

---

2020



# Informe e-País: El comercio electrónico en Guatemala

Julio 2020

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Guatemala

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.



15 de julio de 2020  
Ciudad de Guatemala

Este estudio ha sido realizado por  
Soledad Alonso Díaz Del Río y Guillermo de Manuel Navío

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Guatemala

<http://Guatemala.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 114-20-025-6

Este informe e-País pretende servir como reflejo del estado de salud del comercio electrónico en Guatemala, valiéndose para ello de fuentes nacionales e internacionales que ponen de manifiesto tanto datos estadísticos sobre la oferta digital como sobre la demanda de consumidores digitales.

Guatemala cuenta con una población de 17.689.642 habitantes en 2019 según el [Instituto Nacional de Estadística de Guatemala](#) y para el 2020 se han estimado 18.065.725 habitantes. Su demografía se concentra mayoritariamente en el departamento de Guatemala donde se encuentra el 20% de la población total del país. Las tasas de penetración de acceso a internet están en continuo ascenso situándose actualmente en un 45% según el estudio [eCommerce Report: Latam](#). En 2018 la velocidad de conexión a internet en el país se encontraba en 18,86Mbps, por encima de la media global de conexión, que es de 16,9 Mbps según la firma [Open Signal](#).

Guatemala cuenta con una brecha digital significativa, muestra de ello es la débil cobertura de la señal 4G que apenas alcanza todo el territorio nacional, lo que requiere mejoras en la infraestructura del país. Para gestionar esta brecha, el [Ministerio de Economía](#) ha lanzado un plan de digitalización con el objetivo de facilitar el comercio digital a unas 15.000 micro, pequeñas y medianas empresas en los próximos tres años, con el apoyo de la empresa española [Kolau](#).

Según [Statista](#), Guatemala tiene 11,4 millones de usuarios conectados a internet y 7,9 de estos usuarios son activos en las redes sociales, siendo [Facebook](#) la red social más utilizada con 7,4 millones de usuarios. 8,3 millones de guatemaltecos emplean internet para realizar sus compras online. El principal medio de acceso a internet es a través de ordenadores (53%) y mediante teléfonos móviles (46%) y a través de las *tablets* sólo el 1%. De acuerdo al estudio [Deeper look conditions and incidence of eCommerce](#), en 2018, el 88% de la población disponía de teléfono propio, el 65% hacia uso de internet a través de su teléfono y el 62% era usuario de las redes sociales.

En cuanto al perfil del comprador, el tramo de edad que concentra el mayor uso de internet está comprendido entre los 25 y 34 años de edad, seguido muy de cerca por el segmento de 34 a 44 años y con una capacidad adquisitiva media.

En lo referente a la oferta digital en el país, la modalidad de eCommerce más empleada en Guatemala es, sin lugar a dudas, *Business to Consumer (B2C)*, los principales *marketplaces* de origen internacional usados en este mercado son [Amazon](#) y [Ebay](#), mientras aquellos de origen guatemalteco son [Pacífico](#) y [Kemik](#). Por otra parte, empresas internacionales del segmento moda, servicios y electrónica como [Oldnavy](#), [Jcpenney](#), [Forever21](#), [Nike](#), [Hugo](#), [Glovo](#) y [UberEats](#), son algunos de los que tienen mayor presencia en el país.

Además, diversas compañías de distintos sectores como banca, ocio, o servicios ya usan el comercio electrónico para llegar a sus clientes, Ejemplo de estas empresas guatemaltecas son [Banco Industrial](#), [Cinépolis](#), [Cemaco](#), [Pídelo Rápido](#).

En 2018 el comercio electrónico en Guatemala alcanzó una cifra de ventas de US\$900 millones, reportando un crecimiento del 13% respecto a 2017 y la previsión de ventas en el 2020, según Statista, se estima alcancen los US\$1.148 millones.

La mayor parte de las compras online, tienen lugar en Estados Unidos y sólo US\$50 millones de los US\$900 millones reportados en 2018 son compras en portales locales.

En cuanto a las categorías de productos más demandados en el comercio electrónico, destacan los relativos al sector de la moda y electrónica & ocio. Para el 2020 estos segmentos arrojan unos resultados de US\$264 millones y US\$276 millones respectivamente.

En cuanto a la demanda digital en Guatemala, ésta se caracteriza por ser una demanda creciente. Por una parte, la población ha aumentado un 1,9% respecto a enero de 2019 y, las conexiones de teléfonos móviles aumentaron de manera similar en un 1,8% en ese mismo tramo. Del mismo modo, [Statista](#) estima que Guatemala pasará de los 8,3 millones de usuarios de eCommerce actuales a los 12,2 millones en 2024.

Un dato interesante, es que en Guatemala, los consumidores del comercio online, confían por defecto más en las páginas internacionales (58%) que en las nacionales (20%), además de ser conscientes de que en las mismas, hay mayor diversidad de productos y mejor relación calidad precio y, el envío en general es más económico.

El principal buscador utilizado por los guatemaltecos es [Google](#), seguido de [Yahoo](#). Además, la plataforma digital más usada por los usuarios es [Youtube](#), seguida de [Facebook](#) y [Whatsapp](#), convirtiendo a la aplicación de mensajería la más empleada a nivel nacional.

