Trabajando juntos por promover la reducción de la merma en el sector de producción y distribución de alimentos en Centroamérica

QUINTO ESTUDIO DE MERMAS EN EL SECTOR RETAIL EN GUATEMALA

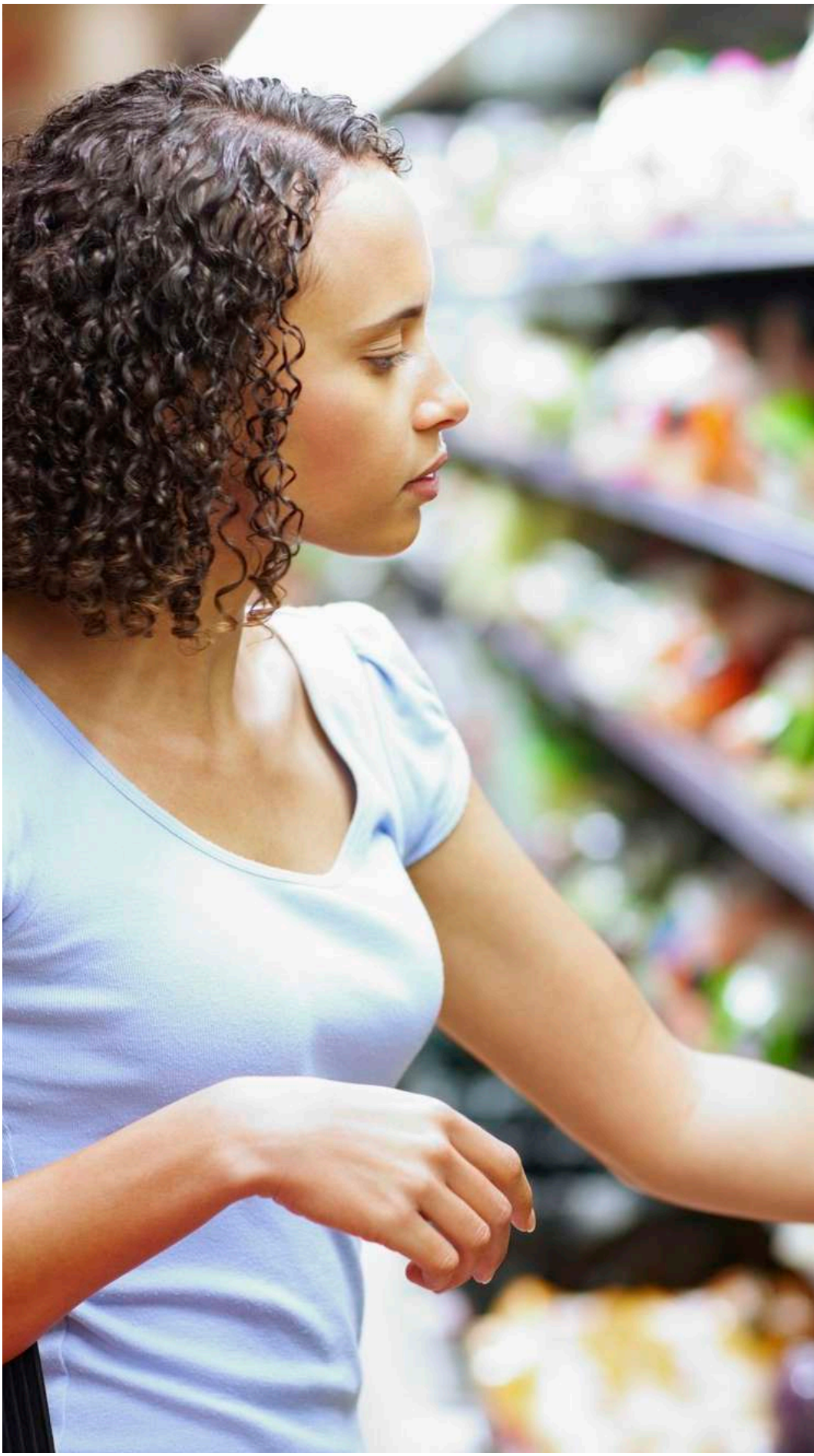
Grupo Directivo
Mauricio Mejía (Oficial Senior de Producción Alimentaria, WWF Mesoamérica), Arturo Ramírez (CEO, GS1 Guatemala).

Autores
Rosario Calderón (Oficial Senior de Comunicaciones, WWF Mesoamérica), Héctor Hernández (Gerente de proyectos de informática), GS1 Guatemala), Marcela Archila (Asesora de comunicación y marketing, GS1 Guatemala).

Cita Sugerida
WWF Mesoamérica y GS1 Guatemala, septiembre de 2026. V Estudio de Mermas en Supermercados en el Sector Retail en Guatemala.

Fotografía de Portada
Por iStockphoto

Agradecimientos
Miguel Angel Sic (Grupo de Tiendas Asociadas), Marco Molina (Grupo de Tiendas Asociadas), Gerber Bautista (Unisuper), Luis Lopéz (Unisuper).



IV Estudio de mermas en el sector retail

V Estudio de mermas en el sector retail

Descargue el estudio escaneando el código QR.

CONTENIDO

PRÓLOGO	4
INTRODUCCIÓN	5
EQUIPO DE TRABAJO	6
GLOSARIO DE TÉRMINOS	7
OBJETIVO GENERAL	9
METODOLOGÍA	10
PROCESO	11
RESULTADOS	12-23
CONCLUSIONES	24

GS1 es una marca registrada de GS1 AISBL

Todos los derechos © GS1

PRÓLOGO

Mauricio Mejia

Oficial Senior de Producción Alimentaria

WWF Mesoamérica

DE LOS DATOS A LA ACCIÓN: REDUCIENDO EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS PARA CONSTRUIR UN FUTURO MÁS SOSTENIBLE

Cada alimento que se pierde o desperdicia representa mucho más que una oportunidad económica desaprovechada. Detrás de cada producto hay tierra, agua, energía, trabajo humano y recursos naturales que fueron utilizados para producirlo. Cuando un alimento no cumple su propósito de alimentar a una persona, también aumenta la presión sobre nuestros ecosistemas y se profundizan los desafíos sociales relacionados con la inseguridad alimentaria.

Por ello, nos complace presentar la quinta edición del Estudio de Mermas en el Sector Retail de Guatemala, una iniciativa desarrollada conjuntamente por WWF Mesoamérica y GS1 Guatemala, que se ha consolidado como una herramienta de referencia para comprender la magnitud del desperdicio de alimentos, identificar oportunidades de mejora y promover soluciones basadas en evidencia.

Durante estos cinco años, hemos sido testigos de cómo la medición constante genera conocimiento, y cómo el conocimiento impulsa la acción. Los resultados de esta edición son alentadores: el indicador nacional de merma muestra una importante reducción respecto al año anterior, reflejando que los esfuerzos realizados por las cadenas de supermercados, sus proveedores y otros actores de la cadena de valor están generando resultados concretos. Detrás de esta mejora existen decisiones estratégicas, inversión en procesos, fortalecimiento de capacidades, optimización de inventarios y una creciente conciencia sobre la importancia de gestionar los alimentos de manera responsable.

Sin embargo, este avance no debe llevarnos a la complacencia. Miles de toneladas de alimentos continúan perdiéndose cada año, mientras millones de personas en el mundo enfrentan situaciones de inseguridad alimentaria. La meta establecida por el Objetivo de Desarrollo Sostenible 12.3 sigue vigente: reducir a la mitad el desperdicio de alimentos para el año 2030. Alcanzarla requiere acelerar los esfuerzos y ampliar la participación de todos los sectores involucrados.

Los hallazgos de este informe demuestran que existen oportunidades importantes para fortalecer la prevención de pérdidas, mejorar la trazabilidad, optimizar la gestión de productos perecederos y ampliar los mecanismos de rescate y donación de alimentos aptos para el consumo. También evidencian que las alianzas entre empresas, organizaciones sociales, bancos de alimentos, academia y sector público son fundamentales para generar cambios sistémicos y duraderos.

Hoy queremos hacer un llamado a las empresas, para que continúen innovando y colocando la sostenibilidad como un eje estratégico de sus operaciones. A las instituciones públicas, para que promuevan políticas que faciliten el aprovechamiento de alimentos y la transición hacia una economía alimentaria más circular. A la sociedad civil y a los consumidores, para que adopten hábitos responsables de compra y consumo que valoren cada alimento producido.

El planeta necesita acciones concretas. Guatemala también. Los resultados que presenta este estudio nos demuestran que el cambio es posible, pero aún queda mucho camino por recorrer. Hagamos que cada alimento producido tenga la oportunidad de cumplir su propósito. Trabajemos juntos para construir un sistema alimentario más eficiente, más justo y sostenible para las actuales y futuras generaciones.

INTRODUCCIÓN

Arturo Ramírez Munguía
Chief Executive Officer
GS1 Guatemala

LA VISIÓN DE MEJORA CONTINUA SOBRE LA SENSIBILIDAD DEL DATO.

Muchas veces hemos escuchado la frase de Peter Druker "Lo que se mide se gestiona" y realmente los datos que estudios como el de Mermas en Retail nos deja es la claridad que podemos mejorar procesos y ejecutar con mucha más eficiencia la interacción de los actores de la cadena de valor de tal forma que la merma en alimentos cada vez se maneje y se pueda gestionar con eficiencia.

Los datos van más allá de dar un simple dato estadístico, buscan sensibilizar y exponer las oportunidades de mejora que tenemos en este importante sector productivo de nuestro país. En esta nueva edición se presentan datos que nos da un claro panorama de oportunidades que permiten la generación de potenciales trabajos multidisciplinarios para la gestión de acciones que reduzcan al mínimo esta merma y haga que los procesos internos de los retailers y sus proveedores logren realizar un manejo apropiado de los alimentos que garantice inocuidad, manejos de cadena fría y sobre todo el bienestar de los consumidores.

Por supuesto la gran visión es No tener mermas, algo que se busca alcanzar en la constante mejora continua de procesos, pero mientras esa anhelada visión se logra es nuestro deber buscar que los actores como los bancos de alimentos puedan aportar en la logística inversa de recolección y a la vez posicionar los alimentos que aún conservan los requerimientos de calidad necesarias para ser consumidos en comunidades necesitadas de nuestro país.

Esta actividad ya fue implementada por las cadenas que participan y nos proveen de tan valiosa información, es un gusto poder mencionar que han implementado procesos de mejora continua y logística inversa que aproveche al máximo aquellos alimentos que puedan aun ser colocados en tiempo récord en comunidades que se ven beneficiados por esta tan valiosa e importante mejora continua en los procesos.

Agradezco de forma muy especial la transparencia y apoyo con que recibimos la información por parte de las cadenas participantes quienes tienen la visión compartida antes descrita. De igual manera agradezco a la WWF por liderar este hermoso esfuerzo plasmado en un estudio que en breve será enriquecido por información de otros sectores productivos del país. Los invito a revisar este estudio y a ser parte activa difundiendo este estudio y en hora buena aportando a la cadena de valor como consumidores y empresarios responsables.

EQUIPO DE TRABAJO

El presente informe está elaborado por el Fondo Mundial para la Naturaleza (World Wildlife Fund Inc) WWF Mesoamérica. ***https://www.wwfca.org/nuestrotrabajo/alimentos/***. En 1961, 16 líderes conservacionistas del mundo, entre ellos el biólogo y apasionado por la fauna africana Sir Julian Huxley, el vicepresidente de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) Sir Peter Scott y el director general de la Conservación de la Naturaleza británica EM Nicholson firmaron el Manifiesto Morges que crea el Fondo Mundial para la Naturaleza como la organización mediante la cual se recaudarían fondos para apoyar el movimiento de conservación mundial. Actualmente, WWF está presente en 100 países, con 5 millones de seguidores a nivel mundial y gestiona cerca de 150 millones de euros en fondos para apoyar el trabajo conservacionista alrededor del mundo. WWF ha estado trabajando en Centroamérica desde 1986. Este año, cumple 40 años de presencia en la región.

GS1 Guatemala ***(https://www.gs1gt.org/),*** que es una organización de sólido prestigio y destacada por la calidad de sus servicios, es un tercero confiable que desempeña de forma profesional y con seriedad los estudios sin conflictos de interés, reconocido en el mercado por ofrecer información que cumple con las expectativas de los clientes con más de 20 años de experiencia.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Merma

Es la pérdida física o de valor de un producto, que no se puede vender ni recuperar.

Devoluciones

Es el porcentaje de la merma que se pudo identificar y que se puede atribuir a devoluciones de productos acordadas con los proveedores por los distintos conceptos o condiciones que hayan negociado.

Merma conocida

Es el porcentaje de la merma que logró ser identificado y que se le puede atribuir una causa.

Merma desconocida

Es el porcentaje de la merma que no pudo atribuírsele una causa específica. Se identifica una diferencia de inventario, pero no es posible determinar el origen o la razón que la generó.

Robo

Es el porcentaje de la merma que se pudo identificar y que se atribuye a diferencias de inventario por sustracción indebida del producto.

Rotura

Es el porcentaje de la merma que se pudo identificar y que se atribuye a rotura o averías al empaque o del producto en sí.

Supermercado

Hace referencia al canal moderno de venta de productos, las empresas o cadenas de supermercados que cuentan con varios puntos de venta en los diferentes departamentos de la República de Guatemala.

Vencimiento

Es el porcentaje de la merma que se pudo identificar y que se atribuye al retiro del producto por la finalización del periodo durante el cual el producto es adecuado para el consumo.

OBJETIVO GENERAL

Cuantificar el impacto de la merma de alimentos en dos importantes cadenas de supermercados de Guatemala en términos de volumen, identificando los principales hitos que permitan realizar un diagnóstico del estado actual.

©WWF Mesoamérica / Iván Castro.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada para este estudio se basa en el enfoque desarrollado inicialmente a partir de la experiencia de Argentina y adaptado a las características de las cadenas de supermercados de Guatemala. Desde entonces, y a lo largo de las sucesivas ediciones, se ha mantenido el mismo procedimiento metodológico para garantizar la consistencia y comparabilidad de los resultados.

RECOPILACIÓN DE DATOS

Para este estudio, se contó con la participación de dos cadenas de supermercados, cuya información permitió dar continuidad al análisis y mantener la comparabilidad de los resultados con las ediciones anteriores. La incorporación de información de otras cadenas continuará siendo una oportunidad para ampliar el alcance y la representatividad de futuras investigaciones.

Los datos analizados para este quinto estudio corresponden a aproximadamente 500 puntos de venta, agrupando las dos cadenas de supermercados participantes, en 22 departamentos del país. Se estima que la cobertura alcanzada con este ejercicio representa cerca del 50% del universo nacional, tanto de establecimientos, como de los diferentes formatos de operación que existen en el país. Las cadenas participantes, son representativas del mercado guatemalteco, pues cuentan con amplia cobertura geográfica, diversidad de formatos y una rentabilidad significativa en términos de volumen de ventas. Esto garantiza que los hallazgos presentados reflejan de manera fidedigna la realidad del sector y ofrecen una base sólida para la toma de decisiones estratégicas en torno a la gestión de mermas.

La presente publicación corresponde a la edición 2026 del Estudio de Desperdicio de Alimentos en Supermercados de Guatemala. Los resultados, análisis y conclusiones presentados se elaboran con información recopilada durante el año 2025, por lo que las referencias estadísticas y comparaciones interanuales corresponden a dicho período de análisis.

AGRUPACIÓN DE CATEGORÍAS

Las categorías corresponden a agrupaciones de productos que permiten a las cadenas representar de forma más precisa su comportamiento dentro del contexto analizado. Su definición se realizó a partir de la información de productos disponible en GS1 Guatemala, complementada con su experiencia en el mercado guatemalteco y la información reportada por las cadenas participantes. Este proceso permitió homologar los distintos criterios de clasificación utilizados por las empresas y garantizar la comparabilidad de los resultados.

Para efectos del estudio, los productos se organizan en 16 subcategorías, agrupadas en 8 categorías.

Almacén (secos)	Bebidas	Frutas y Verduras	Carnes	Congelados	Frescos	Panificados	Rotisería	Comida para mascotas
Galletas, golosinas y mermeladas Productos envasados Productos secos	Bebidas con alcohol Bebidas sin alcohol	Frutas frescas Verduras frescas	Carne vacuna Carne blanca Embutidos	Congelados	Lácteos Productos refrigerados	Productos panificados	Alimentos preparados	Comida para mascotas

Tabla 1. Categorías y subcategorías de alimentos.

PROCESO

Para recopilar información se solicitaron datos a las dos cadenas participantes. Esta información fue entregada en dos formatos:

1 INFORMACIÓN DETALLADA

En esta aproximación se solicitó información de las ventas y mermas de cada cadena, la cual fue procesada por medio de herramientas de análisis y rectificación de datos. Esta información incluyó todas las mermas de la cadena identificando el producto, cantidades y causas que la originan. La información fue organizada por mes y departamento.

2 INFORMACIÓN RESUMIDA

En esta aproximación se aplicó un cuestionario en donde se solicitó un resumen de la información agrupada por el comportamiento de la merma en la cadena.

La información detalla el total de la merma generada, tanto conocida como desconocida y verifica su origen (vencimientos, desperdicios, robo, rotura, devoluciones, donaciones y otras causas).

Esta información se pidió para las 16 categorías de productos, definidos de manera general y con el entendimiento de agrupación de las secciones que tienen las cadenas participantes en el mercado guatemalteco.

Estas categorías se construyeron de manera conjunta con la información que GS1 Guatemala dispone de los productos manejados por las cadenas y esta misma matriz es utilizada, para detallar los departamentos y el comportamiento del fenómeno en los mismos.

INFORME DE RESULTADOS

El análisis de la información suministrada por las cadenas de supermercados arroja los siguientes resultados:

MERMA

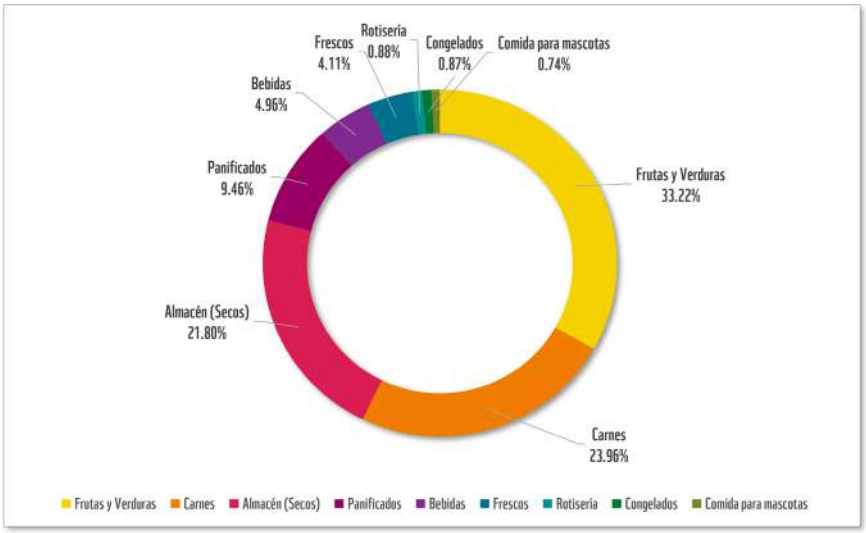
Enfocándose en las categorías definidas, se identificó que el mercado guatemalteco tiene un promedio de 0.62% de merma sobre las ventas, dentro del segmento de los supermercados consultados.

Esta cifra indica que, por cada 100 quetzales vendidos, se dejan de percibir 62 centavos de quetzal a causa de la merma o por cada tonelada de alimentos se da una merma de 62 kilos de alimentos. Este nivel de pérdida representa una oportunidad significativa de mejora, ya que no solo afecta directamente los ingresos económicos, sino que también implica un volumen considerable de productos que podrían ser aprovechados, reutilizados o reincorporados en procesos de rescate alimentario.

Adicionalmente, la reducción de la merma tendría un impacto positivo en términos de sostenibilidad, al contribuir a disminuir los efectos ambientales derivados de la producción de alimentos que finalmente no llegan al consumidor. Esto refuerza la necesidad de fortalecer los mecanismos de control, rotación de inventarios y estrategias de prevención en toda la cadena de valor.

MERMA POR CATEGORÍA

La agrupación generada para el estudio muestra el porcentaje de merma en los 9 grandes categorías definidas en la metodología.



Gráfica 1. Distribución de la merma sobre la base de las categorías de agrupación.

La gráfica 1 muestra claramente que tenemos un alto porcentaje de merma en Frutas y verduras (33.22%), le sigue la categoría Carnes (23.96%), en la categoría almacén un (21.80%). Siendo estas 3 categorías las que presentan mayor oportunidad de mejora y análisis.

Les sigue la categoría Panificados (9.46%), donde en conjunto, las 4 categorías presentan más del 80% de la merma total.

MERMAS POR CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS

La agrupación generada para el estudio muestra las 9 categorías desagregadas en 16 subcategorías con el porcentaje de merma que cada subcategoría representa

Categorías / Subcategorías	% Participación en la Merma
Frutas y Verduras	33.22%
Verduras	19.72%
Frutas frescas	13.51%
Carnes	23.96%
Carne blanca	10.73%
Carne vacuna	10.04%
Embutidos	3.19%
Almacén (Secos)	21.80%
Productos envasados	12.73%
Galletas, golosinas y mermeladas	6.80%
Productos secos	2.26%
Panificados	9.46%
Productos panificados	9.46%
Bebidas	4.96%
Bebidas sin alcohol	4.13%
Bebidas con alcohol	0.83%
Frescos	4.11%
Productos refrigerados	2.09%
Lácteos	2.02%
Rotisería	0.88%
Alimentos preparados	0.88%
Congelados	0.87%
Congelados	0.87%
Comida para mascotas	0.74%
Comida para mascotas	0.74%

Tabla 2. Porcentajes de las mermas por categoría y sub-categoría.

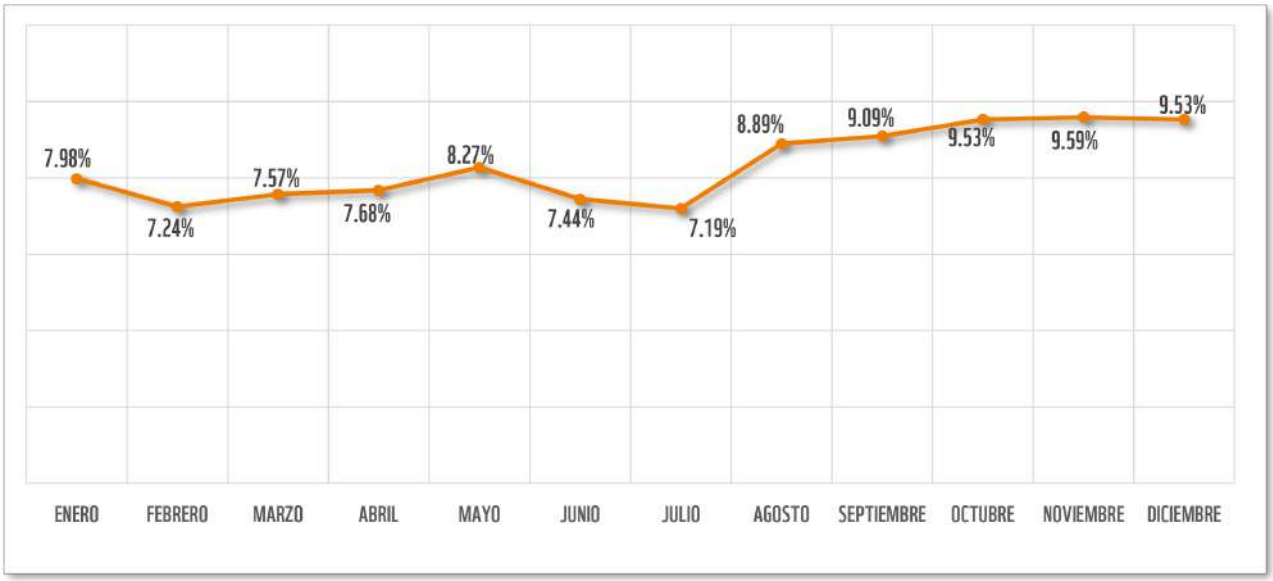
La participación en la merma indica, sobre una base del 100%, cuánto se genera en cada una de las categorías y subcategorías. La tabla anterior muestra la participación de cada categoría dentro de la merma.

Se evidencia que las secciones de Frutas y verduras, Almacén seco, Carnes y panificados son el "Pareto" de la merma, sumando el 88.44% del fenómeno.

ESTACIONALIDAD DE LA MERMA

El fenómeno tiene un comportamiento ligado a las ventas de cada periodo estudiado y posiblemente se ve afectado por los inventarios cíclicos y de cierre de cada una de las temporadas en Guatemala.

La merma, en términos de participación mensual, se dio de la siguiente manera:



Gráfica 2. Comportamiento mensual de la merma.

El comportamiento mensual de la merma muestra una distribución a lo largo del año, con variaciones que evidencian posibles efectos de estacionalidad, campañas comerciales o cambios en la demanda y operación.

Los meses con mayor participación en la merma son noviembre (9.59%), octubre (9.53%), diciembre (9.53%) y septiembre (9.09%) concentrando juntos mas de un tercio de las pérdidas anuales. Estos picos podrían ser asociados a incrementos de inventario por temporadas altas de ventas, promociones o acumulación de productos perecederos.

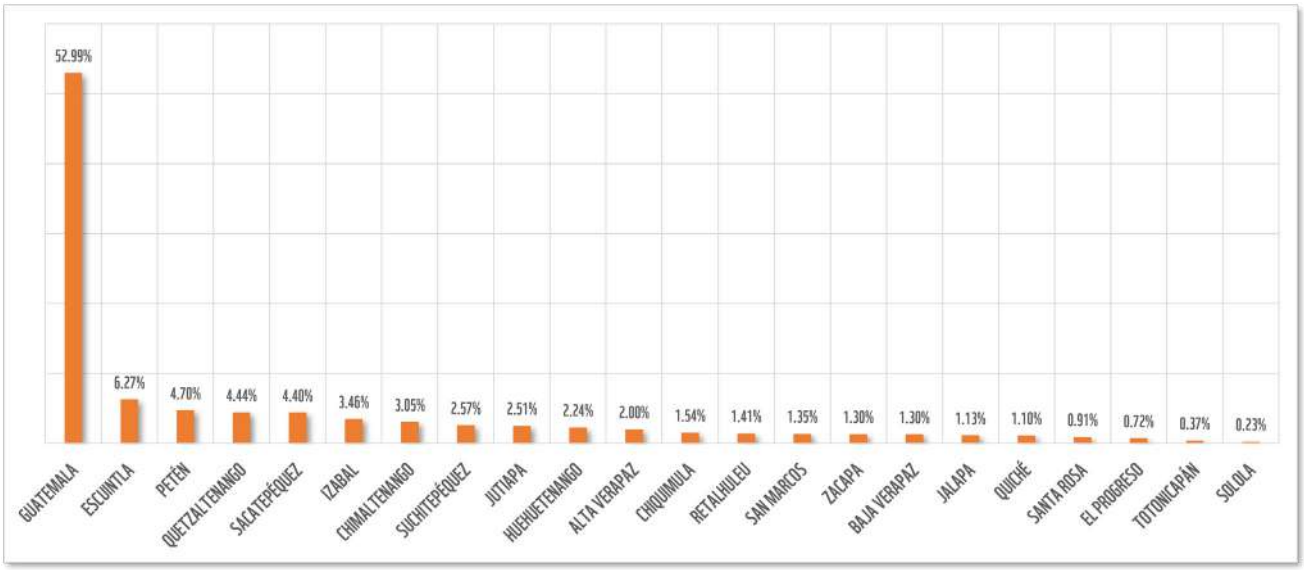
En contraste, los niveles más bajos se registran en julio (7.19%), febrero (7.24%) y marzo (7.57%), meses en los que el movimiento comercial suele ser menor, sobre todo febrero y marzo, lo que puede generar menores volúmenes absolutos de pérdidas.

Este patrón sugiere que las estrategias de control y prevención de merma deben reforzarse especialmente en el segundo semestre del año, cuando se concentran los mayores volúmenes de pérdidas, con foco en las categorías y causas predominantes en esos periodos.

DISTRIBUCIÓN PROPORCIONAL DE LA MERMA ENTRE DEPARTAMENTOS

La distribución porcentual de la merma, entre los 22 departamentos del país evaluados, está afectada por dos factores:

1. La cantidad de puntos de venta de las cadenas participantes, y
2. La densidad poblacional

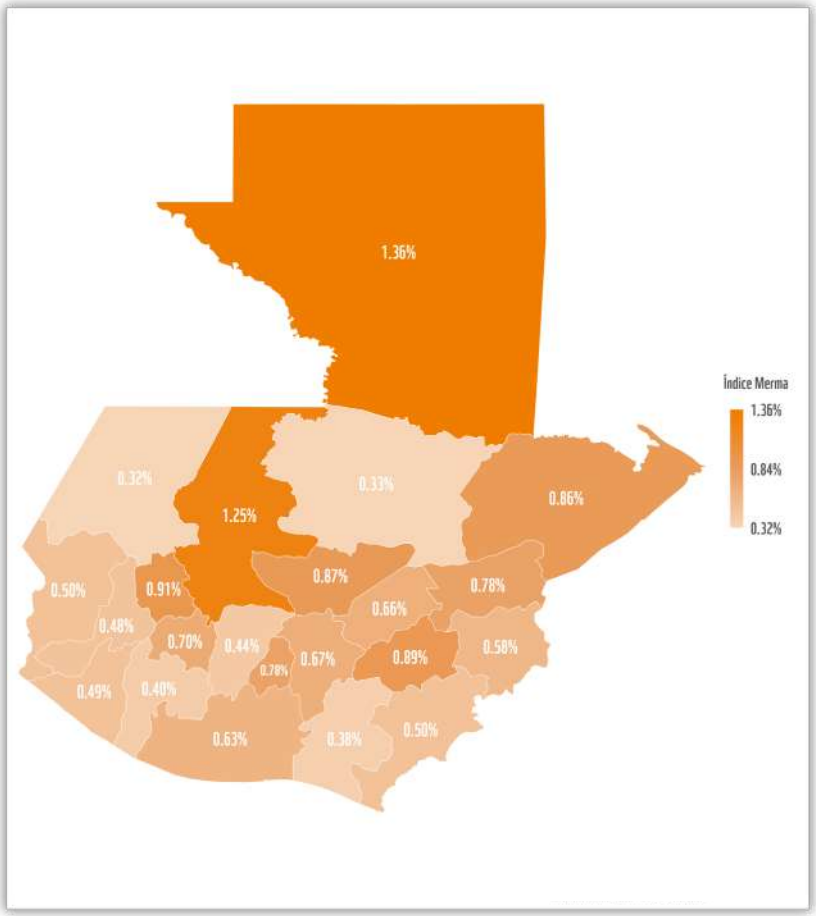


Gráfica 3. Distribución proporcional de la merma entre departamentos.

Como puede observarse en la gráfica 3, la concentración de la merma se generó en el departamento de Guatemala con el 52.99% de la misma, seguido de Escuintla con un 6.27%. El análisis de concentración en el departamento de Guatemala tiene relación con la concentración de tiendas en el área metropolitana, quedando un 47.01 de la merma en el interior del país.

PORCENTAJE DE MERMA POR DEPARTAMENTO

La distribución geográfica funciona como un semáforo de calor donde los colores más intensos están vinculados con los índices más altos de mermas. Al realizar el análisis de las estimaciones de la merma por departamento, se puede identificar el índice de la merma para cada uno de ellos. Se observa que Petén (1.36%), Quiché (1.25%) y Totonicapán (0.90%) registran los niveles más altos de merma. Estos valores podrían estar relacionados con factores como deficiencias en la cadena de suministro, condiciones de almacenamiento o menor rotación de inventario.



Gráfica 4. Distribución geográfica de la merma en Guatemala.

En contraste, departamentos de Huehuetenango (0.32%) y Alta Verapaz (0.33%) muestran los niveles más bajos, lo que podría reflejar mejores prácticas de gestión de inventario o menor exposición a condiciones que favorecen el deterioro de productos.

Estos resultados permiten identificar áreas prioritarias para la implementación de estrategias de reducción de merma, enfocando los esfuerzos en los departamentos con mayores índices para mejorar la eficiencia y sostenibilidad en la operación.

El índice de merma por departamento, mostrado en el gráfico, se obtiene al relacionar las ventas y las mermas en cada territorio, lo que permite identificar en qué lugares la proporción de pérdidas es mayor respecto a sus ventas. Bajo este indicador, departamentos de Petén, Quiché y Totonicapán, registran los niveles más altos de merma relativa.

Departamento	Índice de Merma
Petén	1.36%
Quiché	1.25%
Totonicapán	0.91%
Jalapa	0.89%
Baja Verapaz	0.87%
Izabal	0.86%
Zacapa	0.78%
Sacatepéquez	0.78%
Sololá	0.70%
Guatemala	0.67%
El Progreso	0.66%
Escuintla	0.63%
Chiquimula	0.58%
Jutiapa	0.50%
San Marcos	0.50%
Retalhuleu	0.49%
Quetzaltenango	0.48%
Chimaltenango	0.44%
Suchitepéquez	0.40%
Santa Rosa	0.38%
Alta Verapaz	0.33%
Huehuetenango	0.32%

Tabla 3. Porcentaje de mermas departamentales.

No obstante, si se analiza únicamente dónde se genera la merma en términos absolutos a nivel nacional, se observa un comportamiento distinto. En este caso, Guatemala concentra el 52.99% de toda la merma registrada en el país, seguida por Escuintla (6.27%) y Petén (4.70%). Este patrón refleja que, aunque algunos departamentos tengan un índice de merma alto, su peso real en la merma nacional puede ser menor debido a su volumen total de ventas.

En resumen, el índice de merma identifica departamentos con mayor proporción de pérdidas, mientras que la participación de merma revela dónde se concentra la mayor cantidad absoluta de productos que tuvieron merma. Analizar ambos indicadores en conjunto es clave para definir estrategias efectivas de reducción de pérdidas, priorizando acciones tanto por impacto relativo como por impacto total.

CAUSAS DE LA MERMA CONOCIDA

Las causas de merma reportadas por las cadenas incluyen:

a. Devoluciones

b. Robo

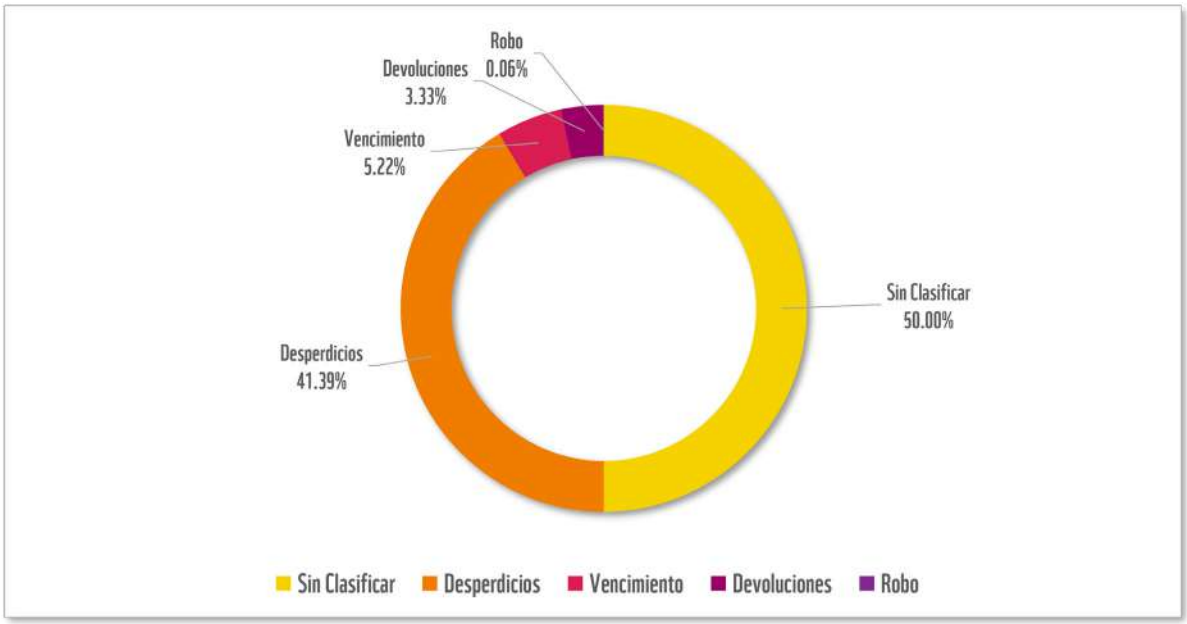
c. Rotura/Avería

d. Vencimiento

e. Sin clasificar

f. Desperdicio

El estudio en las cadenas participantes muestra los siguientes porcentajes según el causal de merma:



Gráfica 5. Causas de la merma con base en los pesos en todo el estudio.

La merma de forma general para este año es desconocida en el 50% donde no se tiene una causa identificada y en el caso de la merma conocida tiene como principal responsable a desperdicios con 41.39%, vencimiento con 5.22% y devoluciones con un 3.33%.

se puede observar que la merma desconocida representa el porcentaje más significativo. Conociendo las causas de la merma se puede identificar, en una siguiente etapa de proyecto o a nivel gerencial, las acciones de mejora a implementar para una recolección de estos alimentos y darles un uso en la cadena alimenticia.

Buenas prácticas de manejo de la merma podrían minimizar costos de logística tanto a proveedores como las cadenas de supermercados. Recolectar el producto antes de su vencimiento permitirá, por ejemplo, a los bancos de alimentos colocar estos productos en comunidades necesitadas que pueden consumirlos en corto tiempo.

