatemalteca acumula el 40% de la riqueza del país, que corresponde aproximadamente a US\$ 21.000 millones).
- En cuanto a la distribución de este consumo, dada la gran centralización del país, la oferta y demanda interna son mayores en el Departamento de Guatemala (~48% del consumo interno local).

Distribución y oferta de alimentos y comestibles importados concentrados en pocos canales minoristas; se proyecta crecimiento de la oferta de distribución para sectores de clase media-alta y alta en los próximos años.



En 2021, las **ventas minoristas alcanzaron un valor ~US\$ 20.000 millones con proyecciones de alcanzar ~US\$ 35.000 millones en 2026**. El sector de **ventas minoristas de alimentos está dominado por tres supermercados destinados a consumidores de ingresos medios y altos, pero solo 30% de las ventas de productos alimenticios se realizan a través de este canal**. Wal-Mart es la principal cadena de comercialización de comestibles (49% del mercado de ventas), seguido de Unisuper con 22%.

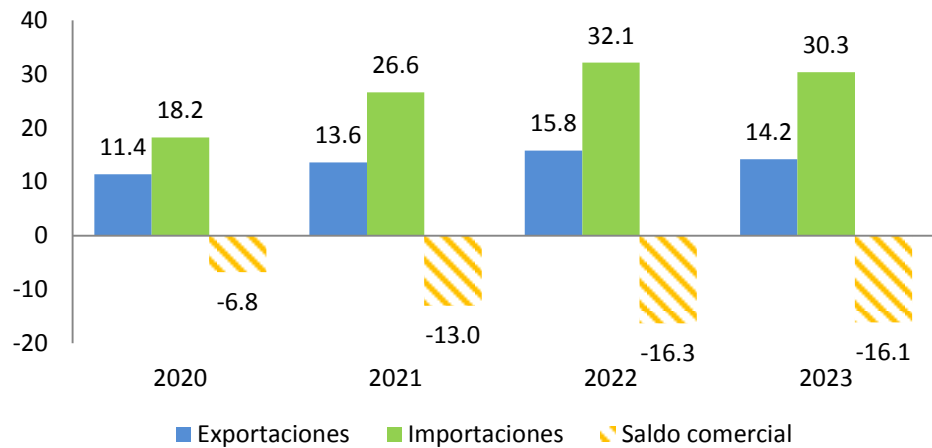
- Los **consumidores de mejores ingresos realizan compras de comestibles semanalmente en los supermercados, ya que valorizan el nivel de servicios que estos proveen**. Los nuevos proyectos de urbanización de alto nivel en las principales ciudades están atrayendo la apertura de nuevos canales de comercialización de alimentos y comestibles más del estilo de “negocios de conveniencia o proximidad” pero con una oferta de productos orientada a consumidores de ingresos medios-altos y altos. Esto abre las **oportunidades para el ingreso de productos importados** ya que los consumidores de alto nivel adquisitivo buscan nuevos productos que sean populares o se consideren tendencia en otros países, como orgánicos, bajos en carbohidratos, sin azúcar, sin grasa, etc.
- Los **hábitos de compra del consumidor guatemalteco sufrieron los impactos de la pandemia de COVID-19 y de la inflación que afectó principalmente al sector de alimentos** (preferencia por productos en envases más pequeños). **Cuatro factores están influenciando las decisiones de compra de comestibles:** 1) el ahorro (sensibilidad al precio), 2) *mix* de canales de compra, 3) focalización en alimentos saludables y 4) búsqueda de personalización.
- **Aquellos sectores con un poder adquisitivo que les permite aumentar el consumo igualmente buscan promociones de las marcas que conocen para mantener el estándar de calidad en los productos consumidos** (esto depende del tipo de producto, el consumidor guatemalteco es menos propenso a cambiar sus preferencias en los productos frescos y más abierto a hacerlo en los productos envasados ya que los considera de más fácil remplazo).

Principales cadenas de supermercados	
Wal-Mart	263 bocas de venta; importa en forma directa el 85% de los productos alimenticios que vende (alimentos procesados y bebidas). Los principales proveedores son el resto de los países de América Central.
Unisuper	174 bocas de venta; vende productos locales e importados ; iniciaron la apertura de “tiendas de conveniencia o proximidad” que comercializan productos importados refrigerados y congelados.
Suma/ Super Fresh	Están orientados a consumidores de clase media–alta ; entran dentro de la categoría hipermercado; comercializan productos locales e importados

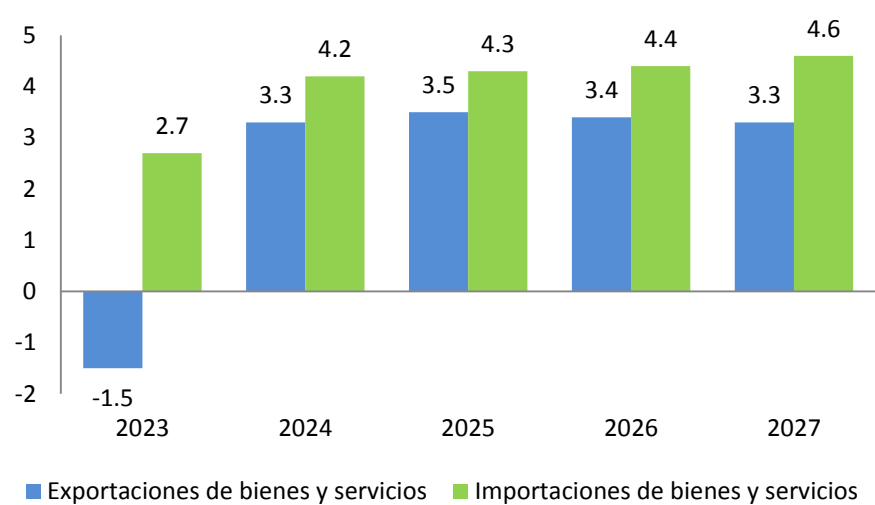
Comercio exterior

Balanza comercial con saldo negativo en los últimos años; déficit comercial en manufacturas, combustibles y productos minerales. Para los próximos años las importaciones seguirían creciendo a mayor ritmo que las exportaciones.

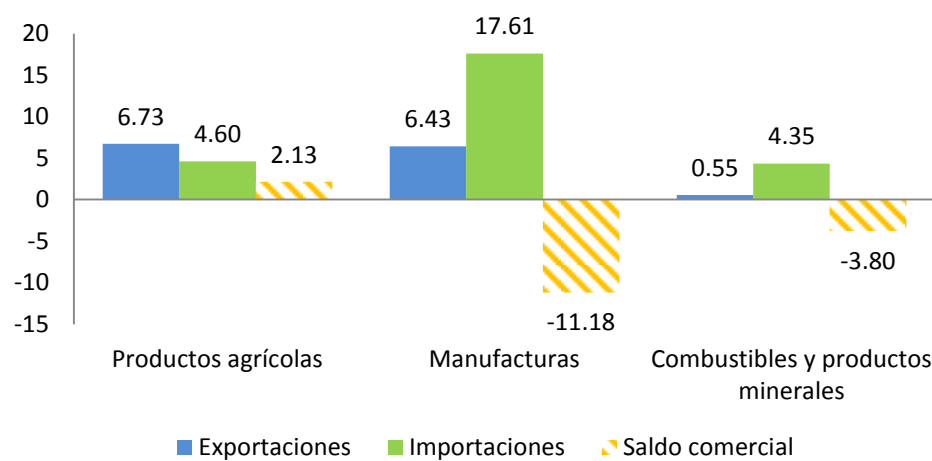
Comercio exterior
(en US\$ miles de millones – 2020-2023)



Proyección del comercio exterior de bienes y servicios
(variación i.a., en %)



Composición del comercio exterior por grupos de productos
(en US\$ miles de millones – 2021)



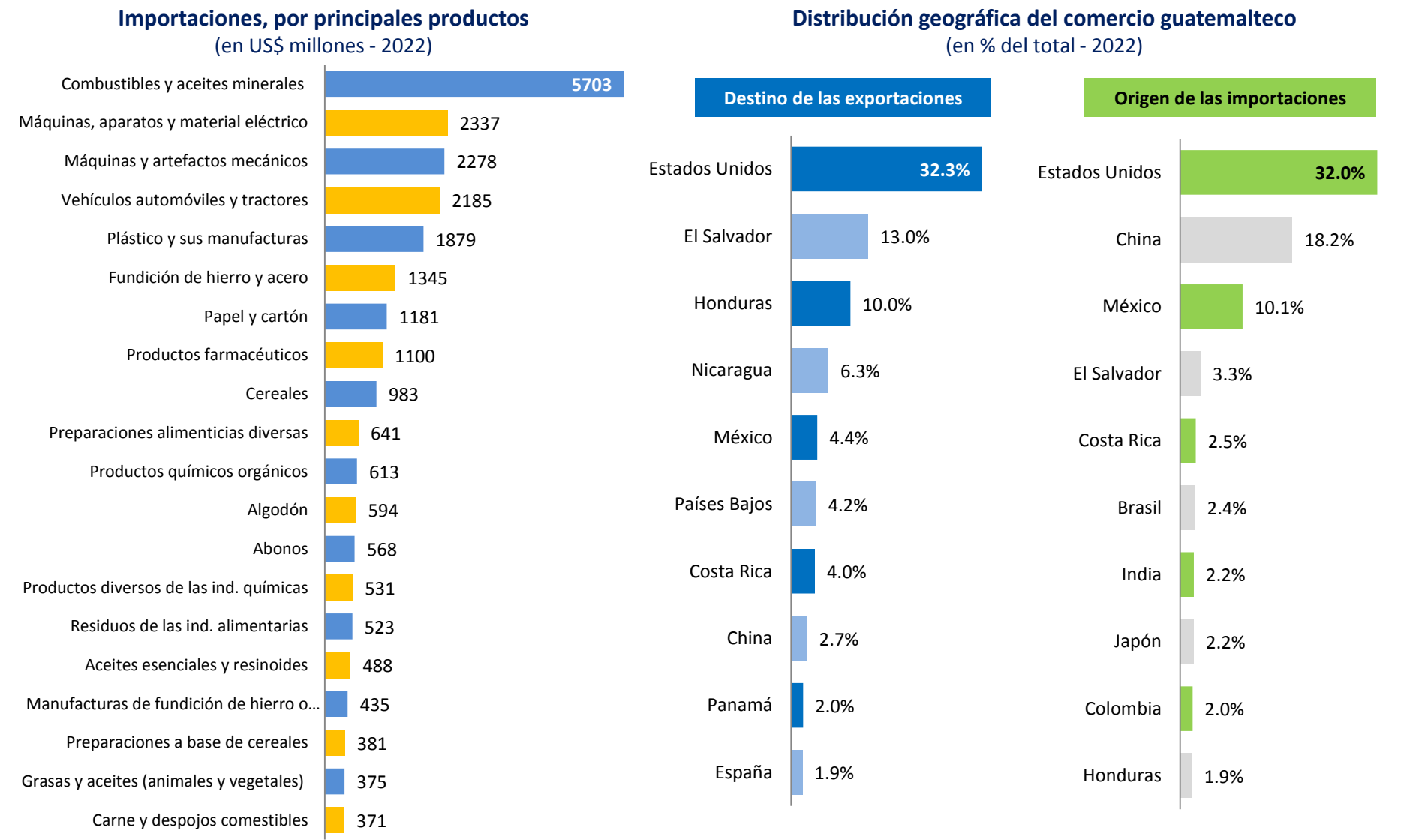
El comercio exterior representa ~55% del PIB, pero su déficit comercial alcanzó ~16,4% del PIB; su índice de apertura comercial en 2022 fue de 50%.