Respecto al uso de contenidos digitales, [Netflix](#), es la plataforma que lidera la visualización de videos y películas en *Streaming* alcanzando un total de 2,31 millones de usuarios. Este segmento de SvoD (*Suscription video on Demand*) ha alcanzado los US\$38 millones de beneficio en 2019 con una perspectiva favorable de US\$42 millones en 2020. Otro contenido digital de gran relevancia, es la música en *streaming* donde el país alcanza los 2,2 millones de usuarios siendo [Spotify](#) la plataforma más usada.

Guatemala cuenta con cierta presencia española online en el país, como por ejemplo las marcas de ropa y moda como [Rosa Clará](#) y [Zara](#). Las editoriales españolas como [Santillana y Susaeta](#) también se han decantado por tener una fuerte presencia online en el país. Otras empresas de servicios como [Mapfre](#) o [Interbanco](#) también han hecho una importante apuesta por tener presencia digital.

No obstante, debe tenerse en cuenta que el país enfrenta numerosos retos como las dificultades de pago, debido a la baja tasa de bancarización de la población donde sólo el 17% de la población

dispone de tarjeta de crédito o débito<sup>1</sup>, dificultades logísticas en cuanto a la entrega de productos y la desconfianza que todavía genera el comercio electrónico. Estas razones, entre otras, han derivado en que Guatemala represente tan sólo un 1% del comercio electrónico total en América Latina, según [Statista](#).

Asimismo, Guatemala no dispone de una legislación que regule el eCommerce, el país no cuenta con regulaciones especiales de carácter tributario y la única ley que trata sobre el comercio electrónico es la [Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, Decreto 47-2008](#), que no es suficiente para determinar claramente las normas aplicables en este ámbito.

Sin embargo, el [Ministerio de Gobernación de Guatemala](#) ha publicado recientemente la [Estrategia Nacional de Seguridad Cibernética](#), que se constituye como un primer paso para establecer objetivos basados en el Eje de transformación tecnológico.

Puede afirmarse que la realidad del país está cambiando paulatinamente para superar las reticencias del consumidor así como de las empresas.

Por último, Guatemala alberga oportunidades y perspectivas optimistas en el canal online. Según estimaciones de Euromonitor, en 2023 las ventas de internet *retailing* pasarán de US\$336 millones a US\$553 millones. Destacarán productos multimedia, electrónicos y de cuidado personal con importes de US\$156 millones, US\$116 millones y US\$135 millones respectivamente para 2023.

No se debe olvidar, que la crisis sanitaria derivada del Covid-19 está acelerando el crecimiento de las tiendas en línea en Guatemala empujando a los comercios hacia el eCommerce para sobrevivir, siendo los restaurantes los primeros en adaptarse a esta realidad, utilizando las plataformas como [Uber Eats](#), [Glovo](#) y [Hugo App](#), que han mostrado crecimientos significativos (30% o más) en Guatemala dada la coyuntura actual.

La necesidad de desarrollo de infraestructura en el país se convierte en una oportunidad potencial, como por ejemplo la mejora de la tecnología 4G LTE que se realizará a través de concursos públicos y licitaciones.

<sup>1</sup> Guatemala enfrenta un gran desafío en cuanto al acceso de la población a sus cuentas bancarias, donde sólo un 27% tiene acceso y un 17% cuenta con tarjetas de débito o crédito, según la [UNCTAD](#).

## CONTACTO

La [Oficina Económica y Comercial de España en](#) está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Guatemala.

Entre otros, ofrece una serie de [Servicios Personalizados de consultoría internacional](#) con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Guatemala, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa.

[ICEX España Exportación e Inversiones](#) también cuenta con un programa específico para ayudar a las empresas en la internacionalización a través del comercio electrónico y, específicamente, a través de *marketplaces*: [eMarketServices](#). A través de este proyecto se acompaña a las empresas en todo su proceso de aprendizaje sobre el funcionamiento del canal *online*, el conocimiento de los mercados electrónicos más relevantes para su estrategia de internacionalización en cada mercado y la puesta en marcha de acciones de promoción comercial y venta en ellos. Esto se realiza mediante [formación](#), con cursos, eventos y webinarios específicos; con información de mercados, aportando un [Observatorio de Tendencias eCommerce mundial y estudios de mercado e informes e-País](#) como este, pero también [noticias y reportajes de actualidad](#), [casos de éxito](#), [entrevistas](#) y una [Red de Expertos](#) con artículos sobre todos los aspectos del comercio *online* y los mercados electrónicos. También mediante [asesoría, ofreciendo servicios a medida](#) para encontrar los *marketplaces* más adecuados o elaborar la estrategia de internacionalización *online* gracias al servicio de consultoría; y conectando con los propios mercados, mediante el [directorio internacional de mercados electrónicos](#) que analiza y lista más de 1.000 plataformas de más de 90 países y con acuerdos de colaboración con los principales *marketplaces* mundiales, como [Amazon](#), [Alibaba](#) o [JD.com](#), entre otros.

Para descubrir nuestros servicios, puede ver nuestro video [aquí](#).



Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

### Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)  
[informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)

Para buscar más información sobre mercados exteriores

[www.icex.es](http://www.icex.es)



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones