

**ESTUDIO DE MERCADO**  
**FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS**  
**GUATEMALA, COSTA RICA Y REP.**  
**DOMINICANA 2022**



## **I. Introducción**

En presente reporte que considera el producto 3 de la consultoría “servicio de realización de un estudio y prospección de mercado sobre oportunidades de exportación para la línea de productos frescos”. En este reporte se incluye la información relacionada a Guatemala, Costa Rica y República Dominicana.

**SERVICIO DE REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO Y PROSPECCIÓN DE MERCADO SOBRE  
OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN PARA LA LÍNEA DE PRODUCTOS FRESCOS**

**GUATEMALA**

Contenido	
I. Resumen Ejecutivo.....	7
II. Alcance del estudio Especializado: Sector y/o Líneas de Productos.....	12
III. Análisis de la Oferta en el País de Destino .....	14
3.1 Producción del País de Destino .....	14
3.2 Exportaciones Totales del País de Destino .....	16
3.3 Importaciones Totales del País de Destino .....	20
3.4 Importaciones del País desde Perú.....	30
3.5 Análisis de la Competencia .....	37
IV. Análisis del Sector / Línea en el Mercado .....	55
4.1 Variedades y Formas de Presentación.....	55
4.2 Canales de Distribución .....	65
4.2.1 Rutas de Acceso.....	66
4.2.2 Costos Logísticos Aproximados.....	70
4.2.3 Principales Agencias de Transporte.....	72
4.3 Canales de Comercialización .....	77
4.4 Precios.....	85
V. Análisis de la Demanda .....	88
5.1 Perfil del Consumidor .....	88
5.2 Análisis de Tendencias .....	90
5.3 Percepción del Producto Peruano .....	92
VI Requisitos de Acceso al Mercado .....	96
6.1 Medidas Arancelarias.....	96
6.2 Regulaciones .....	103
6.3 Otras regulaciones (etiquetado / orgánico / GMO/ envases y embalajes).....	105
6.4 Certificaciones.....	105
VII. Actividades de Promoción.....	107
7.1 Ferias.....	107
7.2 Degustaciones o exhibiciones .....	109
7.3 Publicaciones Especializadas .....	110
VIII. Contactos de Interés .....	112
8.1 Institucionales .....	112
8.2 Comerciales .....	113
IX. Perfil de compradores.....	114
X. Conclusiones y Recomendaciones .....	125
Bibliografía .....	130
I. Resumen ejecutivo .....	132
II. Alcance del estudio especializado .....	133
III. Análisis de la oferta en Costa Rica .....	137

3.1.	Producción de Costa Rica .....	137
3.2.	Exportaciones Totales de Costa Rica.....	143
3.2.1.	Exportaciones agrícolas de Costa Rica .....	144
3.3.	Importaciones Totales de Costa Rica .....	148
3.3.1.	Importaciones agrícolas de Costa Rica.....	149
3.4.	Importaciones de Costa Rica desde Perú .....	153
3.4.1.	Importaciones agrícolas desde Perú.....	156
3.5.	Análisis de la Competencia .....	160
IV.	Análisis del sector.....	163
4.1.	Variedades y formas de presentación .....	163
4.1.	Canales de Distribución .....	166
4.2.1.	Rutas de Acceso.....	166
4.2.2.	Costos Logísticos Aproximados y Principales Oferentes de Transporte 168	
4.2.	Canales de comercialización.....	169
4.3.	Precios.....	170
V.	Análisis de la demanda.....	174
5.1.	Perfil del consumidor.....	174
5.2.	Análisis de Tendencias .....	176
5.3.	Percepción del producto peruano.....	181
VI.	Requisitos de acceso al mercado .....	181
6.1.	Medidas arancelarias .....	181
6.2.	Regulaciones .....	183
6.3.	Otras Regulaciones.....	191
6.4.	Certificaciones o Normas Técnicas .....	194
VII.	Actividades de promoción.....	196
7.1.	Ferias.....	196
7.2.	Exhibiciones.....	196
7.3.	Publicaciones especializadas.....	197
VIII.	Contactos de interés .....	198
8.1.	Instituciones .....	198
8.2.	Comerciales .....	201
IX.	Perfil de compradores.....	203
X.	Conclusiones y recomendaciones .....	207
I.	Resumen Ejecutivo.....	213
II.	Alcance del Estudio Especializado: Sector y/o Líneas de Productos .....	215
III.	Análisis de la Oferta en República Dominicana.....	216
3.1	Producción del Sector Agrícola de República Dominicana .....	216
3.2	Exportaciones Totales de la República Dominicana .....	217
3.3	Importaciones Totales de la República Dominicana .....	219

3.4	Importaciones de República Dominicana de frutas frescas desde Perú .....	220
3.5	Análisis de la Competencia .....	222
IV.	Análisis del Sector / Línea en el Mercado .....	224
4.1	Variedades y Formas de Presentación.....	224
	4.1.1 Formas de Presentación y precios en el Punto de Venta .....	225
4.2	Canales de Distribución .....	225
	4.2.1 Rutas de Acceso.....	227
	4.2.2 Costos Logísticos Aproximados.....	228
	4.2.3 Principales Agencias de Transporte en República Dominicana .....	229
4.3.	Canal de Comercialización .....	229
V.	Análisis de la Demanda .....	230
5.1	Perfil del Consumidor .....	230
5.2	Análisis de Tendencias .....	230
5.3	Percepción del Producto Peruano .....	231
VI.	Requisitos de Acceso al Mercado.....	233
6.1	Medidas Arancelarias.....	233
6.2	Regulaciones .....	234
6.3	Otras Regulaciones (Etiquetado / Orgánicos / GMO/ / Envases y Embalajes).....	236
6.4	Certificaciones.....	237
VII.	Actividades de Promoción .....	238
7.1	Ferias.....	238
7.2	Publicaciones Especializadas .....	238
VIII.	Contacto de Interés.....	239
8.1.	Institucionales.....	239
8.2	Comerciales .....	240
IX.	Perfil de compradores (colocar el resumen de las conclusiones de las entrevistas realizadas).....	241
X.	Conclusiones y Recomendaciones .....	242
	Índice de Ilustraciones.....	244
	Índice de tablas .....	246

## I. Resumen Ejecutivo

El presente estudio expone una descripción y análisis de mercado enfocado en el sector de fruta, verdura y hortalizas frescas de Guatemala. Su objetivo es proveer a las empresas peruanas información de utilidad e interés para conocer la dinámica de mercado en Guatemala y que a partir de ello se pueda elegir la mejor estrategia para acceder al mercado. A partir de ello es que en el estudio se abordan temas como comportamiento de mercado, principales canales de distribución, actores relevantes y posibles vías de entrada.

### **Objetivo – planteamiento del estudio.**

En los últimos años se ha detectado mayor demanda de frutas y hortalizas en Guatemala. El país ha incrementado sus importaciones mundiales de los capítulos 7 y 8 con una tasa de crecimiento porcentual del 5% (período 2016-2020) pasando de USD 119 millones en el 2016, a USD 143 millones en el 2020. Asimismo, las exportaciones de Perú se incrementaron con una tasa de crecimiento porcentual del 9.8% en dicho período. Estos indicadores, además del tratado de libre comercio que está por entrar en vigencia, son indicadores que hacen necesaria la realización de un estudio y prospección que permita monitorear las importaciones, compradores, y cadenas de abastecimiento de alimentos frescos en este mercado, para así tomar acciones que favorezcan las exportaciones peruanas de frutas y hortalizas frescas.

Guatemala es un país que cuenta con una diversidad de factores que la hace un destino estratégico para la comercialización de fruta fresca y hortalizas, no solo por el tamaño de mercado, sino también por su capacidad de ser una plataforma logística para ingresar hacia el resto de la región centroamericana. Derivado de ello, no es sorpresa que diversas empresas multinacionales como lo es Nestlé, PepsiCo, Femsa, Walmart, PriceSmart, Bayer, Mission, entre otras, se establezcan desde Guatemala para abastecer la región.

En cifras, según el Ministerio de Economía, Guatemala es un mercado que representa un tercio del PIB de la región, en donde 4 de cada 10 productos hechos en Centroamérica se realizan en el país. Adicional, durante el año 2020 con el inicio de la pandemia Guatemala demostró ser el país mayor resiliencia en la región, pues su PIB decreció únicamente un -1.5% en comparación con Costa Rica con un decrecimiento de 4.5%, El Salvador un 8.5%, Honduras un 10.0% y República dominicana un 6.8%. (PRONACOM, 2021)

Para el año 2021 Guatemala cerró con un crecimiento en su producto interno bruto -PIB- de un 7.5% una cifra que evidencia una significativa recuperación y una tendencia que busca mantenerse durante los próximos años. Este indicador muestra un crecimiento por arriba del

potencial y una recuperación por encima de los países de América Latina y Estados Unidos, además, se registró un incremento del 22% en las exportaciones, mientras que las importaciones lograron aumentar un 42%. (Samayoa 2022)

Adicional, a ser la economía más grande y la metrópoli más desarrollada de la región. Guatemala tiene una población de aproximadamente 17 millones de habitantes, de la cual más de la mitad es joven. Actualmente, el país se encuentra en una etapa de bono demográfico, lo que implica que las personas en edad de trabajar superan en cantidad a las personas económicamente dependientes (niños y adultos mayores). A esto se suma que Guatemala es el país centroamericano con mayor gasto de consumo final de los hogares y una captación de remesas para el 2021 de US\$15,295 dólares las cuales en su mayoría son utilizadas para consumo. (PRONACOM, 2021)

Guatemala cuenta con una posición geográfica privilegiada, especialmente ante la coyuntura en donde las cadenas de suministro juegan un rol clave en la competitividad de las empresas, pues cuenta con acceso a las costas del Océano Pacífico y el Atlántico y con la segunda operación de carga marítima más importante en Centroamérica, (luego de Panamá) con tres puertos marítimos principales: Santo Tomás de Castilla, Puerto Barrios en el Atlántico y Puerto Quetzal en el Pacífico. Esto permite que el país tenga acceso a mercados clave como Estados Unidos, que es el mayor destino de exportación disputado únicamente por la región Centroamericana. (Observatorio de Competitividad, 2019)

Guatemala también forma parte del Mercado Común Centroamericano, el cual brinda acceso preferencial al país a la región con una población de más de 44 millones de habitantes y más de US\$ 266 mil millones de dólares en PIB. A ello se suma la Unión Aduanera Guatemala-Honduras en donde más del 77% de los productos se encuentran bajo libre circulación y en donde el 98% de los aranceles se encuentran armonizados, esto permite que el tiempo en tránsito de las mercancías se reduzca a únicamente a 6 horas. El Salvador, también se encuentra en proceso de adhesión a la Unión Aduanera, la cual llegará a representar 33 de los 44 millones de centroamericanos y un 48.5% del PIB regional, lo que se traduce a un tamaño de mercado similar al de Perú. Para el mercado de fruta fresca y hortalizas es común que empresas guatemaltecas cuenten con canales de distribución en la región del triángulo norte (Guatemala- Honduras y El Salvador) por ello podría decirse que acceder a Guatemala es también acceder al Triángulo Norte. (PRONACOM, 2021)

Guatemala es un país de condición agrícola, pues 10.2% de su PIB está compuesto por agricultura en contraposición de Perú con un 6.7%. A septiembre del año 2021, Guatemala exportó US\$2,879 millones de dólares. Los principales productos de exportación durante los últimos años han sido el azúcar, café, banana, cardamomo y caucho. Debido al impulso a la

exportación es que el mercado recurre a la importación de otros productos agrícolas, especialmente los frutícolas como manzanas, uvas, cítricos, arándanos, frutos secos, entre otros con el objetivo de abastecer al consumidor local a través del canal moderno y tradicional, así como a la industria de alimentos y bebidas. (Banco de Guatemala, 2021)

Esta última representó para el año 2020 un 16.4% del PIB. Según la Gremial de Alimentos y Bebidas adscrita a la Cámara de Industria, el tamaño de mercado del sector de alimentos y bebidas para el año 2020 es de US \$12,9 mil millones de dólares. Esto indica que la industria alimentaria del país es fuerte. Además de que se encuentra compuesta por empresas locales de amplia trayectoria, pero también con fuerte presencia de multinacionales. (Ministerio de Economía, 2021)

Actualmente, el tratado de libre comercio entre Perú y Guatemala se encuentra pendiente de su entrada en vigencia internacional. No obstante, ambos mercados mantienen una relación comercial dinámica, en donde Perú goza de gran aceptación y reconocimiento sobre productos de manufacturas diversas y agroindustriales.

### **Metodología**

El equipo consultor se centró en la revisión a profundidad de la literatura disponible y a la utilización de fuentes como Trademap, Banco de Guatemala, artículos de prensa y medios internacionales mediante sus perspectivas económicas, estudios de parte de cámaras y gremiales en Guatemala; como Cámara del Agro -CAMAGRO- y las Asociación de exportadores -AGEXPORT- a través de su Comisión de fruta fresca, Cámara de Comercio, Ministerio de Economía de Guatemala, Ministerio de Ganadería y Pesca, Secretaria de Integración centroamericana -SIECA-, el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura -IICA- entre otros.

Adicional, se realizó un diseño narrativo a partir de entrevistas semiestructuradas y encuestas como método de recolección de datos, así como bases de datos físicas y electrónicas con la que los consultores ya cuentan derivado de sus experiencias previas, tanto con cooperativas como con importadores de fruta fresca, retailers, gremiales, participación en ferias internacionales y directorios de cámaras, comisiones y gremiales, las cuales permitieron construir un perfil más detallado de compradores, con el fin de obtener un entendimiento plural de la situación de importación y cadenas de abastecimiento en Guatemala. La información fue procesada en matrices de datos en Excel con los datos más relevantes recabados a partir de las entrevistas a profundidad y encuestas, así como la revisión bibliográfica previamente detallada.

Los instrumentos fueron desarrollados por el equipo consultor:

- Para el estudio se llevaron a cabo un total de veinticinco (15) entrevistas semiestructuradas de aproximadamente 45 minutos de duración, las cuales se realizarán a través de la plataforma Google Meet con los encargados de compra o gerentes de abasto de las empresas importadoras, comercializadoras, distribuidoras y retailers. Para la obtención de información sobre procesos de importación, protocolos de admisibilidad y permisos fitosanitarios, el equipo de consultores realizó entrevistas con las autoridades del Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación -MAGA-, abordando específicamente al Viceministerio de Sanidad Agropecuario y regulaciones -VISAR- a través de su unidad de sanidad vegetal e inocuidad.
- La muestra de empresas se construyó a partir de bases de datos previas con las que el equipo consultor cuenta y que facilitaron los contactos iniciales.
- Las entrevistas tuvieron duración de alrededor de 30 a 60 minutos y se llevaron a cabo a través de la plataforma de Google Meet como protocolo para la prevención por la pandemia de COVID-19, y a la vez garantizar la privacidad de la información recolectada. Las mismas se sistematizaron en tablas de Excel para llevar a cabo un análisis con mayor profundidad y permitiendo la comparación de los datos. Una vez sistematizadas, las entrevistas se utilizaron para la elaboración de fichas de los posibles compradores, además se llevó a cabo el análisis de las citas y una revisión de las percepciones de las compañías guatemaltecas respecto a la posibilidad e interés de importar productos peruanos.
- Para la realización del documento de estudio de mercado el equipo consultor realizó ejercicios de interpretación en los que se compararon las citas textuales de las entrevistas y se colocarán en contraste con la información obtenida a partir de la revisión bibliográfica, adicional se agregó un apartado de fotografías in situ, para que los lectores tengan idea de cómo los distribuidores y retailers venden el producto al cliente final.

## **Resultados.**

- Perú tiene una gran oportunidad para posicionar sus productos en el mercado guatemalteco de cara a la coyuntura actual que viven los principales socios comerciales del país en este segmento. La temporada de frutas para el año 2023 tiene retos, pues los cambios climáticos y problemas sociales en Estados Unidos han generado desabasto de productos como uvas y manzanas, espacios que Perú puede comenzar a tomar.
- Es importante que se dé a conocer la oferta exportable peruana más allá de los productos que actualmente Perú comercializa en el mercado como lo son las

manzanas, las uvas y los cítricos. Muchos importadores desconocen la capacidad de Perú en producción de berries, kiwis, ajos y cebollas, productos de interés para el mercado que actualmente debido al origen de las importaciones suponen un reto debido a la lejanía de sus proveedores.

- Es importante para los importadores mejorar las rutas de acceso entre los mercados. La falta de rutas directas logísticas y el costo de flete ha hecho que las importaciones desde Perú disminuyan especialmente de los productos perecederos que requieren de tiempos ágiles en logística. Otro problema importante es la falta de rutas aéreas entre los mercados, esto implica que el importador debe de asumir costos elevados, que muchas veces hace que colocar el producto en el mercado local ya no sea competitivo.
- Es importante volver a colocar sobre la mesa la importancia de reanudar conversaciones sobre la ratificación del tratado de libre comercio entre Perú y Guatemala. Actualmente existen productos que aun pagando un 15% de arancel son competitivos en el mercado de Guatemala y para muchos importadores el *market share* de Perú en el mercado aún puede incrementar con un tratado de libre comercio que permita pagar menos aranceles y abastecer al mercado de productos con alta calidad a precios más competitivos.
- La percepción generalizada del producto peruano es que tiene una buena relación precio-calidad, adicional, para los importadores la atención al cliente de las empresas peruanas es superior al de países como México, esto es una gran ventaja, pues existen empresas que prefieren y les es más fácil hacer negocios con Perú que con México.
- Para las empresas es importante contar con el apoyo de instituciones como las oficinas de promoción comercial y de las Embajadas para buscar nuevos proveedores y solventar inconvenientes de índole político-comercial.

## II. Alcance del estudio Especializado: Sector y/o Líneas de Productos

El estudio se centró en el sector de frutas, verduras y hortalizas frescas. Se incluyó producto deshidratado en el caso de las pasas y las ciruelas debido a su alta demanda en el mercado, así como productos de género capsicum.

Las líneas de productos que conforman el estudio son:

07 hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios

08 frutas y frutos secos comestibles, cáscaras de cítricos o melones

09 se considerará para este estudio solo la parte de géneros capsicum como ají ancho| paprika conocidos como chile guaque y chile pasa en Guatemala triturados o pulverizados.

Los productos abordados durante el estudio son:

**Tabla 1 Productos incluidos en estudio**

<b>FRUTAS</b>	
080810	MANZANAS FRESCAS
080830	PERAS FRESCAS
080610	UVAS FRESCAS
080620	UVAS SECAS INCLUÍDAS PASAS
080510	NARANJAS
080521	MANDARINAS
080929	CEREZAS
081050	KIWIS
081040	ARÁNDANOS
081320	CIRUELAS SECAS
<b>VEGETALES</b>	
070310	CEBOLLAS
070320	AJOS
070920	ESPÁRRAGOS
090421	FRUTOS DEL GÉNERO CAPSICUM O DEL GÉNERO PIMIENTA, SECOS, SIN TRITURAR NI PULVERIZAR

En el caso de frutas el estudio aborda productos como uvas, naranjas, mandarinas, manzanas y peras que son líneas que los importadores y comercializadores de fruta ya asociación con

Perú y son conocidas en el mercado. En el caso de vegetales, es el espárrago peruano el producto más conocido y mejor posicionado en relación a otros países.

No obstante, el estudio también aborda otras frutas como las cerezas, los kiwis, los arándanos y productos secos como uvas y ciruelas. Estos son productos que los importadores y comercializadores no suelen asociar con Perú; pero que tienen una buena oportunidad en el mercado. Durante las entrevistas realizadas a los importadores y retailers, se hizo mención al listado de productos aquí presentados para que los empresarios pudiesen tener en mente la oferta exportable de Perú a la hora de dar respuesta a las preguntas. Derivado de ello es que muchos mostraron interés por explorar productos menos convencionales asociados a Perú y querer estudiar más el mercado, pues productos como cebollas, ajos, arándanos y kiwis son de interés para complementar estaciones y mantener el flujo de abastecimiento a sus clientes.

En un principio Promperú consideró productos como: mangostanes, banano, aguacate (palta), mangos, chícharos (arveja china) y jengibre. Durante las entrevistas se hizo mención a estos productos para conocer la oportunidad que veían los compradores para los mismos. Todos coincidieron en que el mercado local es capaz de abastecerse o bien muchos se importan desde México, país vecino de Guatemala. No obstante, en el caso de los mangos, aguacates, arándanos, espárragos, cebollas y ajos; los importadores, comercializadores y retailers consideraron que debido a los cambios climáticos que provocan desabastecimiento, la opción de contar con proveedores que puedan abastecer de esta línea de productos es importante. Además, de que existe la oportunidad de complementariedad estacional entre la producción guatemalteca y peruana no solo para abastecer el mercado local, sino también para abastecer a clientes internacionales.

### **III. Análisis de la Oferta en el País de Destino**

#### **3.1 Producción del País de Destino**

Aunque no podría decirse que Guatemala es un país eminentemente agrícola, a lo largo de su historia, esta actividad ha jugado un papel importante en su economía. En la actualidad compone el 10.2% de su PIB, y es además uno de los medios de vida en zonas rurales, que representan el 50.5% de los hogares del país (ENCOVI, 2014). Si bien parte de la producción es utilizada para el autoconsumo, en los últimos años ha crecido como exportador de frutas y verduras; entre enero y septiembre de 2021, el país exportó un total de US\$2,879 millones.

Los principales productos de exportación durante los últimos años han sido el azúcar, café, banana, cardamomo y caucho. Debido al impulso a la exportación es que el mercado recurre a la importación de otros productos agrícolas, especialmente los frutícolas como manzanas, uvas, cítricos, arándanos, frutos secos, entre otros con el objetivo de abastecer al consumidor local a través del canal moderno y tradicional, así como a la industria de alimentos y bebidas. (Banco de Guatemala, 2021).

La riqueza natural y condiciones climáticas del Guatemala son favorables para la producción, y aunque en los últimos 10 años ha disminuido hasta en un 10% (MAGA, 2012), continúa como uno de los principales medios de vida para la población.

La producción de hortalizas está concentrada en los departamentos de Chimaltenango, Sacatepéquez, Quiché y Baja Verapaz, mientras que la de frutas en San Marcos, Chimaltenango, Quiché y Huehuetenango, principalmente. La producción de frutas se concentra en San Marcos, Chimaltenango, Quiché, Huehuetenango y Sololá, Sacatepéquez, Alta Verapaz y Petén (MAGA, 2016). Los productos que más exporta Guatemala son el azúcar, café, banano, cardamomo y caucho, siendo el cardamomo el que ha tenido un mayor crecimiento en los últimos años.

Además, al ser un país con una larga tradición agrícola, las importaciones de frutas y hortalizas son relativamente reducidas. Guatemala importa principalmente materia prima y productos intermedios para la industria. No obstante, en 2021 registró un aumento en importaciones, especialmente guisantes, arvejas y chícharos. El país que más vende a Guatemala es China. Por otro lado, las exportaciones de Guatemala en cuanto a frutas y hortalizas superan a las de Perú, donde representan un 6.7% de su PIB.

Es importante resaltar que, a pesar de ser la economía más grande de Centroamérica, con un PIB per cápita de US \$5,025 (Banco Mundial, 2021), Guatemala también es un país que registra altos índices de pobreza y desigualdad. En 2020, de acuerdo con estimaciones del Banco Mundial, la pobreza en Guatemala era del 52,4%. Esto condiciona a buena parte de la población, especialmente en el área rural, a buscar alternativas para su sustento, y se traduce en que buena parte de la producción local se utiliza para estos fines. Esto se ve reflejado en cuatro grandes grupos que representan buena parte de la producción agrícola del país (ICEX, 2020).

- **Productores de infra subsistencia:** Agricultores en condiciones de extrema pobreza.
- **Productores de subsistencia:** Agricultores que destinan su producción al consumo interno. Familias con bajo o nulo acceso a capital, servicios básicos y tecnología.
- **Productores excedentarios:** Agricultores con acceso limitado a tecnología para la producción, así como capital y a mercados locales e internacionales.
- **Productores comerciales:** Productores con capacidades para comercializar local e internacionalmente. Este grupo está conformado principalmente por grandes conglomerados que representan hasta el 80% de la exportación de Guatemala y cuentan con acceso a capital y tecnología de punta para sus cultivos.

Esto contrasta con el hecho que buena parte de la producción agrícola de Guatemala se quede en el país debido a la baja o nula capacidad de los agricultores de comercializar sus productos.

Por otro lado, a pesar de que esta actividad productiva incluso tuvo un crecimiento de hasta el 2.9% durante la pandemia por COVID-19 en 2020 (Industria y Negocios, 2021), el crecimiento de la economía del país depende principalmente de la economía informal que representa el 22% del PIB (Banguat, 2019) y las remesas que, de acuerdo con estimaciones del Banguat, podrían llegar a representar el 19% del PIB del país en 2022. Durante el inicio de la pandemia, el país vivió un incremento en la producción de hortalizas, melones, raíces y tubérculos debido a una mayor demanda externa.

También es importante resaltar la dependencia que tiene el país del sector informal y que uno de los 17 sectores productivos que lo conforman, de acuerdo con una medición realizada por el Banguat en 2019, es la agricultura. Además, cifras del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS) señalan que el 12.2% del empleo formal en Guatemala depende de la actividad agrícola.

Finalmente, aunque la oferta local de producción agrícola es amplia y las condiciones del país forzaron a que buena parte de la población necesite de esta actividad para subsistir, la temporalidad en las cosechas puede fortalecerse a partir de importaciones de países como Perú. Esta necesidad de importaciones, sin embargo, se encuentra principalmente vinculada a la necesidad de las principales empresas dedicadas a la exportación para lograr suplir la demanda existente, y no necesariamente para el consumo dentro del país.

### 3.2 Exportaciones Totales del País de Destino

Guatemala es un país que muestra un déficit en su balanza comercial, el cual comparado con el año 2020 ha sufrido un aumento derivado al incremento de las importaciones que superan las exportaciones del país.

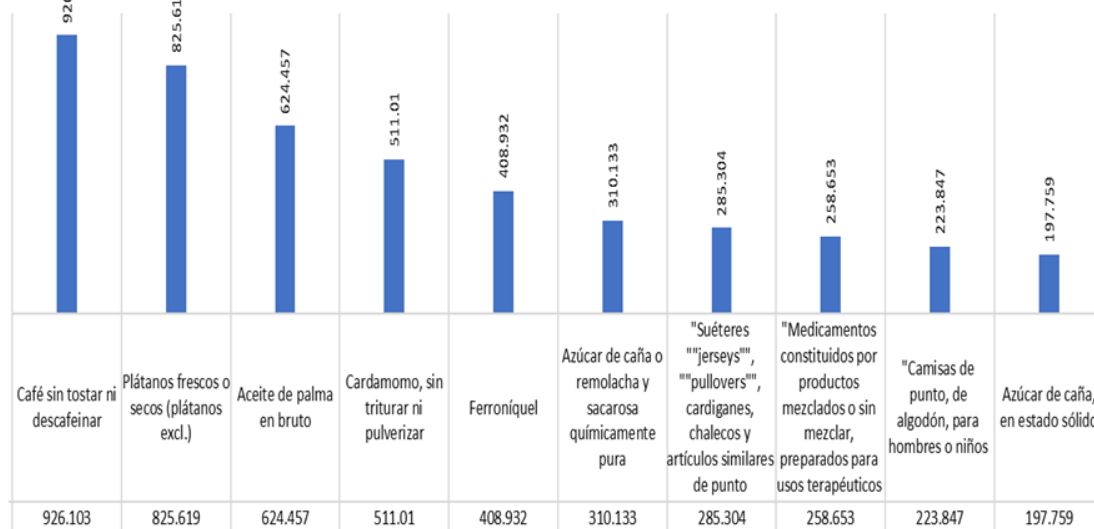
**Tabla 2 Estructura balanza comercial Guatemala**

Indicadores económicos	2018	2019	2020	2021
Exportaciones de bienes	10.97	11.168	11.101	13.621
Importaciones de bienes	19.674	19.882	18.207	26.608
Saldo de la balanza comercial	-8.704	-8.714	-7.106	-12.987
Saldo de la balanza comercial (% PIB)	-11.88	-11.32	-9.16	-15.15

Fuente: Banco Central de Guatemala [www.banguat.com.gt](http://www.banguat.com.gt)

De acuerdo al Banco de Guatemala las exportaciones al mes de agosto del año 2022 ascienden a US\$10,897.6 millones, mayor en US\$2,008.0 millones (22.6%) al monto registrado al mes de agosto de 2021 (US\$8,889.6 millones). Los principales productos de exportación son: Artículos de vestuario con US\$1,292.9 millones (11.9%); Café con US\$998.2 millones (9.2%); Grasas y aceites comestibles con US\$793.2 millones (7.3%); Banano con US\$613.3 millones (5.6%); así como Azúcar con US\$579.2 millones (5.3%). Estos productos representan el 39.3% del total exportado, además de contribuir es un 36.2 % a la balanza comercial del país.

**TOP 10 DE PRODUCTOS EXPORTADOS POR GUATEMALA DURANTE EL AÑO 2021**  
**CIFRAS EN US\$ MILES DE DÓLARES AÑO 2021**



**Ilustración 1 Top 10 exportación Guatemala 2021**

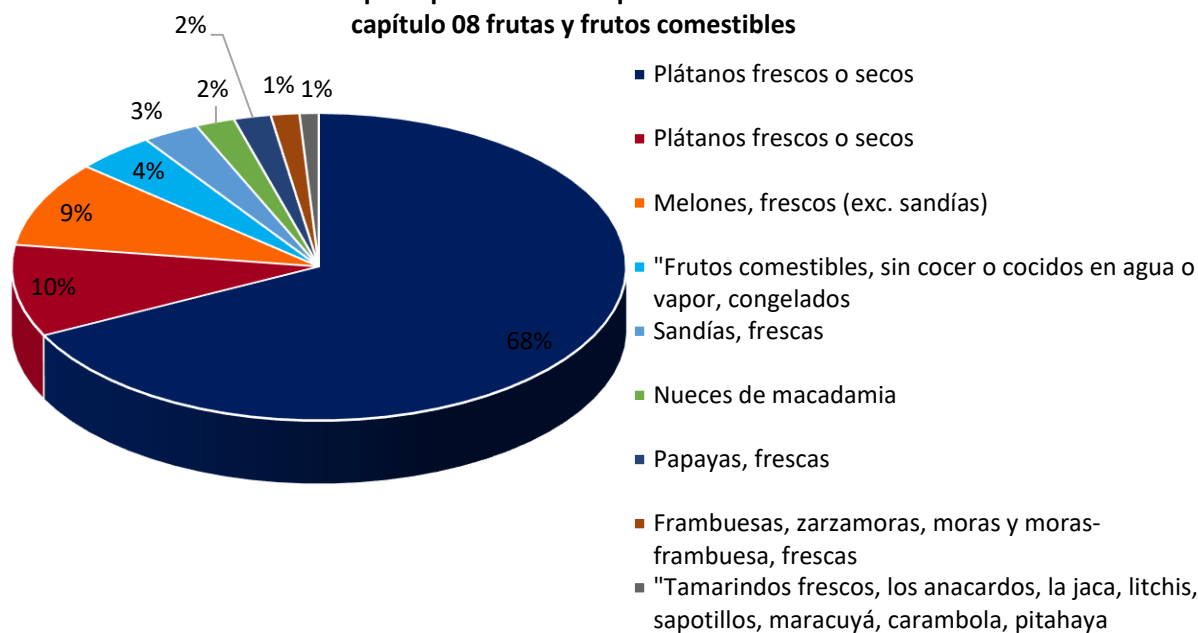
Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

Los principales destinos de las exportaciones son: Centroamérica con US\$3,527.4 millones (32.4%); Estados Unidos de América con US\$3,498.6 millones (32.1%); Eurozona con US\$1,082.0 millones (9.9%); México con US\$ 462.0 millones (4.2%); y República Popular China con US\$283.3 millones (2.6%); países y regiones que en conjunto representaron el 81.2% del total. (Banco de Guatemala, n.d.)

Para el año 2021 el sector agrícola representó el 30.1 % de los productos exportados, siendo el segundo sector de mayor exportación del país con US \$4,163 millones de los US \$13,594 millones de dólares exportados en total. Los principales socios comerciales fueron: Estados Unidos, Canadá, Honduras, Costa Rica y El Salvador. (Banco de Guatemala, n.d.)

Dentro del top 10 de los principales productos de exportación se encuentran los plátanos frescos o secos, aceite de palma, cardamomo, azúcar. Según la asociación de exportadores -AGEXPORT- Guatemala ofrece al mundo mangos, berries, limas, limones, papayas, melones, sandías, piñas, aguacates, rambután, mangostán, plátano y banano los cuales se exportan hacia EE. UU, Holanda, Inglaterra, España, Italia, Francia, El Salvador, Honduras, Nicaragua y otros. (Comisión de Frutas, n.d.)

**Principales productos de exportación año 2021  
capítulo 08 frutas y frutos comestibles**

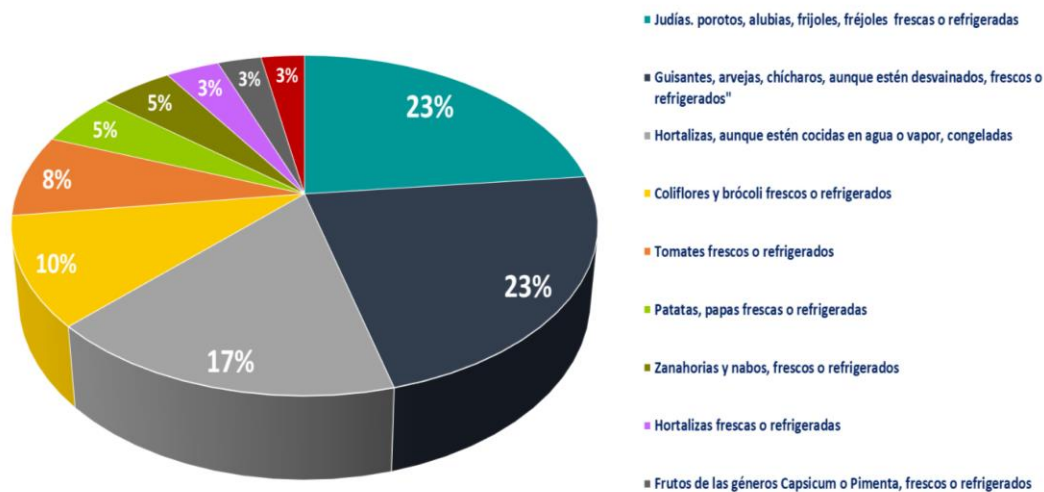


**Ilustración 2 Principales prod. exportación Guatemala 2021**

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

Dentro de las principales frutas de exportación se encuentran los plátanos, melones, sandías, papayas. La mora es la berrie que más exporta Guatemala, el 75% de las exportaciones tienen como destino Estados Unidos y Europa el 25%. Los principales países destino de exportación son Estados Unidos, El Salvador, Países Bajos, Reino Unido, China, Japón, Polonia, Hong Kong, Alemania y Rusia.

**PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN AÑO 2021  
DEL CAPÍTULO 07 HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS**



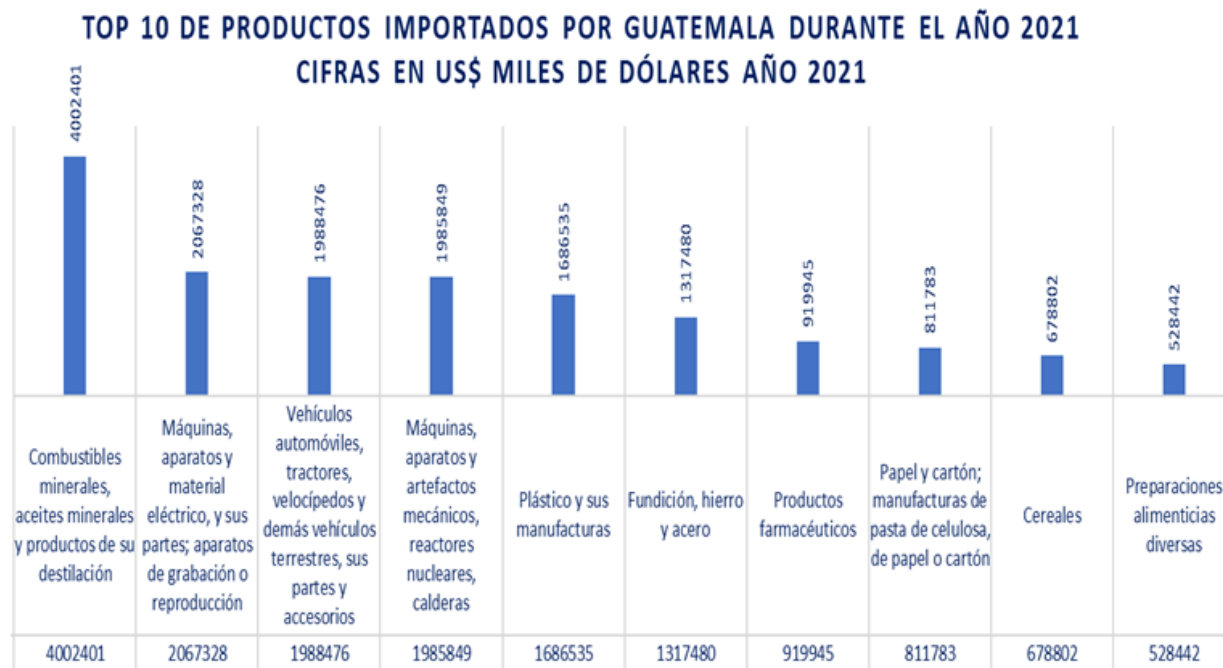
**Ilustración 3 Principales Prod. Exportación 2021 hortalizas, plantas, raíces y tubérculos**

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap.

Los principales productos exportados del capítulo 07 son las judías, alubias, guisantes, arvejas, coliflores, brócoli, tomates frescos, patatas, zanahorias, frutos de género capsicum. Los principales países destino de exportación son Estados Unidos, El Salvador, Reino Unido, Países Bajos, México, Honduras, Canadá, Bélgica, Nicaragua y Japón. En el caso del aguacate, las variedades que más se exportan son Hass y Booth 8,70% del aguacate se exporta hacia Europa, 25 % hacia Centroamérica y 5 % a Canadá. En Guatemala también existe el Comité de Arveja y Vegetales que se encuentra dentro de AGEXPORT. Este comité representa a empresas exportadoras de arveja china (snow peas), arveja dulce (sugar snacks), arveja criolla, ejote francés (french beans), mini vegetales, zuchini, brócoli y espárragos entre otros.

### 3.3 Importaciones Totales del País de Destino

Al mes de Agosto el Banco de Guatemala reportó que las importaciones ascienden a US\$21,778.9 millones, mayor en US\$5,163.3 millones (31.1%) al registrado durante el mismo mes en el año 2021. El aumento en las importaciones estuvo influenciado principalmente por la variación positiva observada en Materias primas y productos intermedios para la industria con un aumento de US\$1,754.4 millones (35.5%) así como en Combustibles y lubricantes con un aumento de US\$1,529.5 millones (62.4%).



**Ilustración 4 Top 10 importación Guatemala 2021**

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

El origen de las importaciones por participación de país fue principalmente de los Estados Unidos de América con US\$7,768.1 millones (35.7%); República Popular China con US\$2,962.9 millones (13.6%); Centroamérica con US\$2,432.4 millones (11.2%); México con US\$2,337.7 millones (10.7%); y la Eurozona con US\$1,399.8 millones (6.4%); países y regiones que en conjunto representaron el 77.6% del total.

Estados Unidos tiene el 34% del mercado con una tasa de crecimiento del 44%; China, muy por debajo, solo el 14% de mercado, pero una tasa de crecimiento del 64%; México con un 11% y un crecimiento de 32%. Mientras que Centroamérica (El Salvador, Costa Rica, Honduras, Panamá) representan el 14% de las importaciones siendo Honduras, país con el que Guatemala tienen una Unión Aduanera, quien muestra el mayor crecimiento, 50%, El Salvador 38% , Costa Rica 20%, Panamá 13%.

Los principales productos de importación son las materias primas y productos intermedios para la industria. Mientras que en bienes de consumo las categorías que lideran son las de bienes

no duraderos. Estas categorías han ido en aumento tanto en valor, volumen y precio entre el año 2021 y el 2022.

**GUATEMALA: VALOR (CIF), VOLUMEN Y PRECIO MEDIO DE LAS IMPORTACIONES, CLASIFICACIÓN CUODE EN EL MES DE AGOSTO DE CADA AÑO EN MILES DE US\$ DÓLARES Y MILES DE KILOS**

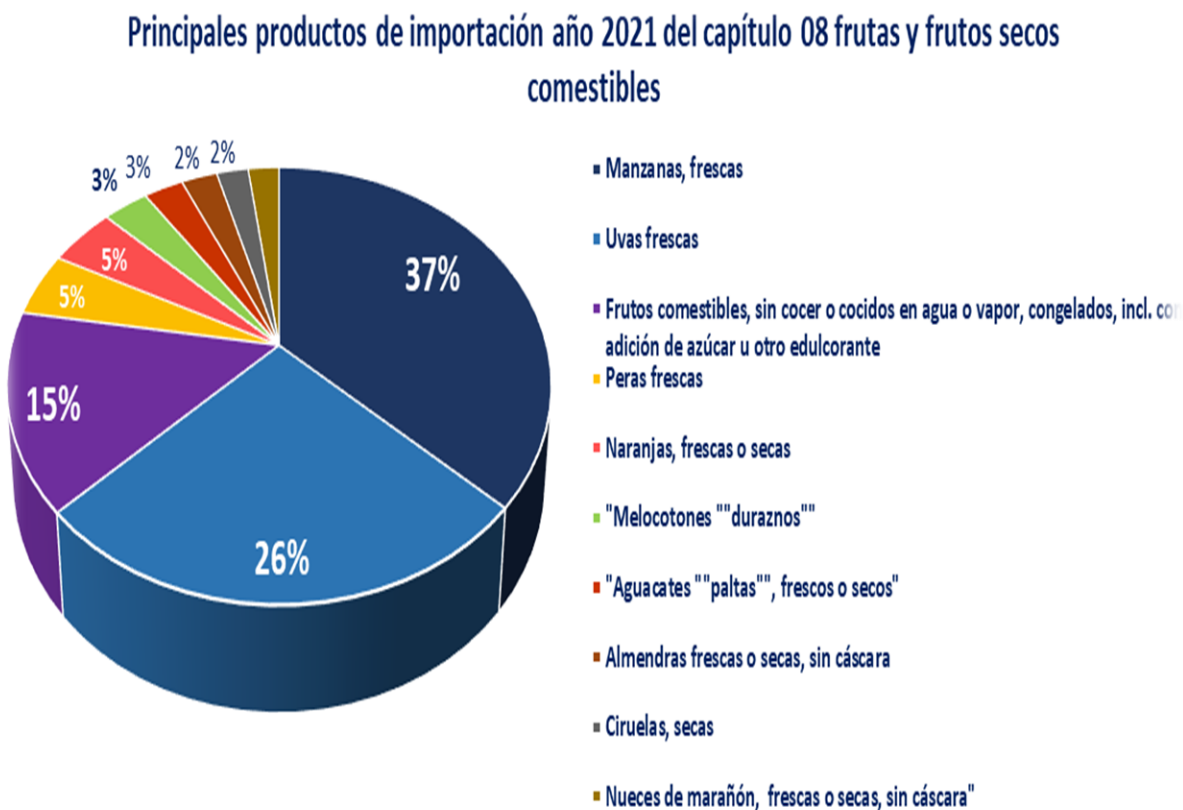
**Tabla 3 Valores, volumen y precio importaciones 2021-2022**

Concepto	2021			2022		
	Valor	Volumen Volumen	Precio Medio*	Valor	Volumen	Precio Medio*
<b>Totales</b>	<b>16,615,602</b>	<b>14,791,574</b>	<b>1.12</b>	<b>21,778,891</b>	<b>14,868,011</b>	<b>1.46</b>
<b>BIENES DE CONSUMO</b>	5,237,584	2,951,840	1.77	6,248,786	3,195,415	1.96
<b>No duraderos</b>	3,004,955	2,380,850	1.26	3,729,706	2,628,211	1.42
<b>Semiduraderos</b>	1,185,881	322,463	3.68	1,356,426	325,819	4.16
<b>Duraderos</b>	1,046,748	248,527	4.21	1,162,654	241,386	4.82
<b>MATERIAS PRIMAS Y PRODUCTOS INTERMEDIOS</b>	5,501,495	4,983,213	1.1	7,509,707	5,202,697	1.44
<b>Para la agricultura</b>	562,213	1,212,541	0.46	816,022	1,173,705	0.7
<b>Para la industria</b>	4,939,282	3,770,672	1.31	6,693,686	4,028,991	1.66
<b>COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES<sup>1/</sup></b>	2,451,257	5,215,206	0.47	3,980,689	5,093,802	0.78
<b>MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN</b>	486,886	1,134,040	0.43	589,025	949,877	0.62
<b>BIENES DE CAPITAL</b>	2,938,077	507,241	5.79	3,405,500	426,192	7.99
<b>Para la agricultura</b>	76,793	89,994	0.85	77,671	60,184	1.29
<b>Para la Ind., Telecomunicaciones y Construcción</b>	2,292,623	178,703	12.83	2,738,896	185,184	14.79
<b>Para el transporte</b>	568,661	238,543	2.38	588,932	180,824	3.26
<b>DIVERSOS</b>	303	35.1	8.63	45,183.50	28.6	1,579.84

Fuente: Declaraciones únicas centroamericanas (DUCA) y Facturas y declaraciones únicas centroamericanas (FYDUCA) de importación.

Los principales productos importados por Guatemala del capítulo 08 son las manzanas frescas (37%); uvas frescas (26%) y frutos comestibles (15%). Para el año 2021, Guatemala importó US\$35,395,000 millones de dólares, 19% más que lo importado durante el año 2020; el segundo producto de mayor importación son las uvas frescas cuyo monto ascendió a US\$25,086,000 millones 13% más que lo importado el año anterior. En cuanto a las peras su importación fue de US\$4,671,000 un 20% más, naranjas US\$4,458 un 13% más.

Productos como la ciruela seca y las nueces de marañón son las que han experimentado un mayor crecimiento. Las ciruelas secas tuvieron un crecimiento del 91% con importaciones de US\$2,158,000 y las nueces con un crecimiento de 83% con importaciones de US\$2,110,000. El aguacate / palta fue el único producto que tuvo un decrecimiento de 36% con US\$2,694,000. Las importaciones de Guatemala correspondiente al capítulo 08 durante el año 2021 tuvieron un aumento promedio de un 73% respecto al año anterior.

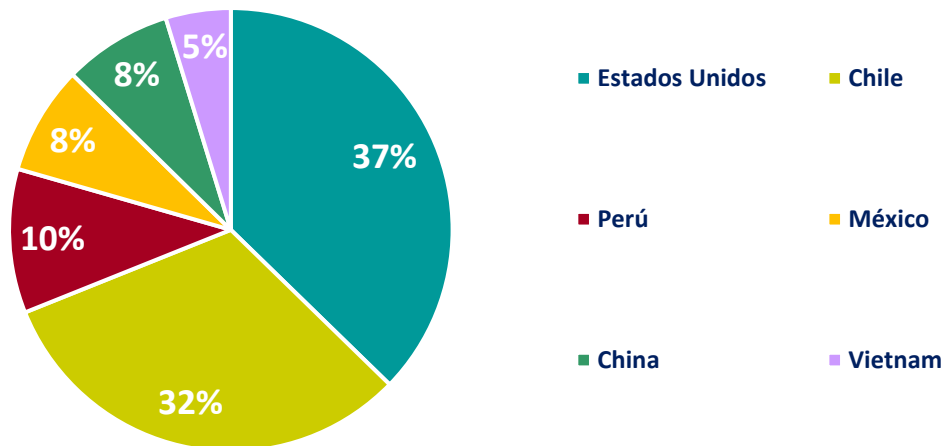


**Ilustración 5 Principales prod. Importados 2021 frutas y frutos secos**

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap.

Los principales países que abastecen a Guatemala de fruta son Estados Unidos, Chile, Perú, México, China y Vietnam, los cuales llegan a representar hasta el 88.5%. Las importaciones de Estados Unidos en frutas ascendieron a US\$36,735,000 dólares; las de Chile US\$31,618,000 dólares; mientras que las de Perú a US\$10.466,000 millones de dólares. Estas cifras demuestran que existe una diferencia significativa entre los dos principales proveedores de Guatemala y Perú.

**Principales países de importación de Guatemala para partida 08 año 2021**



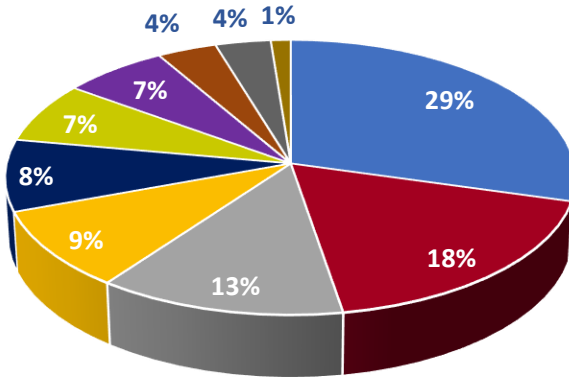
**Ilustración 6 Principales destinos de Importación Guatemala**

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap.

No obstante, la tasa de crecimiento acumulada del 2017 al 2021 demuestran que Perú ha sido el país que ha tenido un mayor crecimiento, siendo este del 21%; mientras que Chile solo ha tenido un 13% y Estados Unidos un 4%. Sin embargo, al analizar la tasa de crecimiento entre el año 2020 y el año 2021 se puede ver que ha sido Chile quién ha tenido un mayor crecimiento siendo este del 72%. Mientras que el de Perú fue del 33%. Otro tema a considerar es el arancel medio estimado que aplica Guatemala a los productos. Los dos países que lideran las exportaciones de fruta hacia Guatemala tienen un tratado de libre comercio con el país y la región.

En el caso de Estados Unidos la importación de fruta fresca ingresa al mercado con un arancel medio de 0.1%. En el caso de Chile, el arancel medio es de 2,3% para el año 2021, pues dentro de este tratado existe una lista de desgravación anual hasta que los productos lleguen a un arancel cero. En el caso de México que es el cuarto país suplidor su arancel medio es de 5.3%. Finalmente, se encuentra Perú, con quien Guatemala no tiene un tratado de libre comercio por lo que su arancel medio está por encima del resto de socios comerciales, siendo este de 13.1%, similar a China y Vietnam.

## Principales productos de importación del capítulo 07 hortalizas, plantas, raíces y tubérculos año 2021



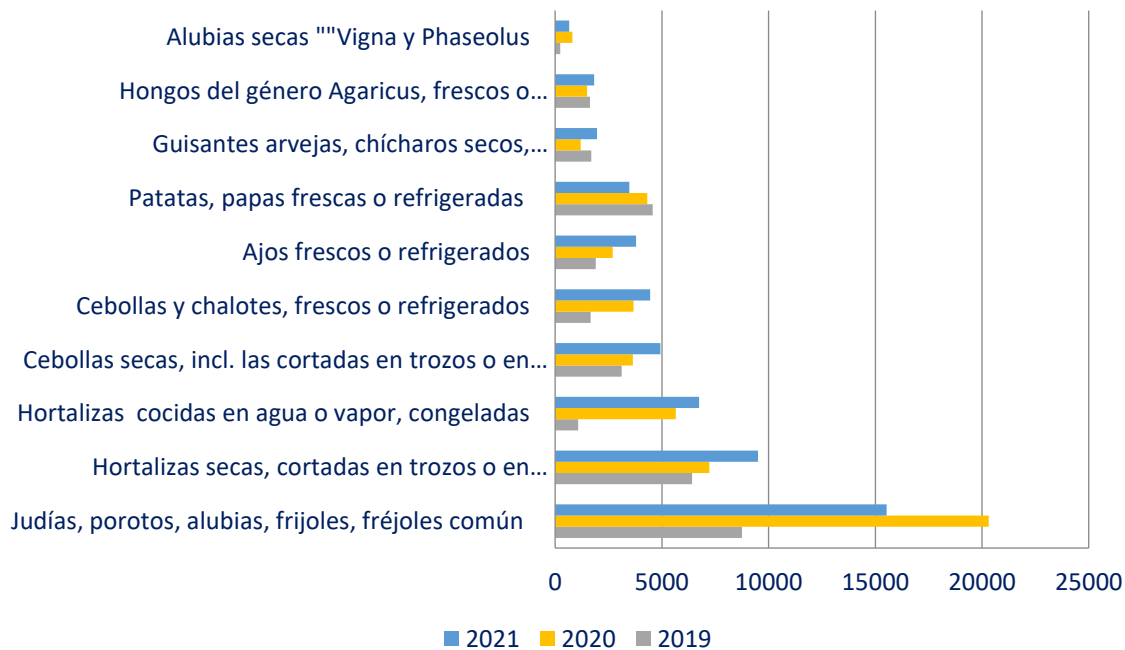
- Judías, porotos, alubias, frijoles, fréjoles común
- Hortalizas secas, cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación
- Hortalizas cocidas en agua o vapor, congeladas
- Cebollas secas, incl. las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas
- Cebollas y chalotes, frescos o refrigerados
- Ajos frescos o refrigerados
- Patatas, papas frescas o refrigeradas
- Guisantes arvejas, chícharos secos, desvainados, aunque estén mondados o partidos
- Hongos del género Agaricus, frescos o refrigerados
- Alubias secas Vigna y Phaseolus

### Ilustración 7 Principales Prod. Importados 2021 hortalizas

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap.

Para el año 2021, Guatemala importó US\$26,605,961,000 millones de dólares, 46% más que lo importado durante el año 2020; el producto de mayor crecimiento respecto al año 2020 fueron los guisantes, arvejas, chícharos que crecieron en un 64% y cuya importación ascendió a US\$1,962,000 dólares, los ajos frescos también han tenido un aumento de 41% con importaciones que ascienden a US\$3,793,000 dólares; Por otro lado las cebollas experimentaron un crecimiento del 21 % con importaciones de US\$4,455,000 dólares. El producto que más importa Guatemala del capítulo 07 son los porotos/frijoles que representan US\$15,531,000 de dólares, la patata ha sido de los productos que han tenido un decrecimiento considerado del 19%. En la gráfica se evidencia que todos los productos han experimentado un crecimiento durante el año 2021 a excepción de las papas y las judías.

**Serie de importación de top 10 productos del capítulo 07 hortalizas, plantas, raíces y tubérculos año 2021 cifras en miles de dólares**



**Ilustración 8 Top 10 serie de importación en dólares**

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

A diferencia de la partida 08 correspondiente a frutas, la partida 07 correspondiente a hortalizas muestra una mayor diversidad de orígenes de importación. En la partida 08 se observa que son dos los competidores más relevantes. No obstante, para la partida 07, aunque China y Estados Unidos cuentan con la porción más grande del mercado, países como Nicaragua y México también abastecen otra buena parte. A diferencia del capítulo 08, Perú no figura dentro de los 10 principales países de importación de hortalizas, pues se encuentra en el puesto número 19 con solo US\$212,000 dólares.

Para el año 2021, Guatemala importó US\$16,844,000 millones de dólares en hortalizas desde China 30.1% más que lo importado durante el año anterior. En el caso de Estados Unidos las importaciones ascendieron a US\$13,843,000 dólares, con un crecimiento de 34.7%. Es importante hacer mención que Guatemala no tiene un tratado de libre comercio con China, lo que hace que el arancel medio de pago por producto importado sea de 14.2%, similar al de Perú, versus Estados Unidos, que sí cuenta con un tratado y su arancel medio es de 1.3%.

### Principales países de importación de Guatemala para capítulo 07 hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios año 2021

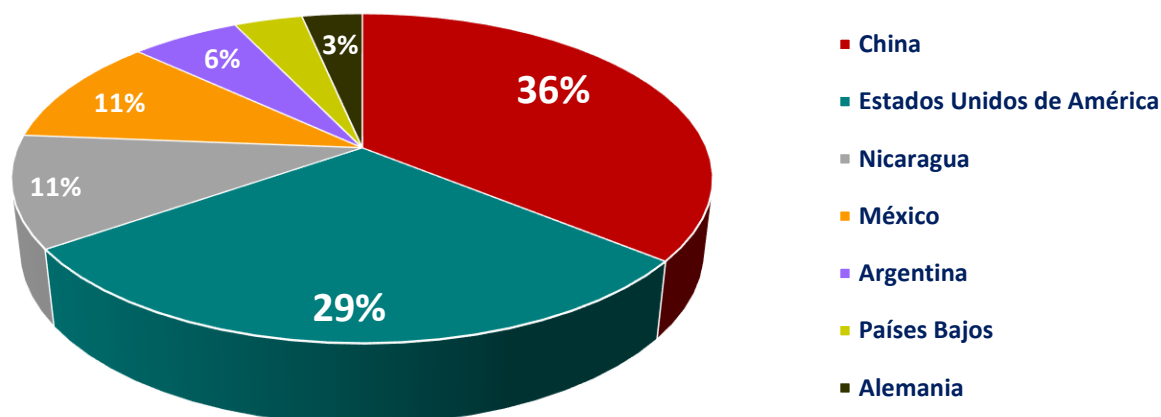


Ilustración 9 Principales países de importaciones Guatemala 2021

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

Esto evidencia, que, a pesar de no tener un TLC con Guatemala, China sigue siendo el socio más relevante en cuanto a proveeduría de hortalizas al país. En este sentido, se puede entender que las empresas son más flexibles en cuanto a la importación de hortalizas y que sus criterios de negociación van más allá de evaluar si los países tienen un tratado de libre comercio, ya que se prioriza la capacidad de abasto que el país puede brindar al mercado.

En el caso de Nicaragua y México, ambos países con tratados con Guatemala, se encuentran en el top cinco de principales socios. Las importaciones de Nicaragua ascienden a US\$5,144,000 dólares, los productos de Nicaragua ingresan al mercado pagando 0% de arancel. Mientras que las importaciones de México que ascienden de US\$5,001,000 dólares ingresan al mercado con un arancel medio de 4.6%.

Durante las entrevistas muchas empresas desconocían la oferta exportable de hortalizas que posee Perú. Este es un tema relevante, pues muchas empresas mostraron interés en conocer sobre esta categoría, ya que la dependencia hacia china ha sido completa debido a las disrupciones en las cadenas logísticas y el costo de flete, lo que hace que Perú sea una alternativa cercana e interesante para estos productos. Actualmente el único producto de esta categoría que se encuentra posicionado en Guatemala es el espárrago.

Del capítulo 09 correspondiente a especias y la parte de géneros capsicum, café y té; Guatemala ha tenido un crecimiento interanual entre el año 2020 y 2021 de un 46%; lo que

más importa Guatemala de este capítulo es canela en rama, cuya cantidad asciende a US\$4,443,000 dólares. No obstante, respecto al año pasado la importación de este producto ha decrecido en un 30%.

### Principales países de importación de Guatemala para partida 07: Café, té, yerba mate y especias año 2021

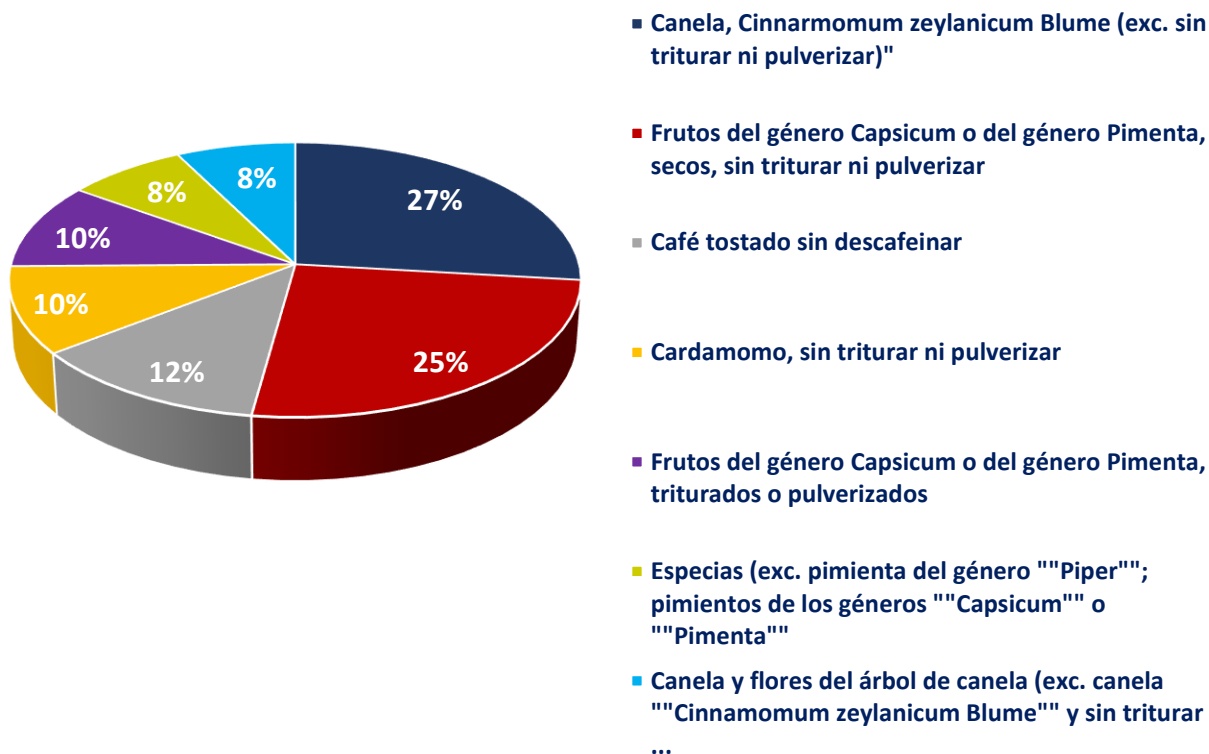


Ilustración 10 Principales países de importación Café, té y otros.

Fuente: Elaboración propia con Trademap

En el caso de los productos de frutos del género capsicum o del género pimienta incluidos secos, sin triturar ni pulverizar el crecimiento ha sido sostenido y cuentan con un crecimiento de 20%, cuya importación asciende a US\$4, 202,000 dólares. Mientras que la importación de estos mismos productos capsicum triturados o pulverizados ha tenido un crecimiento del 37% y las importaciones ascienden US\$1,678 dólares. Esto significa que en Guatemala se importan más productos capsicum en formato seco y entero.

Otros productos importados son el café tostado sin descafeinar que ha tenido un crecimiento del 51% y cuyas importaciones ascienden a US\$2,043,000 dólares. Mientras que el cardamomo sin triturar ni pulverizar decreció en un 21% y representó US\$1,700,000 dólares en importación.

### Serie de importaciones de top 10 productos del capítulo 09: Café, té, yerba mate y especias año 2021

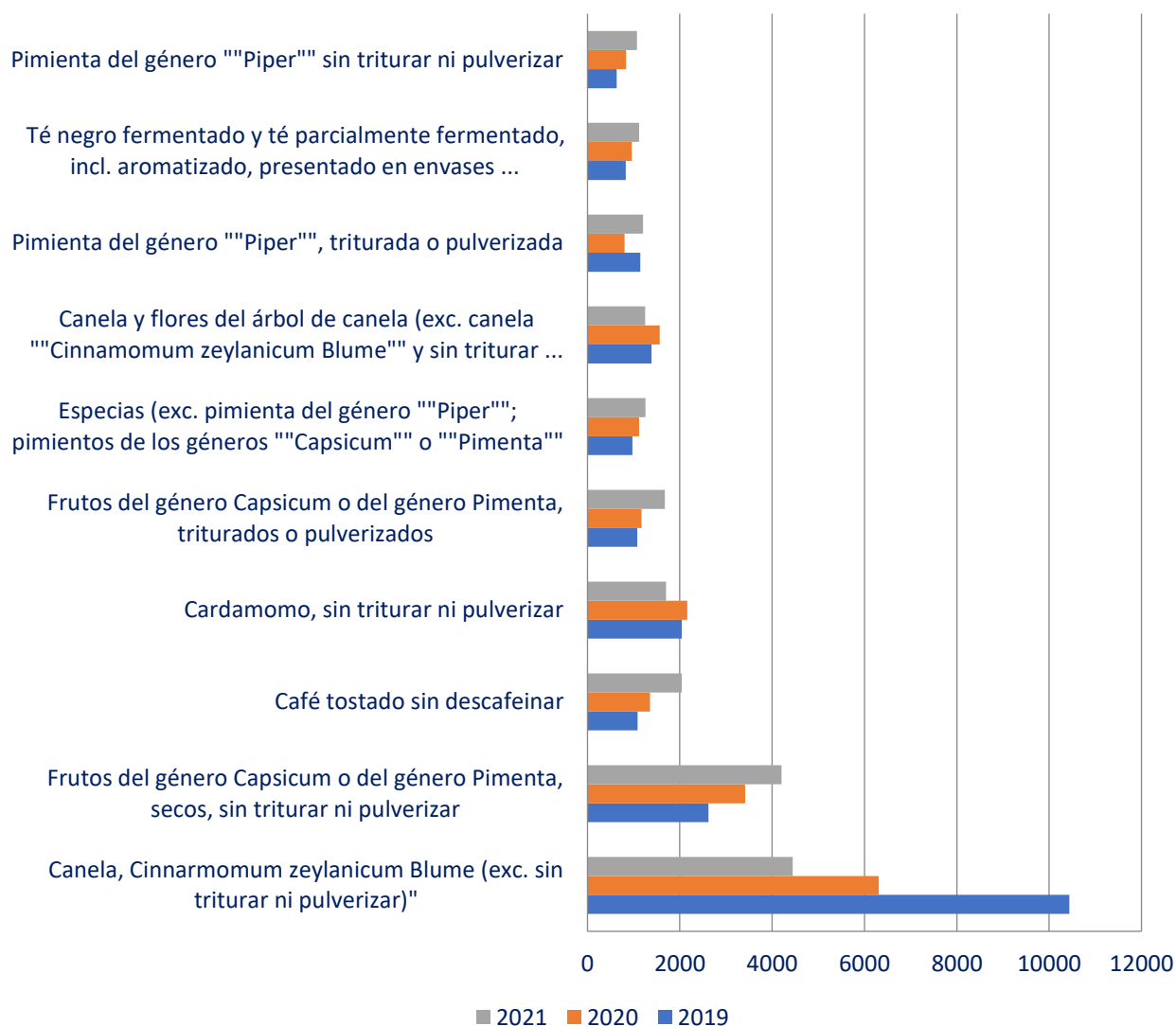
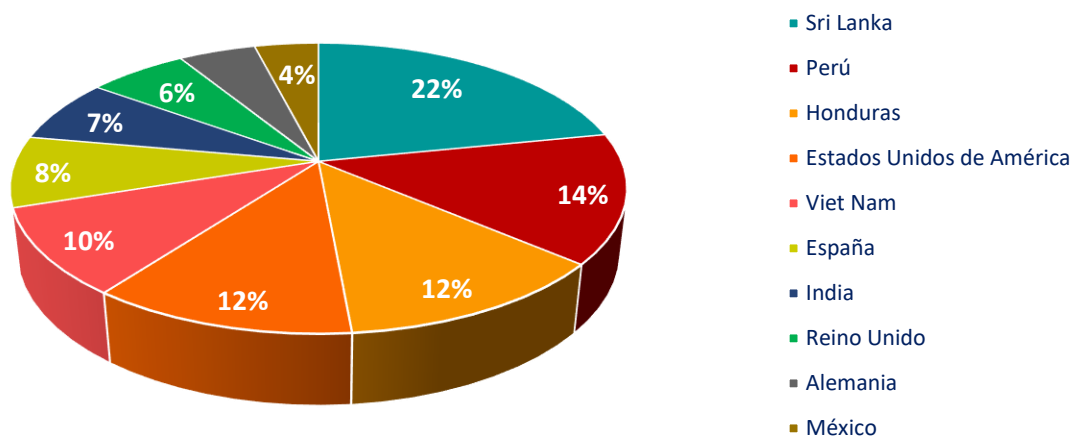


Ilustración 11 Top 10 Importaciones Serie en dólares

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

En el caso de la importación de productos del capítulo 9, la canela ha sido el producto que a través del tiempo ha sufrido de un decrecimiento año con año. En contraposición de los productos Capsicum que a través de los años han ganado más mercado y las importaciones se han incrementado.

### Importación de productos del capítulo 09: Café, té, yerba mate y especias año 2020 - 2021 - 2022



**Ilustración 12 Importación Prod. Café, té y otros últimos tres años.**

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

Perú y Sri Lanka son los principales países que proveen a Guatemala de productos del capítulo 09. Al igual que en el capítulo 07 los países proveedores de género capsicum y especias están mucho más diversificados que los países que abastecen de fruta. Para el capítulo 09 Sri Lanka y Perú son los principales proveedores de Guatemala, los productos de ambos países ingresan con un arancel medio de 11.6%. En el caso de Sri Lanka su participación en las importaciones de Guatemala es de 18.4% y las importaciones de este país ascienden a US\$4,778,000 dólares. Mientras que Perú tiene una participación del 12.1% con importaciones que para el 2021 ascienden a US\$3,145,000 dólares.

Otros países relevantes en la proveeduría de estos productos son Honduras con una participación de mercado del 10.4%, Estados Unidos de 9.9%, ambos con tratado de libre comercio y un arancel medio de 4%; Vietnam 8.1%; España 6.7%. Lo interesante nuevamente en este caso, es que al igual que con las hortalizas, los productos capsicum y especias las importaciones provienen en su mayoría de dos países con los cuales Guatemala no tiene un tratado de libre comercio. Esto nuevamente es un indicio que puede corresponder al conocimiento que los importadores tienen de la oferta exportable de los países, lo que implica que el factor de contar con un TLC no es tan relevante como en el caso de las frutas.

### 3.4 Importaciones del País desde Perú

Para el año 2021 Perú se encontró en la posición número 31 como socio comercial de Guatemala para sus importaciones, lo que representa una participación de mercado del 0.4% con una balanza comercial a favor de Perú. Las importaciones de Guatemala desde Perú ascienden a US\$101,331,000 dólares. El crecimiento de las importaciones entre el año 2020 y el año 2021 fue de 33%.

**Tabla 4 Top Prod. Importados de Perú**

N°	S.P.A Productos importados	Valor 2021	N°	Productos importados	Valor 2021
1	271012 "Aceites ligeros y preparaciones, de petróleo o de minerales bituminosos"	\$ 12,243,000	11	961900 "Compresas y tampones higiénicos, pañales para bebés y artículos similares, de cualquier materia"	\$ 1,622,000
2	790111 "Cinc en bruto, sin alear, con un contenido de cinc >= 99,99% en peso"	\$ 10,030,000	12	851712 "Telefonía celular ""teléfonos móviles"" o radiotelefonía"	\$ 1,612,000
3	080610 Uvas frescas	\$ 8,630,000	13	401120 "Neumáticos ""llantas neumáticas"" nuevos de caucho, de los tipos utilizados en autobuses"	\$ 1,374,000
4	392190 "placas, láminas, hojas y tiras, de plástico, reforzadas, estratificadas"	\$ 3,942,000	14	392310 "cajas, cajones, jaulas y artículos similares para transporte o envasado, de plástico"	\$ 1,361,000
5	151190 "aceite de palma y sus fracciones"	\$ 3,475,000	15	150710 "Aceite de soja ""soya"" en bruto, incl. desgomado"	\$ 1,359,000
6	090421 "frutos del género Capsicum o del género Pimenta, secos, sin triturar ni pulverizar"	\$ 3,094,000	16	490199 "libros, folletos e impresos"	\$ 1,283,000
7	030617 "camarones y langostinos congelados, incluso ahumado, incluso pelados o no"	\$ 2,956,000	17	732620 "artículos de hierro o acero"	\$ 1,234,000
8	230120 "Harina, polvo y ""pellets"", de pescado o de crustáceos, de moluscos o demás invertebrados"	\$ 2,193,000	18	300420 "Medicamentos, que contengan antibióticos, dosificados ""incl. los administrados por vía transdérmica"	\$ 1,113,000
9	190531 "galletas dulces (con adición de edulcorante)"	\$ 1,947,000	19	481159 "papel y cartón, coloreados o decorados en la superficie o impresos, recubiertos, impregnados"	\$ 925,000
10	392020 "placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros no celulares de propileno y sin esfuerzo, estratificación."	\$ 1,624,000	20	550630 "fibras discontinuas acrílicas o modacrílicas, cardadas, peinadas o transformadas de otro modo ..."	\$ 893,000

En la tabla anterior se detalla el top 20 de productos importados por Guatemala desde Perú. El principal producto de importación es el aceite y preparados de petróleo cuya cifra asciende a US\$12,243,000 dólares e ingresa con un arancel del 3%, no obstante, la participación en las importaciones de Guatemala es solo del 1%. Mientras que el segundo producto de mayor importación es el cinc en bruto cuya importación asciende a US\$10,030,000 dólares con una participación en las importaciones de Guatemala del 99%

Dentro de los productos alimenticios que más importa Guatemala están los camarones y langostinos congelados con una participación de mercado del 7%, arancel medio del 13% e importación de 673 toneladas. Seguido de ello se encuentra la harina en polvo y pellets de pescado o crustáceos con participación del 4% y arancel medio del 15%. Otro producto con potencial son las galletas dulces. Actualmente la importación de este producto desde Perú tiene una participación de mercado del 4% y paga un arancel medio del 15%.

Otros productos interesantes que Guatemala importa desde Perú son los plásticos de polipropileno, los cuales ingresan al mercado con un 15% de arancel similares a las frutas, pero cuya importación asciende a US\$3,942,000 dólares. Las compresas y tampones higiénicos, pañales de bebés y artículos similares, también forman parte de la lista de productos importados por Guatemala desde Perú. Sin embargo, a pesar de estar en el top 20, la participación de Perú en este mercado es del 2% y los productos pagan un 11%.

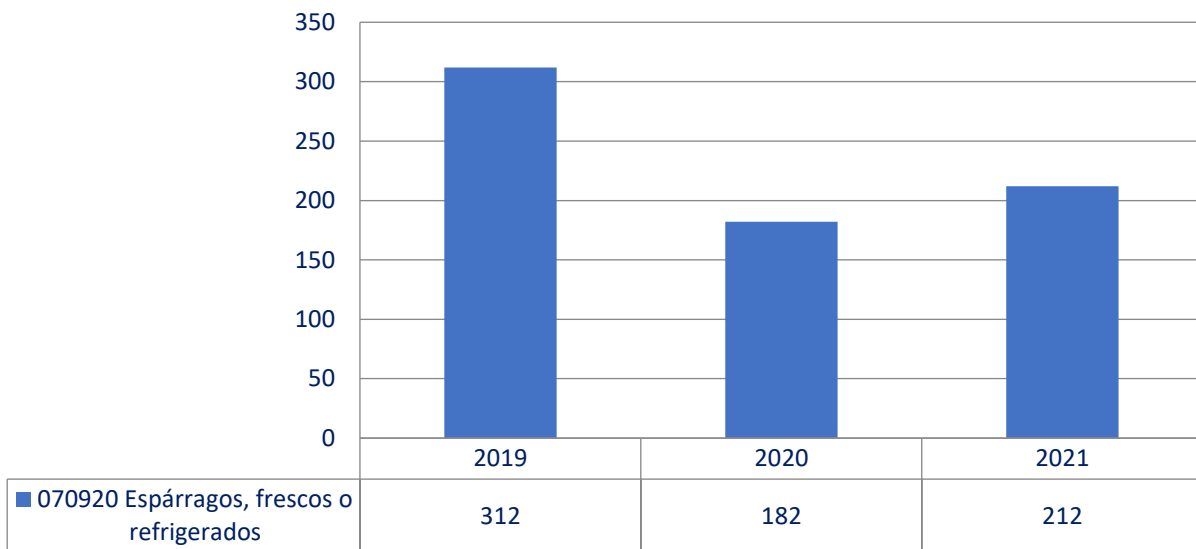
En cuanto a los sectores que abarca el estudio; son las uvas frescas quienes lideran los productos que se importan desde Perú, estas cuentan con una participación en el mercado del 34% ingresando con un arancel medio del 15%. Guatemala llegó a importar para el año 2021 4,186 toneladas de uvas. Por otro lado, se encuentran los frutos de género Capsicum, los cuales tienen una participación de mercado del 74% ingresando con un arancel medio del 10% e importando 880 toneladas.

El top 20 de productos importados por parte de Guatemala desde Perú tienen en promedio un arancel de ingreso del 6.2%. Sin embargo, este varía según los productos. En el caso de frutas es del 15% mientras que para hortalizas y productos capsicum y especias el arancel oscila entre 13% a 10%.

## Importaciones capítulo 07 hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios

Guatemala únicamente importa espárragos desde Perú correspondiente al capítulo 07. Las importaciones totales de Guatemala para el año 2021 fueron de US\$226,000 dólares, de estas desde Perú se importaron US\$212,000 dólares, además de que Perú cuenta con una participación de mercado del 94%, lo que quiere decir que gran parte de los espárragos importados a Guatemala son peruanos, mientras que el resto provienen de países como México. A través de la gráfica se puede observar que a partir del 2019 las importaciones de espárrago comienzan a bajar. Este fenómeno obedece a la disrupción en las cadenas logísticas mundiales, pues los espárragos al igual que las berries suelen viajar por vía aérea. Sin embargo, tras la pandemia se elevaron los costos de los envíos y la disponibilidad de espacio para carga aérea se hizo más compleja, lo que no hacía viable mantener la importación de productos perecederos de Perú con flete más caros y tardados. El decrecimiento de la importación de este producto ha sido de un 4% anual desde el 2017 hasta el 2021.

**Importaciones desde Perú del capítulo 07 hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios cifras en miles de US\$**



**Ilustración 13 Importaciones hortalizas desde Perú dólares**

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

### Importaciones desde Perú del capítulo 08 frutas y frutos secos comestibles, cáscaras de cítricos o melones cifras en miles de US\$

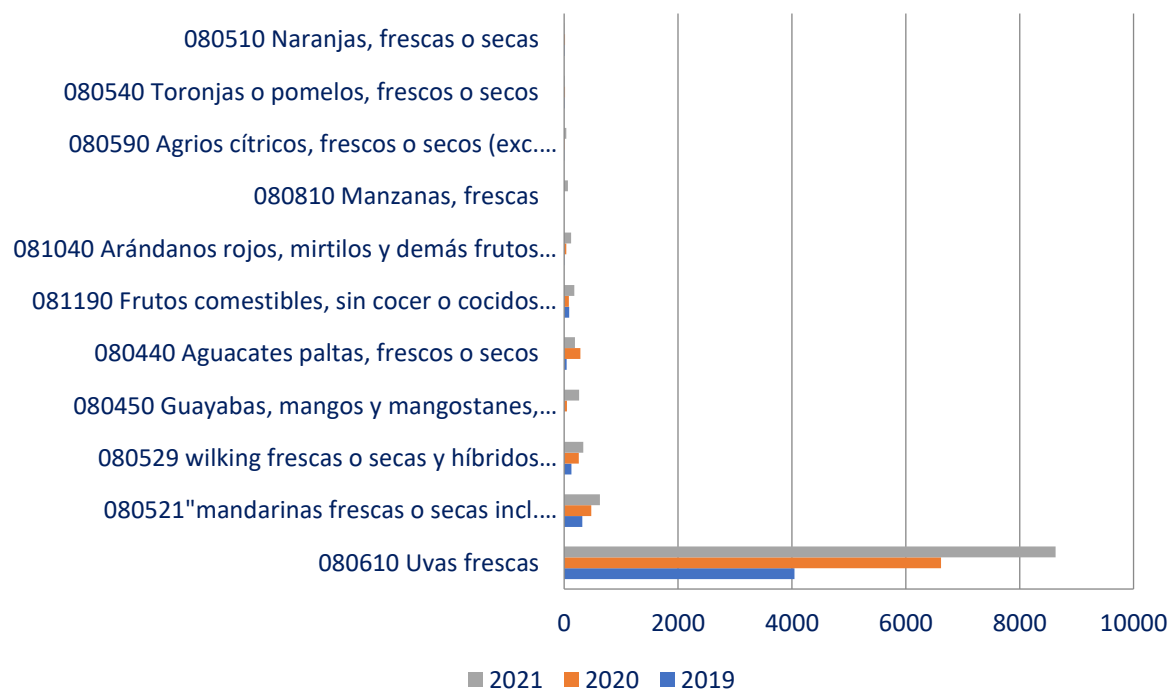


Ilustración 15 Importaciones hortalizas desde Perú dólares

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

De las 11 frutas en las que se focaliza el estudio, solo cuatro forman parte de los 11 principales productos que Guatemala actualmente importa desde Perú, estas son uvas, manzanas, arándanos, mandarinas y cítricos, mismos que fueron mencionados por los principales importadores y comercializadores de fruta en el país.

De estos productos las uvas tienen el inminente liderazgo en las importaciones del país, teniendo un crecimiento exponencial, actualmente las importaciones de uva ascienden a US\$8,630,000 dólares al año con una participación en las importaciones de Guatemala del 34%. La tasa de crecimiento entre 2017-2021 ha sido del 23% la cantidad importada de uva durante el año 2021 fue de 4,186 toneladas. Seguido de la uva, se encuentran las mandarinas con US\$680,000 dólares y 462 toneladas importadas durante 2021, este producto al igual que las uvas ha tenido un crecimiento del 23% entre 2017 - 2021, pero su participación en las importaciones de Guatemala es del 60%, mucho mayor que la uva (debido a la competencia de otros mercados como EE.UU y Chile)

El tercer producto más importado son las wilking frescas o secas (agrios) las cuales son variantes de las mandarinas, para el 2021 la importación de este producto representó US\$334,000 dólares con una participación de mercado del 89% y de 294 toneladas. Las importaciones de fruta desde Perú evidencian que aún existe un fuerte desconocimiento de la oferta exportable peruana. Adicional, existen productos que aún tienen gran potencial de crecimiento como lo es la uva, las wilking y las mandarinas.

El caso de la partida 080450 de Guayabas, mangos y mangostanes es curioso, pues es a partir del 2020 que Guatemala comienza a importar este producto de forma incipiente con apenas US\$50,000 dólares y 261 toneladas. Un caso similar sucede con los arándanos rojos, los cuales han tenido un crecimiento de 148% y una participación de mercado del 31%; para el año 2020 las importaciones de arándanos eran de apenas US\$3,000 dólares, para el año 2021 éstas ascendieron a US\$124,000 dólares.

Las manzanas peruanas son un producto que no es tan reconocido en el mercado, no obstante, en el 2021 se pasó de no importar nada a importar US\$68,000 dólares, 39 toneladas, lo que puede ser una oportunidad para ir posicionando este producto en el mercado. Similar sucede con los productos cítricos como las toronjas, naranjas y limones, pues el valor de las importaciones es bajas y la participación del mercado también. No obstante, algunas cadenas de retail comentaron tener interés en explorar proveedores en esta área debido a la escasez que puede llegar a existir de cara a los cambios climáticos.

En el caso de la partida 080450 que corresponde a guayabas, mangos y mangostanes durante el año 2019 no se importaban hacia Guatemala y fue hasta el año 2020 que se comenzó con US\$50,000 dólares y para el año 2021 ha incrementado a US\$261,000 dólares, lo que equivale a 180 toneladas. Perú no se identifica por este tipo de productos en el mercado, por ello se sugiere posicionar el origen de estos productos para ganar espacio en el top of mind del consumidor. Mientras que los aguacates frescos tuvieron un crecimiento de US\$45,000 dólares en 2019 a US\$288,000 en 2020; para el año 2021 esta importación disminuyó a US\$181,000 dólares. Es importante considerar que el principal proveedor de Guatemala para aguacate es México y se suele importar de otros orígenes cuando hay desabastecimiento en el país y en los mercados aledaños.

A continuación, se detalla la información de los 11 productos que actualmente importa Guatemala.

Tabla 5 11 Productos que importa Guatemala

N°	Descripción	Valor 2021	Toneladas importadas 2021
1	'080610"Uvas frescas	\$ 8,630,000	4186
2	'080521"mandarinas frescas o secas incl. tangerinas y satsumas (excl. clementinas)	\$ 628,000	462
3	'080529"wilking frescas o secas y híbridos similares de agrios	\$ 334,000	294
4	'080450"Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	\$ 261,000	180
5	'080440""Aguacates ""paltas"" , frescos o secos"	\$ 192,000	123
6	'081190""Frutos comestibles, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incl. con adición de ...	\$ 181,000	100
7	'081040""Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género ""Vaccinium"" , frescos"	\$ 124,000	15
8	'080810"Manzanas, frescas	\$ 68,000	39
9	'080590""Agrios ""cítricos"" , frescos o secos (exc. naranjas, limones ""Citrus limón,	\$ 37,000	37
10	'080540"Toronjas o pomelos, frescos o secos	\$ 10,000	7
11	'080510"Naranjas, frescas o secas	\$ 1,000	1

**Importaciones desde Perú del capítulo 09 capítulo 09: café, té, yerba mate y especias en miles de US\$**

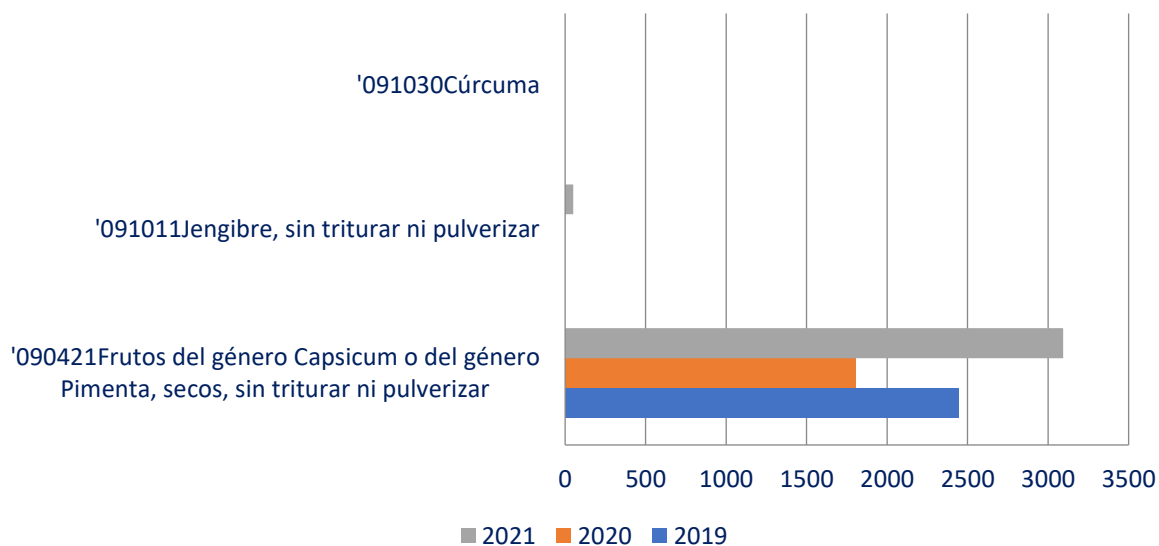


Ilustración 16 Importaciones Café, té otros desde Perú en dólares

Fuente: Elaboración propia con Trademap

Actualmente lo que se importa desde Perú relacionado al capítulo 09: café, té, yerba mate y especias es muy poco en relación con las frutas, lo que significa que existen productos como la cúrcuma y la pimienta que podrían tener una gran oportunidad en el mercado. No obstante, es necesario dar a conocer dicha oferta exportable, ya que gran parte de los importadores la deben de traer de países de otros continentes.

En la gráfica se puede observar que el producto más importado son los del género Capsicum, que incluyen diversos tipos de picantes como chiles guaque| ají ancho | chile pasa. Estos productos se importan a Guatemala como producto seco. La importación de los capsicums desde Perú se eleva a US\$3,094,000 dólares con una tasa de crecimiento anual entre 2017 y 2021 del 18%. Adicional, cuenta con una participación de mercado del 74% y se importaron 880 toneladas. En el caso del jengibre se importaron US\$51,000 dólares y se compraron 15 toneladas. De acuerdo a las entrevistas realizadas a los importadores y retailers el jengibre fue un producto con gran auge durante la pandemia debido a los beneficios para la salud, esto hizo que el producto tuviese un precio elevado, debido a la demanda, no obstante, el mercado es capaz de autoabastecerse ahora que la demanda se ha nivelado.

### 3.5 Análisis de la Competencia

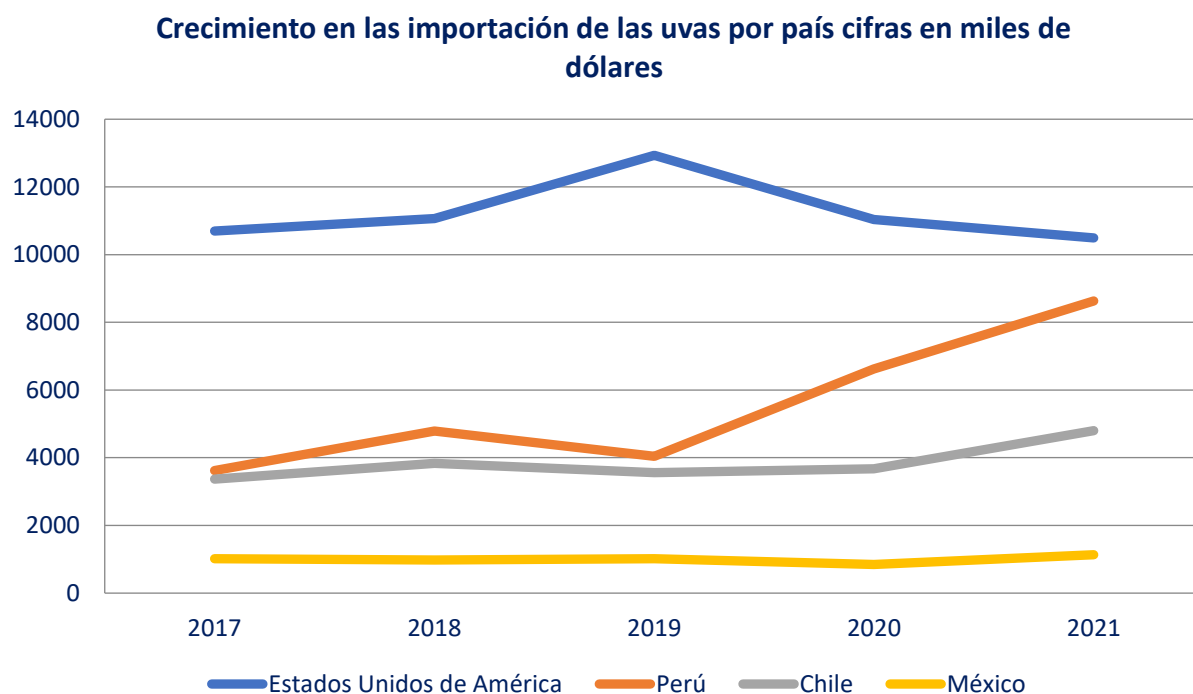
A continuación, se realizará un análisis por producto para conocer las áreas de oportunidad para cada línea y las ventajas que cada competidor presenta frente a Perú.

#### **Frutas**

#### **080610 UVAS**

Los mayores proveedores de uva para Guatemala son Estados Unidos, Perú y Chile. Estados Unidos cuentan con 39.9 % del mercado, Perú ha ganado un 31.8% y Chile un 23.1%.

Las importaciones de Perú ascienden a US\$8,630,000 dólares con una tasa de crecimiento del 30% y pagando un arancel medio de 8.9% a diferencia de Estados Unidos, Chile y México que pagan 0 % de arancel debido a los tratados de libre comercio.



**Ilustración 17 Crecimiento importación de frutas dólares**

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

En la gráfica se puede observar que durante los últimos 5 años Estados Unidos ha sido el país que ha liderado las importaciones de uva en Guatemala. No obstante, a partir del año 2020 ha tenido una tendencia a la baja, esto responde en parte a la oferta de uva en Estados Unidos, la cual se ha visto afectada por cambios climáticos, lo que genera desabastecimiento. Perú, siendo el segundo proveedor más importante para Guatemala ha logrado capitalizar la situación de Estados Unidos y ha crecido en su participación de mercado.

Como principal proveedor al mercado EE.UU. abastece de uvas unifruitti thompson, súper sweet, uvas air chief, premium air. El costo promedio de la uva de Estados Unidos es de US\$2.17 dólares el kilo. Desde Perú se importan uvas sweet globe, red globe, gold sweet, agoimex sweet, costco jacks salute, uva sugar crisp cat, global claro, variedad ifg ten; el precio promedio de la uva peruana durante el año 2022 ha sido de US\$2.12 dólares el kilo. Ambos países ingresan las uvas a través del puerto del Pacífico, siendo Puerto Quetzal.

Actualmente, Chile es el proveedor de uva que ofrece una mayor variedad de producto, pues abastecen al mercado de red globe, arra fruit, royal red, carton black, thompson seedless class, table grapes sugarone, globe bauza, krissy, frescas autumn, variety black, camino crimson. El precio promedio de la uva chilena es de US\$2.10 dólares por kilo.

Por otro lado, México exporta a Guatemala variedad de sweet celebration, royal, red globe. A diferencia de los principales tres proveedores anteriores, México abastece al mercado vía terrestre a través de la aduana Tecún Umán. El precio promedio es de US\$2.70 el kilo.

## **Cítricos y agrios**

En la categoría de cítricos y agrios centrada en la partida 0805 "Agrios, cítricos, frescos o secos", los principales países que abastecen a Guatemala son Estados Unidos (29.4%), Honduras (26.2%), Chile (20.8%), Perú (16.3%) y México (4.1%).

De acuerdo a las estadísticas, las importaciones de los productos cítricos desde el 2017 venían con una tendencia hacia la baja. No obstante, en el año 2020 esta tendencia se revirtió superando en el año 2021 la cifras de lo previamente importado.

A pesar de que las importaciones de Perú estén US\$1,010,000 dólares por debajo de Estados Unidos con 1,823,000 dólares, Perú ha tenido un crecimiento de 27% entre el año 2020 y 2021. Mientras que en Estados Unidos solo ha sido del 7%.

En cuanto a acceso a mercado los productos cítricos que ingresan a Guatemala de parte de Estados Unidos y Honduras lo hacen pagando 0 % de arancel; en el caso de Chile pagan un promedio de 8.9%; mientras que México y España un 10.9%. Esto hace que Perú sea el país que tiene establecido un arancel medio más grande con un promedio de aproximadamente 15%

### Crecimiento en las importación de cítricos y agrios por país cifras en miles de dólares

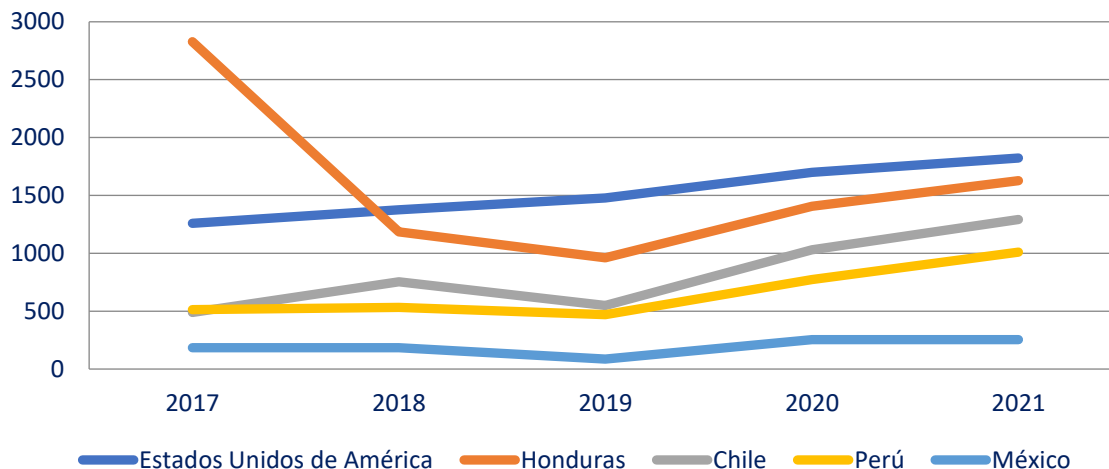


Ilustración 18 Crecimiento importación cítricos dólares

Fuente: Elaboración propia con cifras de Trademap

En la gráfica se puede observar como todos los productos cítricos y agrios siguen una tendencia clara en las diferentes dimensiones de abastecimiento hacia Guatemala. A diferencia de México, todos los países proveedores mantienen un crecimiento exponencial a partir de la pandemia, lo cual puede responder al boom del consumo de alimentos altos en vitamina C como prevención al covid-19. Perú al ser el cuarto proveedor más importante tiene espacio para crecer en el mercado. De acuerdo a las entrevistas realizadas a empresas existe el interés de explorar productos como el limón, a pesar de que Guatemala sea un productor, se considera importante tener la opción de Perú ante la escasez en Guatemala.

Sin embargo, la cercanía de Honduras favorece al país centroamericano de mantener su liderazgo en segundo puesto, ya que las importaciones llegan en un tiempo más corto y el flete es terrestre a una distancia más corta. En el caso de Estados Unidos y Chile la ventaja es que al ser proveedores de fruta a Guatemala durante varios años su posicionamiento respecto a oferta exportable es mayor y cuentan con un tratado de libre comercio que permite que sus productos ingresen al país sin pagar un arancel mayor al 5% y en algunas ocasiones sin siquiera pagar arancel.