En los últimos tres años, las importaciones crecieron a un ritmo mayor que las exportaciones (tasa anual promedio de 18% contra 8%, respectivamente).

Las proyecciones para los próximos años indican que las importaciones seguirían creciendo a una tasa mayor que las exportaciones.

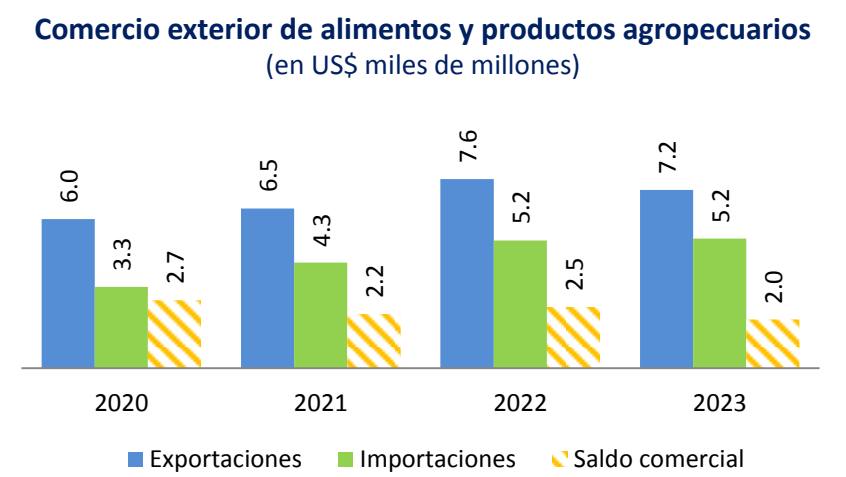
Comercio exterior

Importaciones totales por ~US\$ 32.000 millones (~18% concentradas en combustibles y aceites minerales); Estados Unidos es el principal mercado de origen y destino de las importaciones y exportaciones de Guatemala.

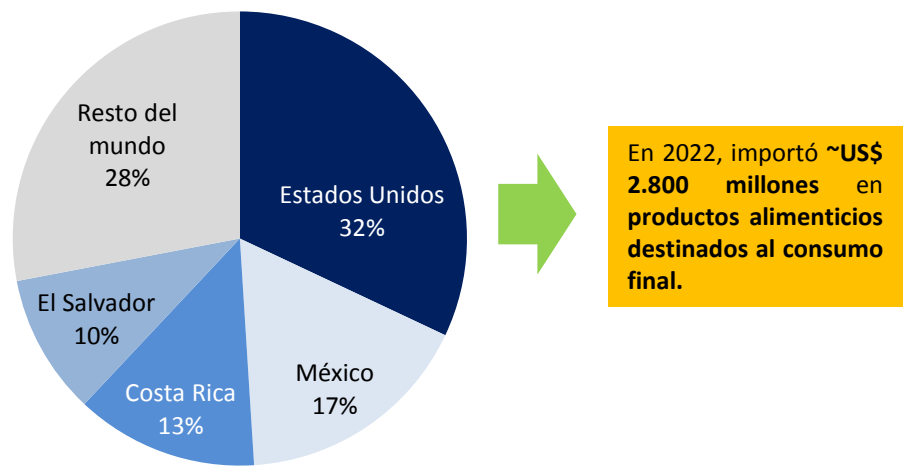


Alimentos y productos agropecuarios

Importaciones de alimentos y productos agropecuarios por ~US\$ 5.200 millones (16% de las importaciones totales); 70% de las compras concentradas en los primeros 20 productos (de los cuales 20% corresponden a cereales); Estados Unidos es el principal mercado de origen de productos alimenticios para consumo final.



Principales mercados de origen de las importaciones de productos alimenticios orientados al consumo final (como % del mercado - 2022)

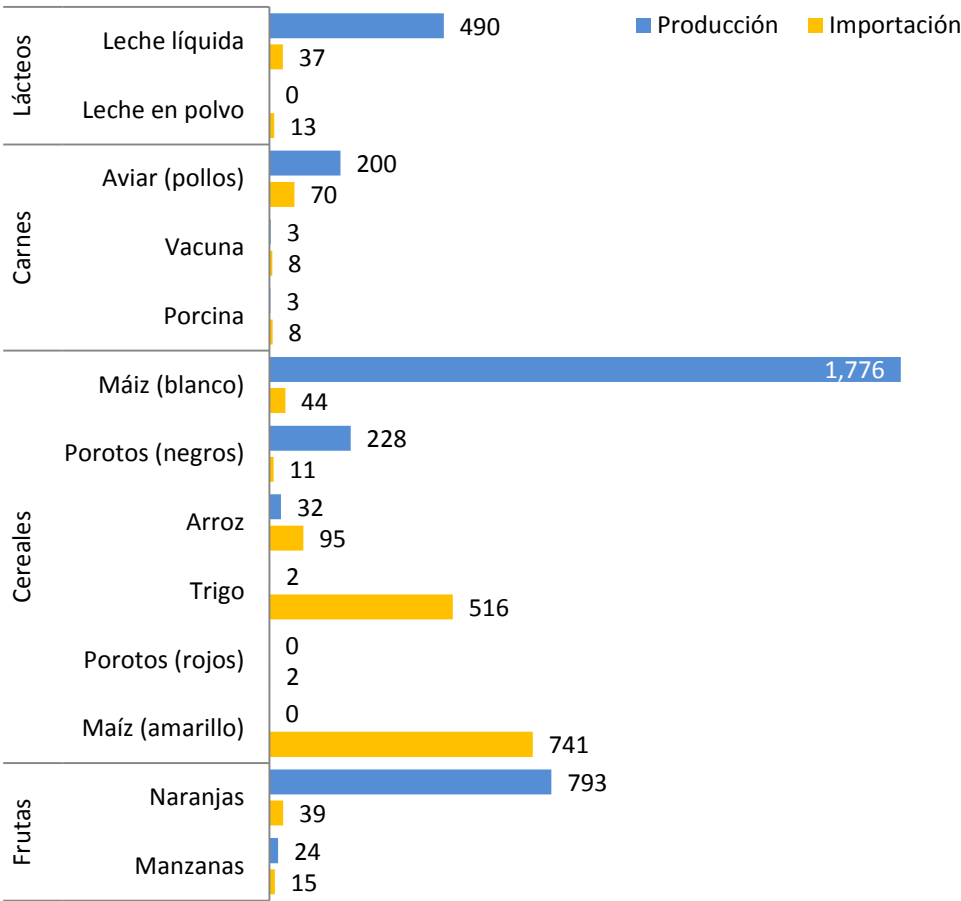


Agronegocios: desafíos y oportunidades a futuro

Guatemala es productor y exportador de alimentos, pero no es autosuficiente en algunos productos básicos de la dieta local (cereales y productos animales); para aumentar la productividad y reducir las pérdidas necesitará importar tecnología moderna destinada a la producción agrícola-ganadera.

Niveles de autosuficiencia del mercado en productos alimenticios

Producción e importaciones en miles de toneladas;
producción carne en millones de cabezas



Guatemala es autosuficiente en algunos productos alimenticios pero su producción no logra satisfacer la demanda local para la mayoría de los cereales y productos animales, la cual debe ser cubierta con importaciones (especialmente en productos como el maíz blanco y porotos negros que son dos productos básicos en la dieta guatemalteca).

- Algunos de los factores que influyen en la necesidad de importación de algunos alimentos básicos de la dieta guatemalteca tienen que ver con la baja productividad local por falta de uso de nuevas tecnologías, malos manejos de los cultivos, escasez de variedades y enfermedades de cultivos (pestes).
- Para atender estas problemáticas y mejorar la productividad agrícola y ganadera, el mercado guatemalteco necesitará incorporar insumos y tecnologías que representan buenas oportunidades para la oferta exportable argentina en biotecnología (Guatemala no tiene barreras significativas a la importación de productos biotecnológicos destinados a alimentos, piensos y procesamiento); infraestructura rural; tecnologías aplicadas a la reducción de las pérdidas poscosecha entre otros.

Es un mercado que presenta principalmente oportunidades para la provisión de equipos y tecnologías poscosecha.



La calidad y el precio son los principales factores que influyen en la decisión de compra en la importación de maquinaria y equipos para agricultura e industria alimentaria. En el servicio posventa, se pondera mejor a los distribuidores que cuentan con mano de obra calificada y que ofrecen facilidades para la obtención de insumos y repuestos, factores que van asociados principalmente a la imagen de marca y a la reputación de la empresa.

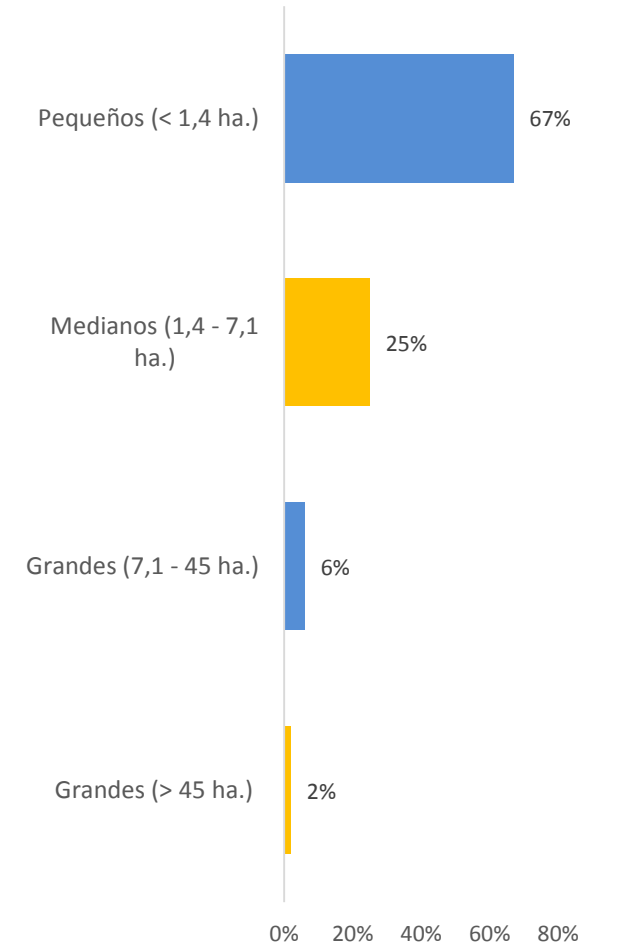
- Los **grandes productores** buscan altos estándares de calidad y un óptimo servicio posventa (prefieren en general los equipos de EE.UU., Europa, México y Brasil); los **medianos productores** priorizan el precio y compran equipos asiáticos (ofrecen precios más competitivos, aunque de inferior calidad, lo que provoca compras más frecuentes y un servicio posventa poco calificado).
- Los **distribuidores guatemaltecos de maquinaria agrícola se concentran en dos grupos:** importadores-distribuidores y pequeños distribuidores. Los **grandes productores agrícolas y los pequeños distribuidores de maquinaria y equipos compran directamente a los importadores**; los pequeños agricultores compran a los pequeños distribuidores.



Las **pérdidas y desperdicios en la producción de alimentos** alcanzan al 38% de la producción total anual (equivalente a ~4% del PIB), en un contexto donde ~45% de los guatemaltecos sufren inseguridad alimentaria. Esto implica la necesidad de transformación del sistema de producción de alimentos en uno más eficiente y efectivo a fin de reducir las pérdidas, garantizar la seguridad alimentaria actual y futura.

- El actual sistema de producción necesita modernizarse para incrementar la productividad con tecnología e infraestructura que reduzcan las pérdidas y desperdicios de alimentos (pérdidas en principales cultivos: 54% en tomates, 34% en maíz y 26% en porotos/frijoles). Las mayores pérdidas se dan en la etapa de producción; el sector productivo guatemalteco presenta oportunidades para el acceso con oferta exportable en materia de instalaciones de almacenamiento mejoradas, infraestructura y agro logística, mejoramiento de las capacidades de enfriamiento y cadena de frío integrada “desde la granja hasta la mesa”.

Distribución de la tierra y producción por tamaño de explotación



RELACIÓN COMERCIAL BILATERAL

Argentina-Guatemala

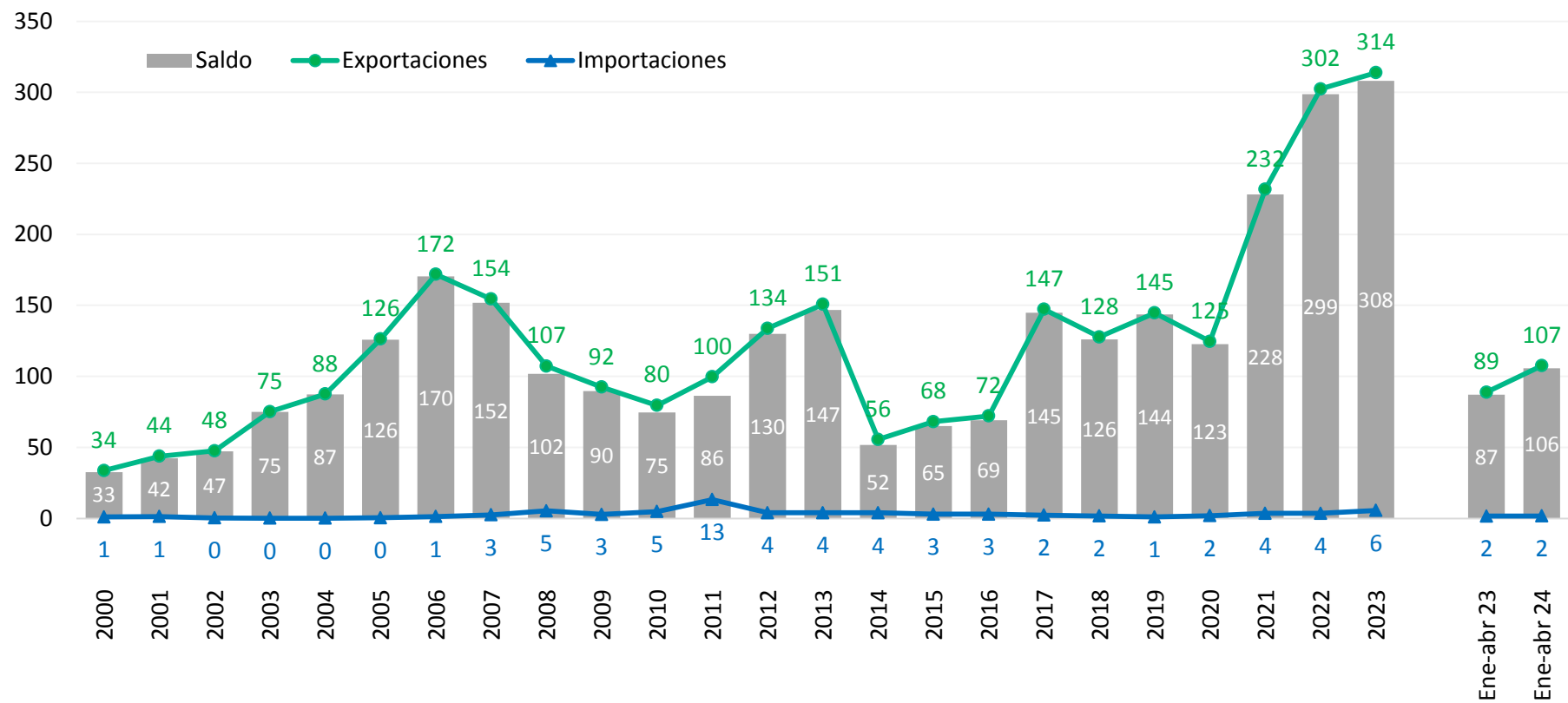


Evolución del comercio bilateral de bienes

Históricamente el resultado de la balanza comercial de bienes es superavitario para la Argentina. En 2023 alcanzó un valor récord de US\$ 308 millones.

Exportaciones, importaciones y saldo

En US\$ millones



- En 2023 las exportaciones argentinas a Guatemala aumentaron 3,8% respecto de 2022 y 35,4% comparado con 2021. En el caso de las importaciones, estas crecieron 55,1% en relación con 2022 y 57,9% respecto de 2021.
- En los últimos 24 años el resultado de la balanza comercial fue superavitario para la Argentina. En 2023 este alcanzaron los US\$ 308 millones.

Composición del comercio bilateral de bienes

El 80% de las exportaciones argentinas a Guatemala corresponden a manufacturas de origen industrial (principalmente *pickups*).

Exportaciones argentinas a Guatemala: principales productos

Año 2023. En US\$ millones y %

Descripción	2023	Part. (en %)	2023 vs 2022 (var %)
Vehículos para el transporte de mercancías	194	62%	38%
Aceite de soja	34	11%	-54%
Vehículos para > 6 pero < 10 personas y cilindrada >2.500 cm ³	s	s	s
Porotos comunes negros	10	3%	33%
Vehículos para el transporte de ≤ 6 personas	s	s	s
Vehículos para > 6 pero < 10 personas y cilindrada > 1.500 pero ≤ 2.500 cm ³	s	s	s
Camarones, langostinos y demás decápodos Natantia	4	1%	-48%
Medicamentos con compuestos heterocíclicos con heteroátomo de nitrógeno	3	1%	48%
Madera de pino	s	s	s
Preparaciones para la alimentación animal	2	1%	123%
Total	314	100%	4%

- El 80% de las exportaciones de nuestro país a Guatemala corresponden a **manufacturas de origen industrial**, 15% a manufacturas de origen agropecuario y 5% a productos primarios.
- El principal producto exportado durante 2023 corresponde a ***pickups*** (62%) el cual registró un aumento interanual de 38%.
- Además, se destacaron las mayores ventas, en términos absolutos, de porotos negros, seguido por vehículos para el transporte de personas y medicamentos con compuestos heterocíclicos con heteroátomo de nitrógeno, en relación con 2022.

Composición del comercio bilateral de bienes

Las importaciones argentinas desde Guatemala se encuentran concentradas en productos primarios (caucho, semillas de sésamo y de hortalizas, café en grano).

Importaciones argentinas desde Guatemala: principales productos

Año 2023. En US\$ millones y %

Descripción	2023	Part. (en %)	2023 vs 2022 (var %)
Cauchos naturales	3	45%	689%
Semilla de sésamo excluida p/siembra	1	14%	56%
Semillas de hortalizas p/siembra	1	11%	86%
Café s/tostar ni descafeinar, en grano	1	10%	40%
Semillas de plantas herbáceas utilizadas por sus flores p/siembra	0	4%	-37%
Barriles, tambores, latas y similares de fundición, hierro o acero	0	4%	-23%
Látex de caucho natural	0	3%	-73%
Abonos minerales o químicos	0	2%	-77%
Suéteres, pullovers, chalecos y similares de algodón	0	2%	38%
T-shirts y camisetas interiores, de materia textil excl. algodón	0	1%	-
Total	1.811	100%	8%

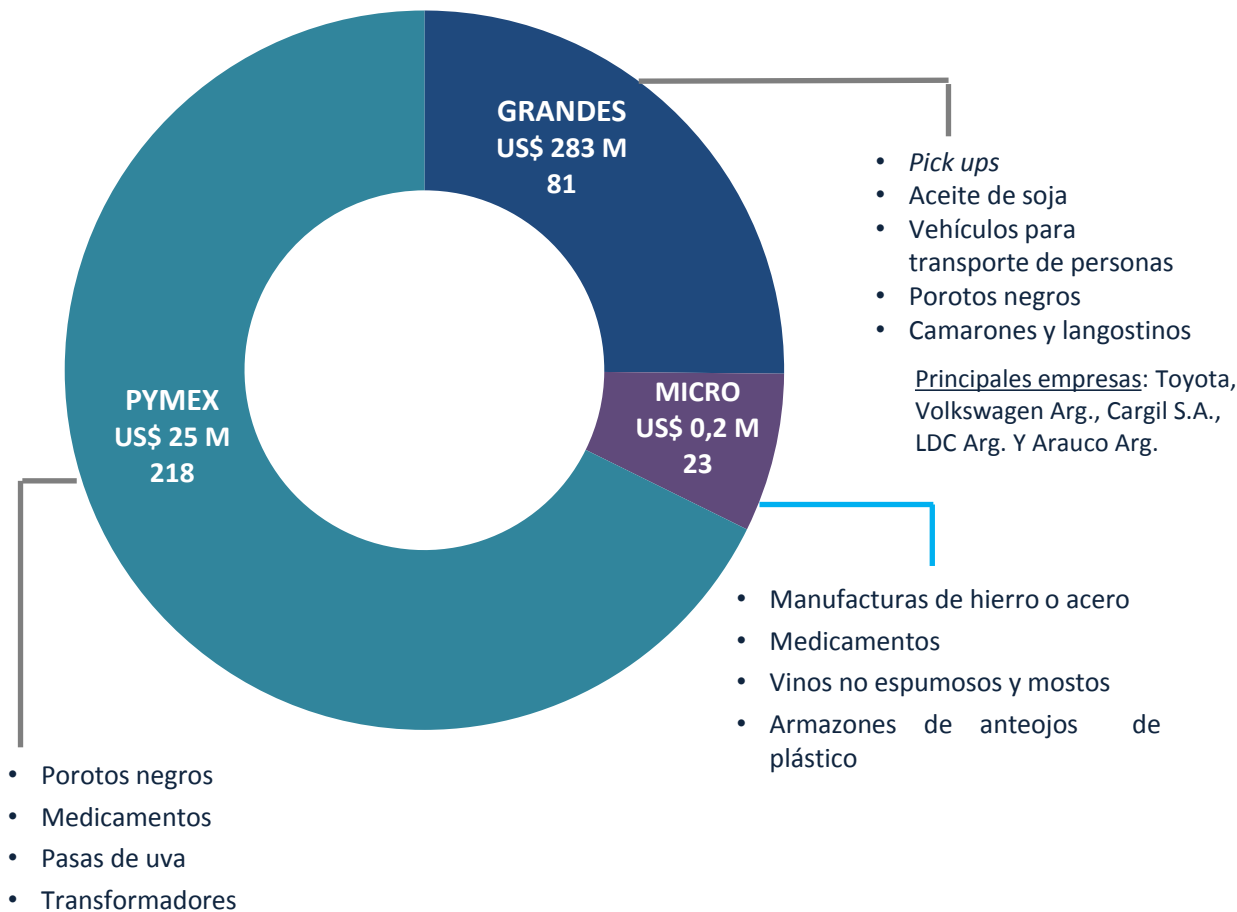
- Las importaciones argentinas desde Guatemala se encuentran bastante concentradas. En el año 2023, el **87% de nuestras compras correspondieron a productos primarios**, 12% a manufacturas de origen industrial y solo un 1% a manufacturas de origen agropecuario.
- Entre los productos importados con mayor crecimiento se destacan los **cauchos naturales** (+689 i.a.), semillas de hortalizas para siembra (+86% i.a.) y semillas de sésamo excl. para siembra (+56% i.a.).

Empresas exportadoras

En 2023 casi el 70% de las empresas argentinas que exportaron a Guatemala fueron pymex; en cuanto a valor exportado el 92% correspondió a las grades empresas exportadoras.

Empresas exportadoras en 2023 por categoría*

En millones de US\$ exportados y cantidad de empresas



- **322 empresas exportaron a Guatemala durante 2023** (vs. 311 en 2022) de un total de 8.900 que exportaron al mundo.
- **68% de las exportadoras son pymex, 25% son grandes y 7% son microexportadoras.**
- **En valor exportado, la participación de las grandes es de 92%, seguidas por las pymex (8%) y las microexportadoras (0,1%).**

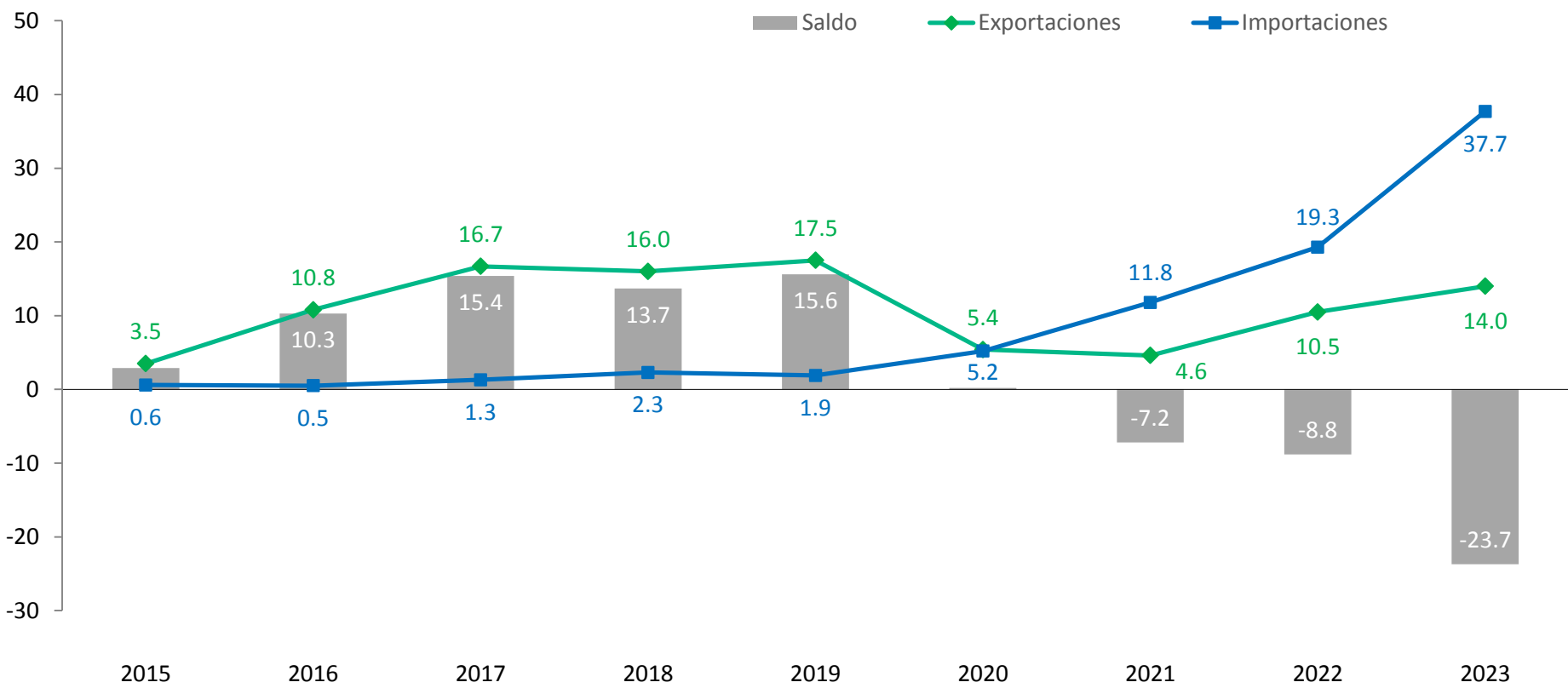
*Categorías de la CERA, en base a exportaciones de Argentina al mundo: Microexportadoras (<US\$ 50.000), pymex (≥ US\$ 50.000 y <US\$ 10.000.000); y grandes (≥ US\$ 10.000.000).

Evolución del comercio bilateral de servicios

En 2023 las exportaciones de servicios de la Argentina a Guatemala se incrementaron 33% i.a., mientras que las importaciones aumentaron 95% i.a. El déficit comercial de la Argentina se explica, en su mayor parte, por los servicios de viajes personales.

Exportaciones, importaciones y saldo (2015-2023)

En US\$ millones



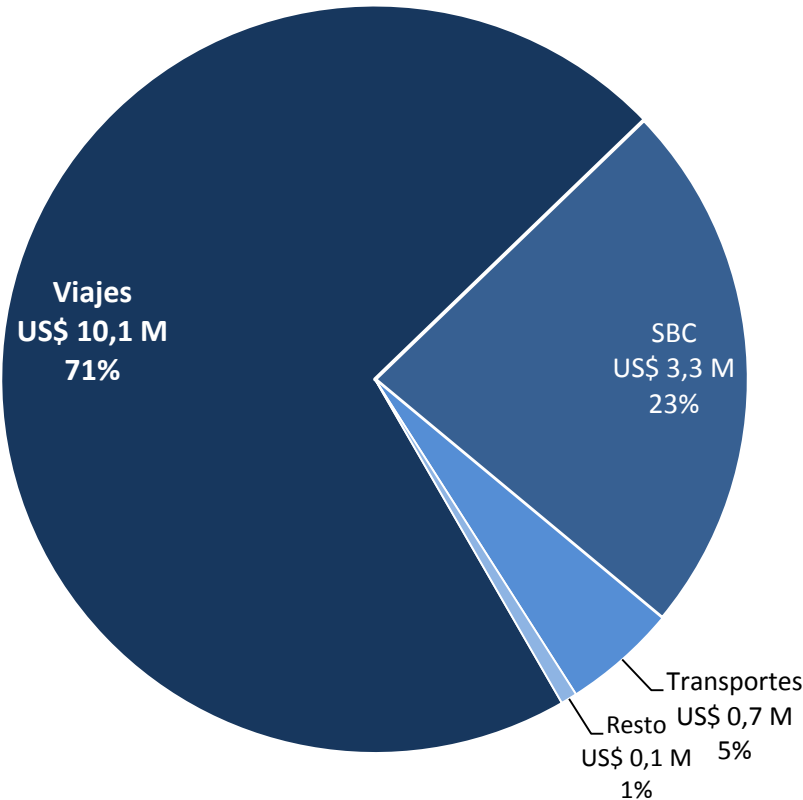
Composición del comercio bilateral de servicios

En 2023, ~71% de las exportaciones argentinas a Guatemala correspondieron a los servicios de viajes, mientras que en el caso de las importaciones dicho porcentaje ascendió a ~97%.

Exportaciones argentinas a Guatemala

En millones de US\$ y % del total, año 2023

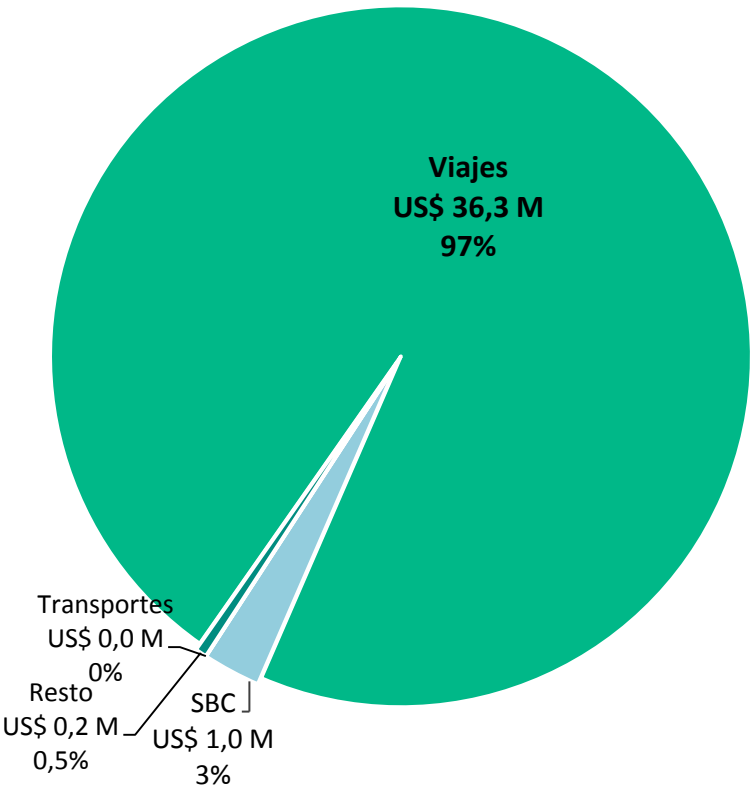
US\$ 14,2 millones



Importaciones argentinas desde Guatemala

En millones de US\$ y % del total, año 2023

US\$ 37,5 millones



Argentina Trade Net

<https://www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet>

Centro de Economía Internacional

<https://cancilleria.gob.ar/es/cei>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

<https://www.indec.gob.ar/>

Dirección de Promoción de las Exportaciones de Bienes (DEAGI)

Email: deagi@mrecic.gov.ar - Teléfono: 4819 7915



Ministerio de Relaciones
Exteriores, Comercio
Internacional y Culto
República Argentina

CEI Dirección Nacional
Centro de Economía
Internacional

ANÁLISIS DE PERSPECTIVAS COMERCIALES Y DE CONSUMO

REPÚBLICA DE GUATEMALA

La presente publicación
no necesariamente
refleja la opinión del
Ministerio de Relaciones
Exteriores, Comercio
Internacional y Culto de
la Argentina.

Se autoriza la
reproducción total o
parcial citando fuentes.