INTEGRACIÓN DE LAS CAUSAS DE MERMA CONOCIDA

Al agrupar la merma por las causas identificadas, con base en la información suministrada por las dos cadenas de supermercados, se obtiene los siguientes resultados:

- Verduras (19.72% del total de la merma) concentran pérdidas principalmente por desperdicios (42.76%), lo que evidencia retos en la rotación y control de inventarios perecederos.
- Frutas frescas (13.51%) también presentan alta incidencia de desperdicio (25.47%), aunque destacan pérdidas sin clasificar (5.92%) que requieren un mejor registro para su análisis.
- Productos envasados (12.73%) destacan por vencimiento (23.07%) sin clasificar, pero hay datos interesantes como el reflejo de (15.45%) por vencimiento, (9.15%) por devoluciones y (3.26%) por robo.
- Carne blanca (10.73%) tienen una alta participación de merma sin clasificar (17.73%) y desperdicios (4.42%), reflejando el carácter altamente perecedero de esta categoría.
- Carne vacuna (10.04%) presenta alta participación de merma (16.27%) muestran un peso significativo en pérdidas sin clasificar y por desperdicio, lo que sugiere oportunidades de mejora en el embalaje y manipulación.
- Productos Panificados (9.46%) presentan (20.20%) alta participación en merma por desperdicio, (4.18%) por devoluciones y (3.26%) por robo.
- Algo realmente alarmante se está dando en la merma por Robo en la cual las categorías de Galletas, Golosinas y mermeladas (33.03%), Bebidas sin alcohol (30.53%) y Lácteos (18.02%), presentan procentajes altos por robo. Las cadenas de supermercados tendrán que implementar mecanismos de control de robo que permitan ir mejorando estas cifras.

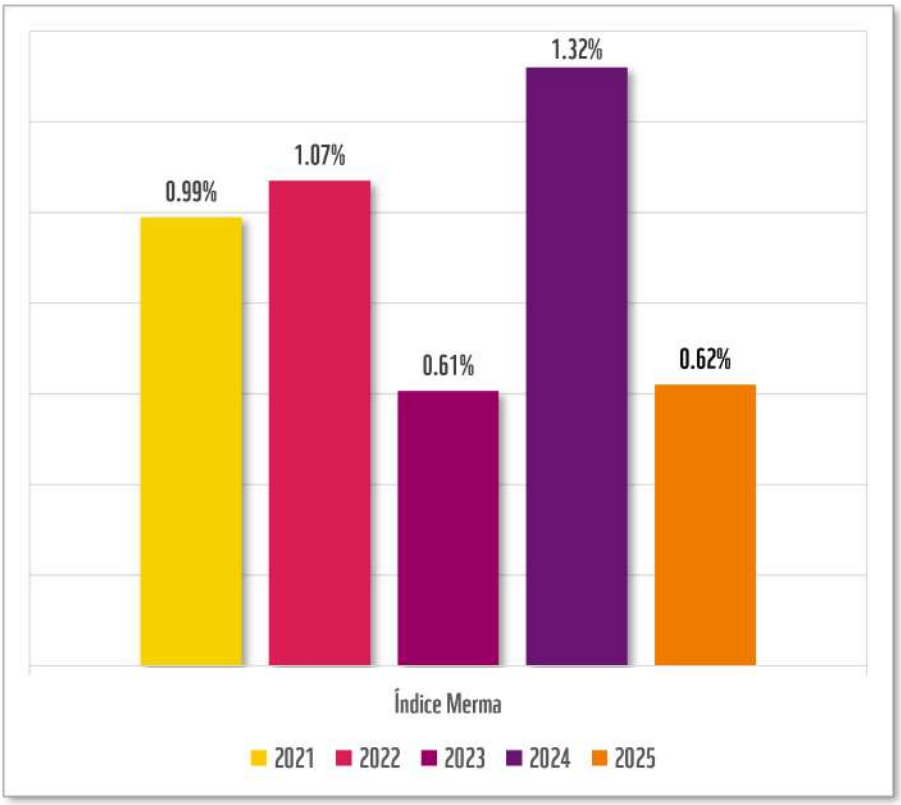
Categorías	Sin Clasificar	Desperdicios	Vencimiento	Devoluciones	Robo
Verduras	4.02%	42.76%	0.01%	0.18%	0.00%
Frutas frescas	5.92%	25.47%	0.01%	0.20%	0.03%
Productos envasados	23.07%	0.21%	15.45%	9.15%	3.26%
Carne blanca	17.73%	4.42%	0.32%	0.64%	0.25%
Carne vacuna	16.27%	4.59%	0.00%	0.11%	0.23%
Productos panificados	1.71%	20.20%	1.92%	4.18%	2.81%
Galletas, golosinas y mermeladas	7.92%	0.00%	34.53%	30.53%	33.03%
Bebidas sin alcohol	5.57%	0.00%	9.98%	24.11%	30.53%
Embutidos	4.08%	2.33%	0.33%	5.06%	0.21%
Productos secos	1.99%	0.00%	21.14%	4.99%	2.42%
Productos refrigerados	3.94%	0.00%	1.10%	1.90%	3.64%
Lácteos	2.24%	0.00%	11.24%	8.98%	18.02%
Alimentos preparados	1.71%	0.02%	0.27%	0.22%	0.06%
Congelados	1.51%	0.00%	1.64%	0.86%	0.28%
Bebidas con alcohol	0.93%	0.00%	1.55%	8.52%	4.87%
Comida para mascotas	1.40%	0.00%	0.52%	0.37%	0.34%

Tabla 4. Integración y pesos de cada causa de merma por categoría.

COMPARATIVO INTERANUAL

El indicador nacional de merma ha mostrado variaciones significativas en los últimos cinco años. En 2021, la merma se situó en 0.99%, aumentando en 2022 a 1.07%, lo que representó un ligero crecimiento. En 2023 se observó una reducción notable hasta 0.61%, en el 2024 se dio un repunte bastante considerable y se llegó al punto más alto según registros del estudio con 1.32%.

Con relación al año 2025, el índice de merma disminuyó de 1.32% a un 0.62%, lo que indica una considerable reducción en la merma a nivel nacional.



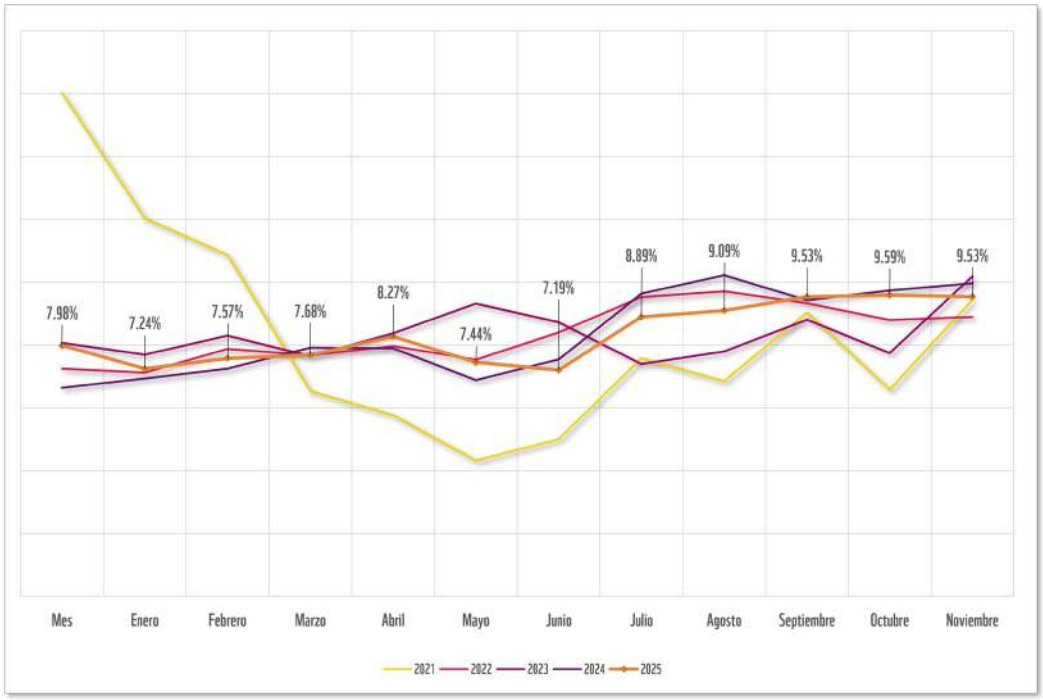
Gráfica 6. Comparativo interanual del índice de mermas.

