



GOBIERNO *de*
GUATEMALA

DR. ALEJANDRO GIAMMATTEI

**MINISTERIO DE
RELACIONES
EXTERIORES**



FORTALECIMIENTO DE LA DIPLOMACIA DEL COMERCIO, LA ATRACCION DE INVERSIÓN EXTRANJERA Y EL TURISMO DE GUATEMALA EN EL EXTERIOR





Estatus actual del Comercio



Florida, Estados Unidos de América

1

Florida es el estado más poblado del sudeste de los Estados Unidos de América, el segundo más poblado del sur, después de Texas. El estimado al año 2019 es de aproximadamente 21,477,737 habitantes.

2

La economía de Florida tiene como base el turismo, que en hasta inicios de 2020 había superado a la agricultura (naranjas, tomates y caña de azúcar) y la manufactura.

3

Florida se ha clasificado regularmente entre los estados con un crecimiento rápido de la población migrante, que en su mayoría se han integrado al sector de servicios.

4

Florida se integra por 67 condados, siendo el Condado de Miami-Dade el que cuenta con la mayor población.

Florida, Estados Unidos de América

Nivel de cuarentena



Información generada de la situación generada por el COVID-19 al 26 de mayo de 2020

Más de 52,000 casos positivos y 2,259 muertes por COVID-19 en el Estado de Florida.

Se estima alrededor del 17% de la fuerza laboral de Florida sin empleo.

El Condado de Miami-Dade inició su primera fase de apertura a partir del 18 de mayo y la Ciudad de Miami la inició el 20 de mayo de 2020.

Más de 1.5 millones de solicitudes de ayuda por desempleo sin contar migrantes con situación migratoria irregular.

Miami-Dade, el condado más poblado de Florida, reportó 17,168 casos positivos y 633 fallecidos.

Moving
to a **NEW**
NORMAL



FLORIDA, ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA



Florida, Estados Unidos de América

¿Cómo se está desarrollando la relación B2B?

¿Como es el nuevo escenario de negocios?



¿Qué consume el habitante del Estado?

- Carnes y pescados simples o listos para cocinar.
- Verduras como base de platos preparados o como acompañamiento, congeladas y frescas.
- Frutas enteras, pre-peladas y cortadas.
- Productos orgánicos o relacionados con la mejora de la salud.
- Bebidas nutritivas idealmente sin preservantes.
- Productos enlatados.
- Platos preparados o semi preparados.

Producto Local

Producto
Internacional



Presentaciones:

Para 1-2 personas y para 5-6 personas.

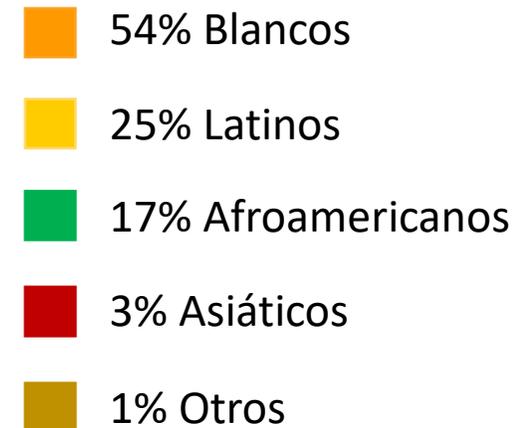
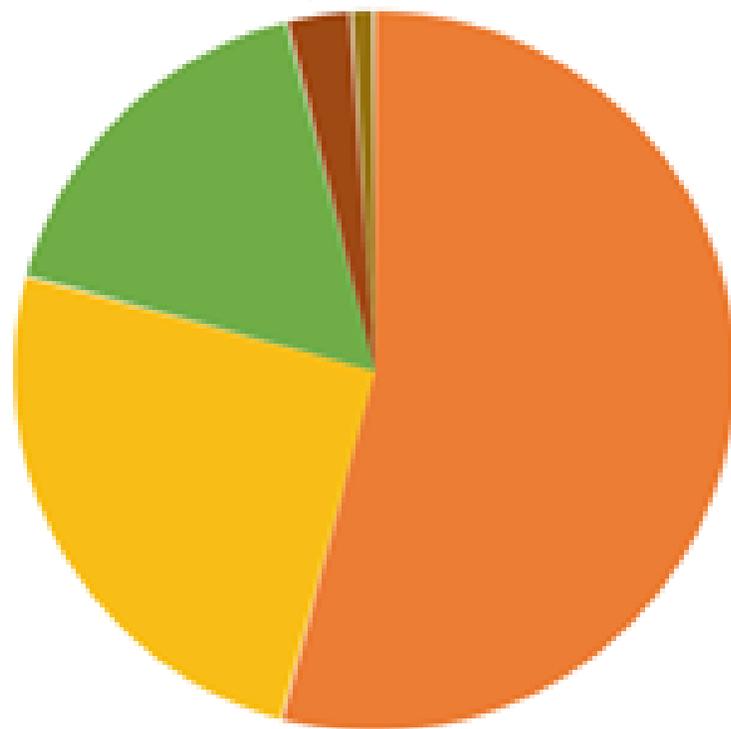
Servicio al cliente:

Es evidente el interés en el servicio al cliente contestando preguntas o brindando información de los productos.

Presentaciones y degustaciones:

Eventualmente se hacen los días y horas de mayor tráfico de clientes.

INTEGRACIÓN DE LA POBLACIÓN DE FLORIDA POR ETNIAS



Tipos de compradores en el Estado de Florida

Consumidores menores de 55 años que viven solos, en pareja o en grupos, en su mayoría Milenials y Generación X de diferentes nacionalidades, que consumen principalmente pasta, comida preparada congelada o fácil de preparar, vegetales y frutas, con tendencia al consumo de alimentos de diferentes países del mundo, entre ellos los productos latinos.

Familias con hijos menores de 18 años, quienes buscan productos preparados o semi cocinados de gran valor alimenticio. Los productos que más consumen son pasta, verduras congeladas, conservas, lácteos y comida preparada envasada y congelada.

Consumidores hispanos, que debido a su crecimiento en el sur de la Florida, han generado el aumento del consumo de productos étnicos propios de la comida de su país como pasta, arroz, productos enlatados, verduras y frutas frescas y enlatadas. El sur de Florida es la residencia de cubanos, que es el grupo latino mayoritario, y de centroamericanos, venezolanos, argentinos y brasileños. Es un mercado muy interesante que representa el 20% de la población. Los hispanos son grandes consumidores de productos elaborados y una de sus principales compras es la comida.

Consumidores mayores de 55 años que cuentan con altos ingresos y buscan productos de calidad. Son menos sensibles al precio. Consumen productos frescos, naturales y gourmet con gran aporte vitamínico, así como productos orgánicos.

¿Dónde compra el consumidor local?

Supermercados

Ofrecen una línea completa de aproximadamente 15,000 productos. Ofrecen comida preparada y panadería.

www.publix.com (Cadena más grande de supermercados en USA)

www.winn-dixie.com

Supermercados Frescos

Son supermercados tradicionales que cuentan con áreas orgánicas, étnicas, medicina natural y amplios espacios dedicados a los vegetales y lácteos.

www.wholefoods.com

www.freshmarket.com

www.frescoymas.com

Tiendas gourmet

Se especializan en productos gourmet y suelen ser de una a tres tiendas o mini supermercados.

www.markys.com

www.epicuremarket.com



¿Dónde compra el consumidor local?

Club Mayoristas

Se requiere ser miembro para comprar y son tiendas grandes con más de 10.000 m2 que ofrecen productos en formato de paquetes grandes.

www.costco.com

www.samsclub.com

Supercenter

Tienda muy grande que ofrece línea completa de alimentos y otro tipo de productos en general.

www.walmart.com

www.target.com

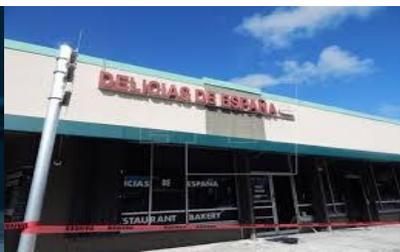
www.kmart.com

Drug Store

Se caracterizan por vender medicamentos, productos de belleza y alimentos de conveniencia entre otros.

www.walgreens.com

www.cvs.com



¿Dónde compra el consumidor local?

Tiendas Limitadas

Ofrecen una línea limitada y especializada de productos y están dirigidas mayormente a consumidores latinos.

www.navarro.com

www.sedanos.com

www.presidentesupermarkets.com

www.bodegonfl.com

www.bravosupermarkets.com

www.dollartree.com

Minimarket

Pequeñas tiendas de barrio que ofrecen una selección limitada de productos básicos y productos de conveniencia. No son parte de cadenas y regularmente son negocios familiares.

Tiendas de conveniencia en Gasolineras

Son gasolineras con tiendas de conveniencias, tiendas no-tradicionales. Se encuentran en casi todas las gasolineras en Florida.



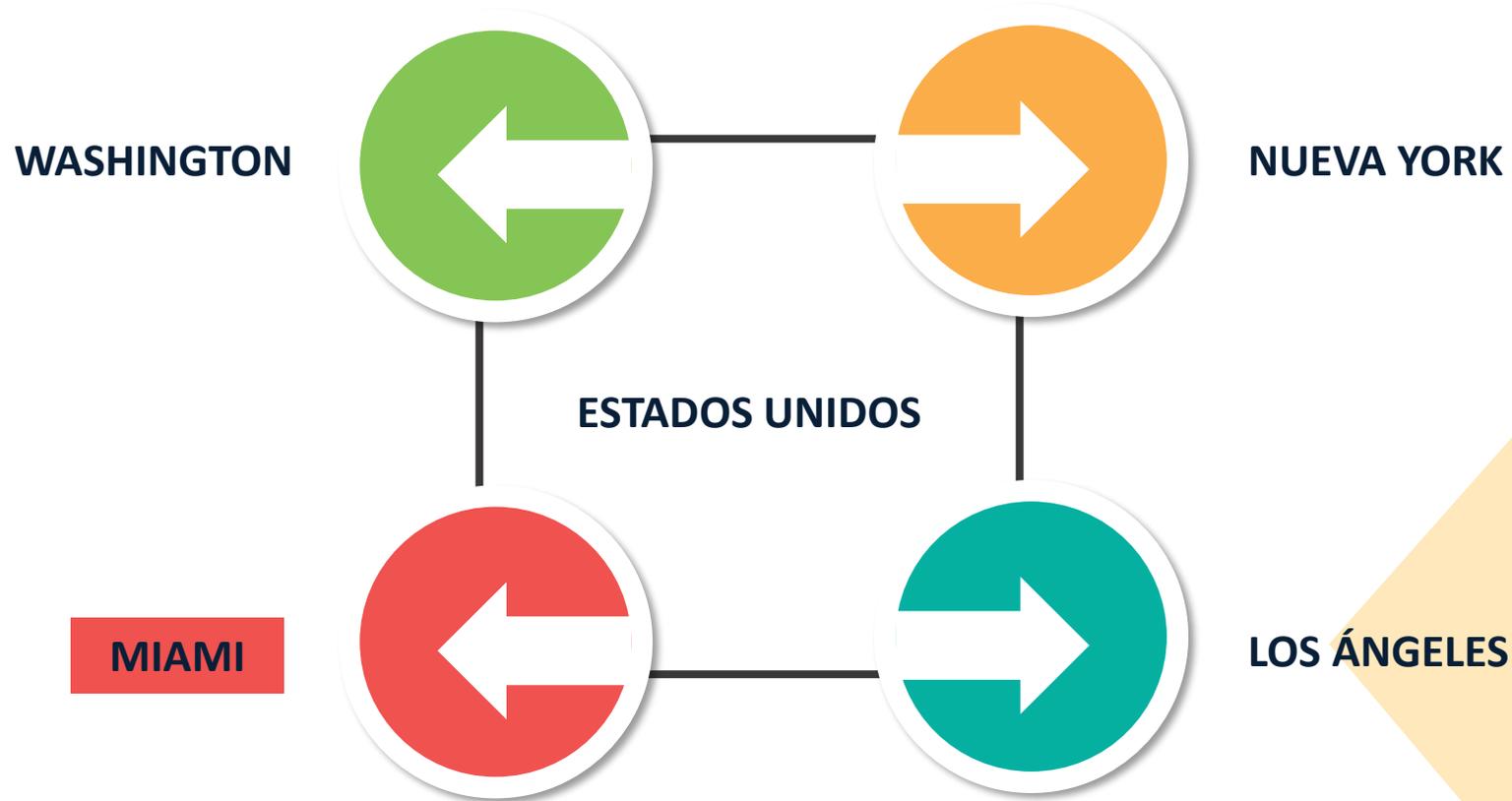
Florida, Estados Unidos de América

Regulación, normas, reglas



Florida, Estados Unidos de América

¿Cómo se está desarrollando el comercio en línea como una nueva tendencia?



Recomendaciones para negociar de forma digital

1. Ser puntual y contar con excelente conectividad.
2. Montar un marco profesional que presente una imagen completamente clara, sin reflejos, cuidando la limpieza del lente de la cámara del dispositivo que se utilice, y contar con un equipo extra.
3. Contar con todos los documentos necesarios de forma digital, en español e inglés.
4. Un alto porcentaje de empresarios en Miami-Dade hablan español, pero si usted no habla inglés, es importante contar con alguien a su lado que pueda apoyarle con la traducción.
5. Quitar el volumen de su celular y no atenderlo durante la reunión.
6. Presentarse con un nombre y un apellido sin el título profesional.

Recomendaciones para negociar de forma digital

7. Concentrarse en la reunión y justificarse de forma clara en el momento de una interrupción para evitar perder la atención de su contraparte.
8. Ser concreto y ajustarse a la agenda prevista, considerando que una reunión virtual es mas corta que una presencial.
9. Evitar tratar temas sensibles durante la reunión.
10. Cerrar la reunión con un resumen de lo tratado.
11. Redactar de forma concreta un e-mail agradeciendo la reunión con el listado de los acuerdos para seguimiento.
12. Responder en el tiempo acordado.
13. Conocer aspectos de cultura de negocios internacionales.



Florida, Estados Unidos de América

Sistema de compras



Tendencias actuales en formas de hacer compras

1. Va al lugar y compra directo, por costumbre.
2. Compra telefónica y pasa por el producto para evitar contacto físico.
3. Compra en línea para entrega en domicilio.



Ruedas de Negocios Virtuales

Plataformas que generan Contactos Comerciales

Florida, Estados Unidos de América

Turismo / Turismo Médico – Turismo de Salud y Bienestar



Turismo / Turismo Médico – Turismo de Salud y Bienestar

Perfil demográfico del visitante estadounidense

- 59% masculino y 41% femenino
- Estadía promedio: 11.62 días
- Tipo de hospedaje utilizado:
 - Hotel: 44%
 - Casa de familiares o amigos: 47%
 - Airbnb: 2%
 - Otros: 7%
- Organización del viaje: Por su cuenta, usando herramientas electrónicas: 54%
- Viaja solo: 50%, en familia: 40%, en grupo: 10%
- Motivo del viaje del visitante estadounidense:
 - Ocio, recreo o vacaciones: 53%
 - Visita a familiares o amigos: 32%
 - Negocios: 6%
 - Otros motivos: 9%

Fuente: INGUAT

Turismo Idiomático:

El segmento tiene capacidad de promoverse de forma virtual, sumándose a la oferta de capacitaciones y cursos a nivel internacional, así como a la tendencia del mayor uso de la tecnología y la generación del aprendizaje como una forma de distracción durante las medidas de confinamiento en casa.

Turismo Espiritual:

Es un segmento de turismo que promueve la paz mental y espiritual sin distinción de religiones en áreas naturales especialmente.

Florida, Estados Unidos de América

Exportación de Servicios - Software



Florida, Estados Unidos de América

Logística



Principales Puertos del Sur de Florida



PORT MIAMI



Florida, Estados Unidos de América

Oportunidades



Oportunidades identificadas en abril y mayo de 2020, especialmente para Guatemala

La demanda de productos en éste momento se encuentra concentrada en:

- **Equipos y productos de bioseguridad.**
- **Alimentos frescos y procesados.**

Es importante tomar en cuenta la capacidad de respuesta en cantidad y tiempo de entrega de los productos, así como las características de uso que son comunes en el consumidor estadounidense.



Contacto a Red de Consejeros Comerciales



Julio Orozco

Embajada de Guatemala en los Estados Unidos

jorozco@minex.gob.gt



Sung An Cho

Consulado General de Guatemala en los Ángeles, California

san@minex.gob.gt



Marco Muralles Ortiz

Consulado General de Guatemala en Miami, Florida

mamuralles@minex.gob.gt



Gabriela Morales Chicó

Consulado General de Guatemala en Nueva York, Nueva York

vmorales@minex.gob.gt





GOBIERNO *de*
GUATEMALA
DR. ALEJANDRO GIAMMATTEI

MINISTERIO DE
RELACIONES EXTERIORES

www.minex.gob.gt