La reducción en el indicador de la merma está asociada a mejoras considerables con la gestión de inventarios, oportunidades en la eficiencia operacional, personal más capacitado, optimización del portafolio de los puntos de venta, cambios positivos en la estrategia comercial y/o la búsqueda de un impacto positivo con la implementación de políticas de sostenibilidad.

El comportamiento del 2025 es similar al 2023 por lo cual se observa una mejora considerable para y un buen manejo de la merma, lo que nos sugiere que si es posible mantener estos niveles bajos de la merma mediante la incorporación de acciones específicas, mantener controles adecuados, consistentes y adaptativos, especialmente frente a variaciones del mercado y condiciones operativas.

A continuación, se presenta un análisis mensual por año que revela la distribución de la merma en Guatemala mostrando pratrones estacionales, aunque con cambios notables entre periodos.

En 2021 la merma estuvo fuertemente concentrada en los primeros meses del año, destacando enero 16.02% y febrero con 12.04% lo que indica un comportamiento atípico en comparación con años posteriores.



Gráfica 7. Comparativo de la participación mensual de la merma.

A partir de 2022, la distribución se estabiliza, con una menor concentración en los primeros meses y una tendencia a registrar picos en agosto y diciembre, coincidiendo con temporadas de mayor actividad comercial.

En 2023, los niveles mensuales fueron más homogéneos, con valores cercanos al promedio en casi todos los meses, aunque diciembre (10.18%) volvió a mostrar un aumento significativo.

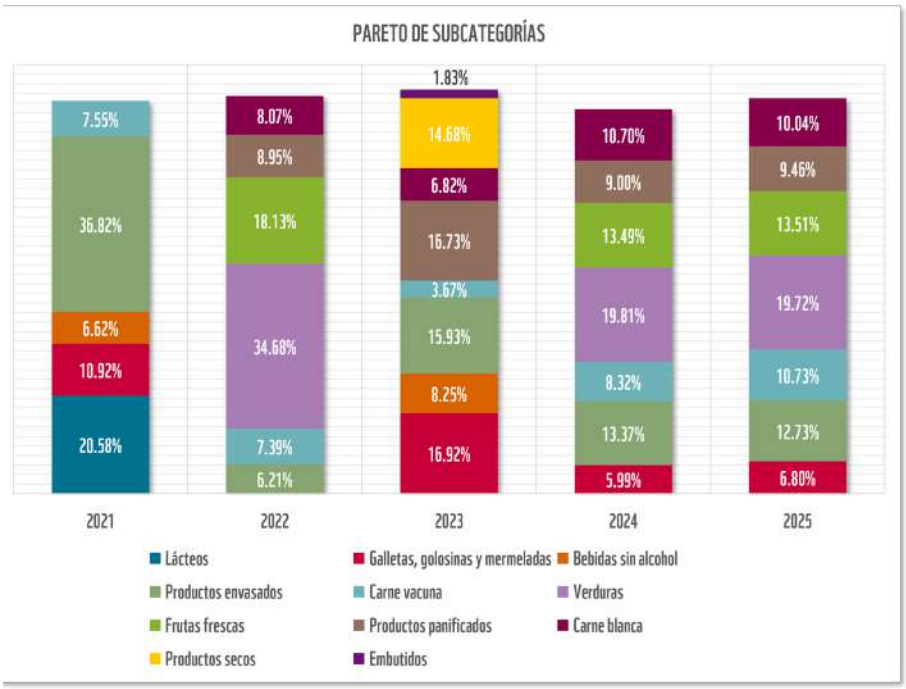
En el 2024 se consolida un patrón claro de picos en el segundo semestre, especialmente en septiembre (10.22%), noviembre (9.73%) y diciembre (9.96%), meses que concentran casi un tercio de la merma anual.

El año 2025 mostró una tendencia similar a los últimos tres años. El mes con mayor merma en el 2021 fue en enero, en el 2022 fue en septiembre, en el 2023 fue el mes de diciembre al igual que en 2025 que nuevamente fue diciembre.

En temporadas de alta demanda, como diciembre, los supermercados y todos los actores de la cadena de abastecimiento suelen contratar personal temporal para manejar el aumento de clientes y productos. Este personal podría presentar puntos de mejora en capacitación y en prácticas adecuadas de manejo de productos e inventarios, lo que puede causar un aumento en mermas debido a errores operativos.

PARETO DE SUBCATEGORÍAS

El análisis del Pareto anual de categorías evidencia cambios importantes en la composición de la merma a lo largo del tiempo, reflejando variaciones en la operación, el surtido y la dinámica de consumo.



Gráfica 8. Pareto de sub-categorías.

En 2023, el Pareto volvió a mostrar mayor diversidad, con productos panificados (16.73%), galletas, golosinas y mermeladas (16.92%), productos secos (14.68%) y productos envasados (15.93%) compartiendo la merma más significativa, lo que refleja una dispersión de causas y categorías afectadas.

En 2024, el patrón se estabilizó parcialmente, con verduras (19.81%) y productos envasados (13.37%) como categorías principales, pero con un peso creciente de carne blanca (10.70%), carne vacuna (8.32%) y productos panificados (9.00%), sugiriendo que la merma volvió a concentrarse en perecederos de mayor valor.

El Pareto para el 2025 es muy similar al comportamiento del 2024, con un leve incremento en la subcategoría de Carne Vacuna que subió de (8.32%) a (10.73%), así también una muy leve baja en lo que respecta a la subcategoría de Productos envasados de (13.37%) a (12.73%)

Este comportamiento refuerza la importancia de adaptar las estrategias de control de merma en la composición del surtido y la estacionalidad, ya que las categorías críticas pueden cambiar significativamente de un año a otro.

Para abordar y mitigar un incremento en la merma de productos; se puede implementar estrategias como mejorar la planificación de compras, optimizar la gestión de inventario, capacitar al personal en prácticas de manipulación y almacenamiento adecuadas, y considerar la donación de productos no vendidos a bancos de alimentos para reducir el desperdicio y beneficiar a la comunidad. También es importante evaluar regularmente las causas de las mermas y ajustar las operaciones en consecuencia para minimizarlas..

Para el 2025, el ranking de departamentos según su índice de merma presentó cambios significativos en comparación con el año anterior, evidenciando retrocesos en la gestión de pérdidas de parte de 4 departamentos.

Clasificación	Departamento	Índice de la Merma 2025	Posiciones
1	Petén	1.36%	2
2	Quiché	1.25%	2
3	Totonicapán	0.91%	9
4	Jalapa	0.89%	5
5	Baja Verapaz	0.87%	-4
6	Izabal	0.86%	-4
7	Zacapa	0.78%	0
8	Sacatepéquez	0.78%	-2
9	Sololá	0.70%	10
10	Guatemala	0.67%	-5
11	El Progreso	0.66%	-3
12	Escuintla	0.63%	-2
13	Chiquimula	0.58%	0
14	Jutiapa	0.50%	-3
15	San Marcos	0.50%	0
16	Retulhuleu	0.49%	-2
17	Quetzaltenango	0.48%	0
18	Chimaltenango	0.44%	4
19	Suchitepequez	0.40%	-1
20	Santa Rosa	0.38%	-4
21	Alta Verapaz	0.33%	-1
22	Huehuetenango	0.32%	-1

Tabla 5. Clasificación según el índice de la merma por departamento.

- Ascensos más destacados: Sololá (+10 posiciones) y Totonicapán (+9) lograron saltos importantes en el ranking, situándose entre los departamentos con mayor índice de merma del país. También destacan los avances de Jalapa (+5) y Chimaltenango (+4), lo que, si bien implica un deterioro en su desempeño relativo, indica que superaron a otros departamentos.
- Departamentos estables: Zacapa, Chiquimula, San Marcos y Quetzaltenango que mantuvieron su posición, lo que sugiere un comportamiento de la merma similar al año previo, sin mejoras ni empeoramientos significativos.
- Descensos relevantes: Departamento de Guatemala (-5) fue el que más cayó en el ranking, reflejando una mejora relativa frente a otros departamentos. Otros descensos moderados se observan en Baja Verapaz (-4), Izabal (-4) y Santa Rosa (-4).

Este análisis de posiciones permite identificar dos perspectivas clave:

- Departamentos con alto índice, pero tendencia al alza (como Petén y Quiché), que requieren acciones urgentes.
- Departamentos con mejora relativa, que deben mantener y fortalecer las estrategias aplicadas para consolidar la reducción de la merma.

CONCLUSIONES

En la gráfica 3, distribución proporcional de la merma entre departamentos del país. Observamos que El Progreso (0.72%), Totonicapán (0.37%) y Sololá (0.23%) presentan los índices más altos de merma relativa, la mayor parte de la merma absoluta se concentra en Guatemala (52.99%), seguida por Escuintla (6.27%), Petén (4.70%) y Quetzaltenango (4.44%). Esto implica que la priorización de estrategias debe considerar tanto el impacto relativo como el volumen total de pérdidas.

El 50% de la merma no cuenta con una causa identificada, lo que limita la implementación de acciones correctivas específicas. Entre las causas registradas, predominan los desperdicios (41.39%) y el vencimiento (5.22%), lo que apunta a la necesidad de fortalecer el control de inventarios, la rotación de productos y la capacitación en registro de incidencias. Para eliminar la categoría de merma no identificada, es fundamental que la clasificación de la causa quede registrada en el sistema al momento de la captura de la información, garantizando así datos más precisos y útiles para la toma de decisiones estratégicas.

La distribución mensual muestra que octubre (9.53%), noviembre (9.59%) y diciembre (9.53%) concentran los mayores niveles de merma, tendencia que se consolida desde 2022. Esto sugiere enfocar las acciones de prevención en el segundo semestre, especialmente en categorías perecederas y de alto valor.

El Pareto anual evidencia que las categorías más afectadas cambian con el tiempo: en 2021 dominaron productos envasados y lácteos, en 2022 los perecederos frescos (Verduras y frutas), en 2023 Galletas, golosinas y mermeladas, existió más dispersión, en 2024 se consolidó el peso de verduras, cárnicos y panificados y para el 2025 el comportamiento fue muy similar al del 2024, el mayor peso estuvo en Verduras, Lácteos y Productos envasados. Esto refuerza la importancia de adaptar las estrategias de control a la dinámica del surtido.

El presente estudio muestra una reducción en el porcentaje general de 1.32% en 2024 a 0.62% en 2025, lo cual indica que se han implementado mejoras y controles en la cadena de valor de las categorías evaluadas. Sin embargo, se debe continuar en la línea de reducción efectiva con un enfoque diferenciado por categoría, priorizando el control de perecederos, pero sin descuidar el impacto acumulado de las categorías de menor peso.

Departamentos como Sololá (+10) y Totonicapán (+9) escalaron posiciones, lo que indica un empeoramiento relativo, mientras que otros como Guatemala (-5), Baja Verapaz, Izabal y Santa Rosa todos con (-4) mejoraron su ubicación. Esto permite segmentar las intervenciones entre zonas que necesitan acciones urgentes y aquellas que deben consolidar las mejoras obtenidas. Destaca la baja de 5 puntos en el departamento de Guatemala.

La categoría de Frutas y verduras presentan 28.26% en pérdidas, siendo la categoría más crítica del estudio. Esto confirma que los productos frescos, por su alta perecibilidad y sensibilidad a condiciones de manejo, son el principal reto en la reducción de merma.

Le sigue la categoría de Carnes con 23.96%, que es un porcentaje considerable de pérdida. Esto refleja la dificultad en la gestión de inventarios de ciclo corto, mejorar el manejo de la cadena de frio, la rotación rápida y el control de fechas son fundamentales para reducir pérdidas.

Con un 21.80%, la categoría Almacén (secos), siendo la subcategoría productos envasados la más alta en esta categoría con 12.73% y se sigue Galletas, golosinas y mermeladas con 6.80%.

Aunque la merma total se redujo significativamente, persiste una importante oportunidad de mejora en la identificación de sus causas. La alta proporción de merma desconocida limita la capacidad de diseñar acciones correctivas efectivas, por lo que fortalecer los sistemas de trazabilidad, registro y clasificación de pérdidas debería convertirse en una prioridad para el sector.

El análisis confirma una alta concentración del fenómeno: cuatro categorías representan más del 83% de la merma registrada. Esto demuestra que los esfuerzos de reducción pueden generar mayores resultados cuando se focalizan en Frutas y verduras, Carnes, Almacén (secos) y Panificados, en lugar de distribuir recursos de manera uniforme entre todas las categorías.

Se recomienda que las cadenas de supermercados aborden el proceso de gestión de merma en alianza con los bancos de alimentos, de manera que los productos aún aptos para el consumo humano puedan ser recolectados y donados. Otra práctica que se recomienda y que ha sido adoptada por otros países es poner a la venta los productos aptos para el consumo humano a precios de costo.

Estas buenas prácticas no solo contribuyen a reducir el desperdicio y los impactos ambientales, sino que también genera un impacto social positivo al apoyar a comunidades vulnerables con alimentos que, de otra manera, serían descartados.La categoría de Frutas y verduras continúa siendo la principal fuente de pérdidas, lo que pone de manifiesto la necesidad de fortalecer procesos de abastecimiento, pronóstico de demanda, almacenamiento, manipulación y rescate de alimentos. Su comportamiento confirma que los productos frescos requieren estrategias específicas de gestión diferentes a las utilizadas para productos de larga duración.

Las diferencias observadas entre departamentos del país sugieren que la merma no responde únicamente a factores operativos nacionales. Condiciones logísticas, distancias de abastecimiento, infraestructura de frío y patrones de consumo locales podrían estar influyendo en los resultados de departamentos como Petén, Quiché y Totonicapán, lo que justifica el desarrollo de planes regionales específicos.

Los resultados del quinto Estudio de Mermas de Alimentos en Supermercados de Guatemala demuestran que la reducción de la merma es posible cuando existe medición, gestión y compromiso empresarial. Sin embargo, la persistencia de pérdidas significativas en categorías perecederas y el elevado porcentaje de merma desconocida evidencian que aún existen importantes oportunidades para mejorar la eficiencia del sistema alimentario, reducir el desperdicio y aumentar el aprovechamiento de alimentos en beneficio de las personas y del ambiente.

Trabajamos para conservar el mundo natural para las personas y la vida silvestre.

juntos es posible™ panda.org/es

© 2026
Impreso en papel 100% reciclado

WWF® y el Símbolo de Panda© 1986 son propiedad de WWF.
Todos los derechos reservados.

WWF Mesoamérica

Para más información, visite nuestro sitio web www.wwfca.org