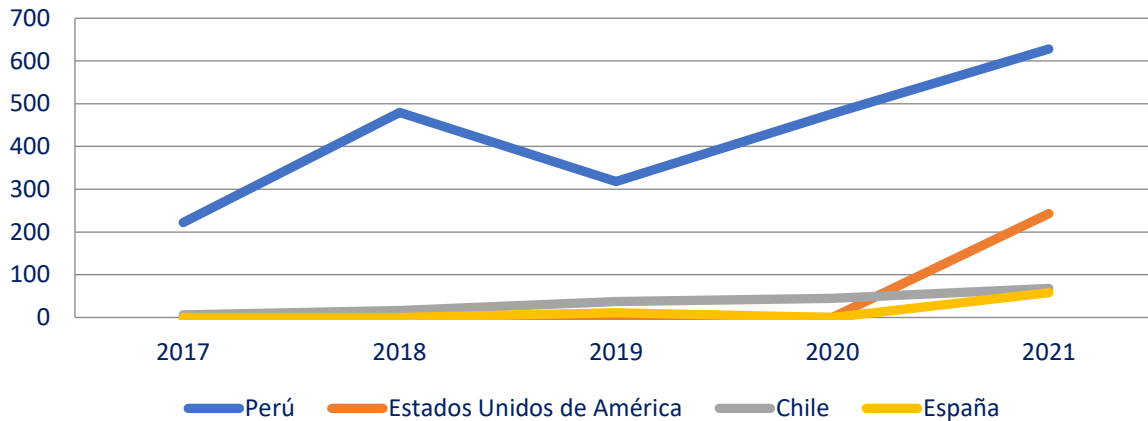
### 080521 MANDARINAS

El crecimiento promedio de las importaciones de mandarinas durante los últimos cinco años ha tenido una tasa promedio de crecimiento del 38%. Para el 2019 la tasa de crecimiento cayó

a números negativos, recuperándose en 2020 y llegando a un ritmo de crecimiento similar al del 2018. Entre el año 2020 y el 2021 las importaciones de Guatemala desde el mundo crecieron en un 70%.

Los mayores proveedores de mandarinas para Guatemala son Perú, Estados Unidos, Chile, España, México y Honduras. En el caso de las mandarinas, Perú tiene un 59.9% de la participación del mercado en Guatemala, seguido de él se encuentra Estados Unidos con una participación del 23.2%, Chile con un 6.2% y España con un 5.5%.

**Crecimiento en las importación de mandarinas por país cifras en miles de dólares**



**Ilustración 19 Crecimiento importación mandarinas dólares**

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

Para el año 2021, Perú exportó 462 toneladas de mandarinas equivalentes a un valor de US\$ 628,000 dólares. Mientras que Estados Unidos, que es el segundo proveedor de Guatemala exporta 137 toneladas lo que asciende a US\$243,000 dólares.

En la gráfica se evidencia que Perú lidera el mercado de mandarinas, el cual se ha venido disparando desde el año 2019. En cuanto al resto de competidores podemos ver como Chile hasta el año 2020 se perfilaba como el segundo competidor más fuerte. Sin embargo, para el año 2020 países como Estados Unidos y España han alcanzado y sobrepasado a Chile.

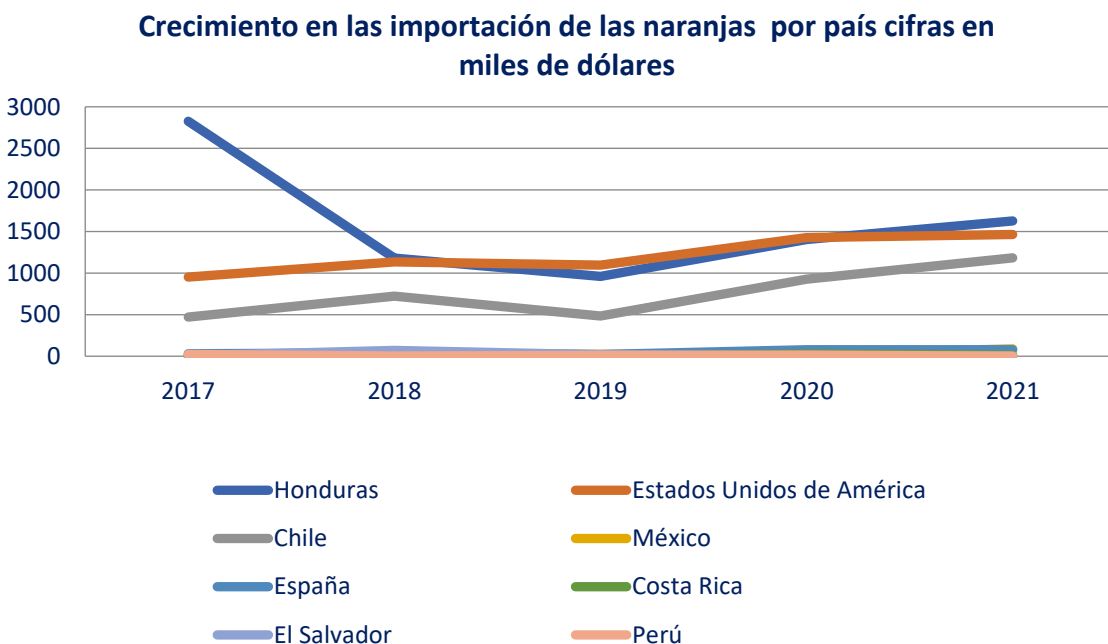
A diferencia del resto de competidores, Perú no cuenta con un tratado de libre comercio. No obstante, la mandarina peruana ha sido un producto posicionado entre los importadores y retailers por su excelente calidad, empresas como Walmart han desarrollado campañas en conjunto con proveedores para promoverla como un snack saludable, lo que les ha permitido mantener su liderazgo en esta línea. La mandarina es un ejemplo de cómo Perú sin tener un tratado de libre comercio puede posicionar su producto por encima de otros provenientes de países que si cuentan con exenciones arancelarias.

## 080510 NARANJAS

La importación de naranjas entre el año 2020 y 2021 ha tenido un crecimiento del 12%, sin embargo, esto no se compara con el crecimiento entre 2019 y 2020 de un 41% de importaciones. Actualmente los principales proveedores de naranja de Guatemala son Honduras (36.5%), Estados Unidos (32.8%), Chile (26.5%). Luego de estos tres mercados sigue una participación más pequeña de mercados como México (2%), España (1.7%), Costa Rica (0.4%) El Salvador y finalmente Perú con apenas una tonelada exportada en 2021.

Los principales proveedores de Guatemala son países que cuentan con tratado de libre comercio con el país.

A diferencia de las mandarinas Perú no tienen mayor presencia en categoría de naranjas en Guatemala, lo que resulta curioso, ya que al igual que la mandarina los principales proveedores de naranja son los mismos países. En el caso de Perú que para el año 2021 únicamente exportó a Guatemala US\$1,000 dólares; la tendencia de importación ha ido a la baja; pues en 2017 Perú exportaba US\$22,000 dólares de mandarinas, en 2018 esto se redujo a US\$3,000 dólares, en el año 2020 subió la importación a US\$13,000 dólares y en 2021 se volvió a reducir; por lo que parece que Perú realiza un esfuerzo aislado por posicionar este producto en el mercado.



**Ilustración 20 Crecimiento importación naranjas dólares**

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

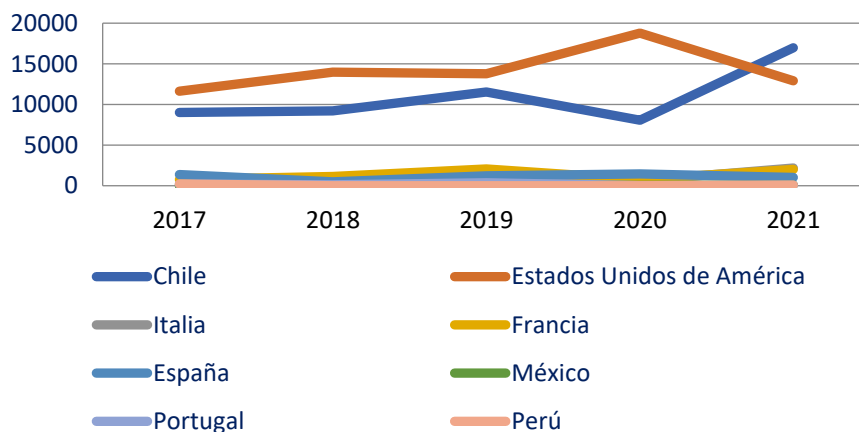
Las naranjas que se importan a Guatemala desde Chile son tipo navel o santa cruz navel. El costo promedio por kilo es de US\$1.28. Estados Unidos que es el principal proveedor es quien brinda una mayor variedad al mercado, entre las clases de naranja que comercializa están: navel, fancy classy, suntreat, 40 fancy, la mayoría se importan por Puerto Quetzal y el costo promedio es de US\$1.48 dólares. México es otro mercado que ha ganado relevancia, pues las naranjas ingresan por la frontera terrestre de la Mesilla y el costo promedio es de US\$0.13 el kilo. En el caso de España las variedades que se importan son navelina y lane late; el precio promedio es de US\$1.45 dólares el kilo.

## 080810 MANZANAS

En el caso de la manzana las importaciones entre el año 2020 y 2021 han incrementado un 17%. Desde el 2017 las importaciones de manzanas han ido en incremento. Chile es el principal proveedor con una participación de mercado del 47.5% exportando 16,778 toneladas a un valor de US\$19,021,000 dólares. Seguido de Estados Unidos con participación de mercado de 38.7%, 10,627 toneladas y US\$15,522,000 dólares. Luego de estos dos países los proveedores hacia Guatemala tienen una participación de mercado menor al 6% entre estos se encuentra Italia, Francia, España, México, Portugal y por último Perú.

Los principales productos de importación en la categoría de frutas en Guatemala son las uvas y las manzanas. En el caso de las manzanas se ve una diversificación de proveedores, esto como respuesta a la necesidad de los importadores de mantener variedades de manzanas, durante todo el año. De las conversaciones con los importadores y retailers, así como mayoristas, todos indicaron que la variedad que más se consume en el país es la red gala.

**Crecimiento en las importación de manzanas por país  
cifras en miles de dólares**



**Ilustración 21 Crecimiento importación manzanas dólares**

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

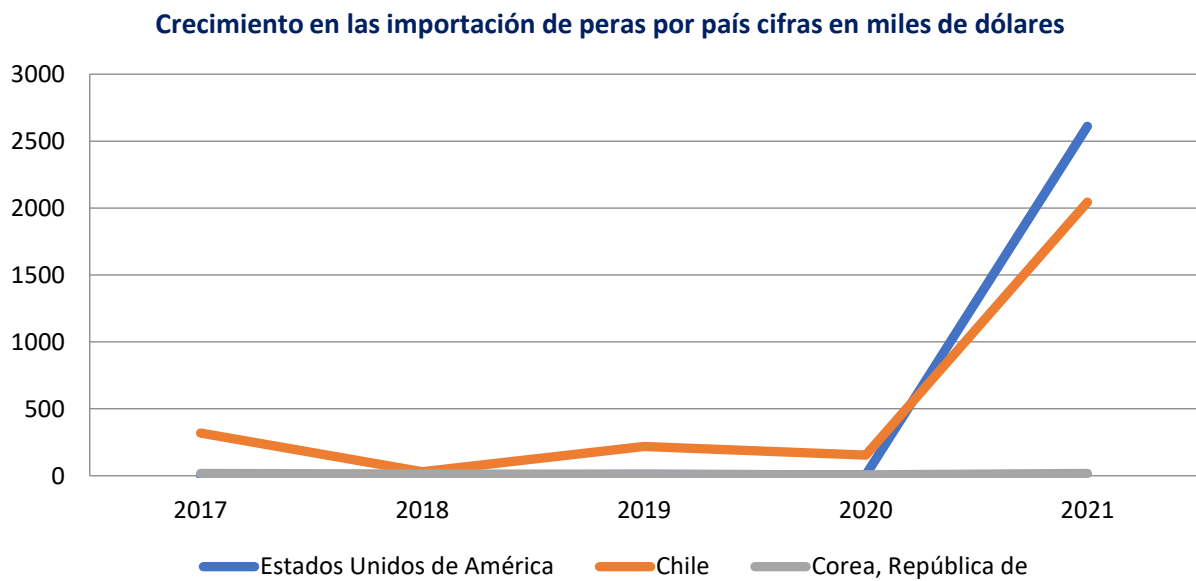
Las manzanas importadas desde Chile son en su mayoría royal gala, gala, granny smith, blookfield, fuji, red delicious, ambrosia, diamon, greenex azul, raku, pink lady calibre 150 el precio promedio es de US\$ 1.24 dólares por kilo.

En cuanto a Francia las variedades son gala harmonie, blue whale, royal bushel maritime, a diferencia de Chile las manzanas ingresan por San Tomás y el precio promedio es de US\$1.27 Kilos por dólar. En el caso de Estados Unidos el precio promedio es de US\$1.24 dólares por kilo, adicional a las variedades de Chile y Francia, Estados Unidos también exporta ranch Premium, uscy opal, gala heavy, wax red delicious, trout con un precio promedio de US\$1.24 por kilo.

Al momento de conversar con las empresas muchas desconocían que Perú tenía oferta exportable de manzana y peras; para esta categoría de productos es importante hacer el ejercicio de precios, ya que, a diferencia de Estados Unidos y Chile, Perú debe de contemplar un arancel de aproximadamente 15% versus el 2.9% y 1.1% que pagan sus competidores, así como el precio de flete.

### 080830 PERAS FRESCAS

Guatemala se abastece de peras a través de 3 principales países, Estados unidos (55.9%), Chile (43.8%) y Corea (0.4%).



**Ilustración 22 Crecimiento importaciones peras dólares**

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

Al igual de con las manzanas, Estados Unidos y Chile lideran el mercado. Sin embargo, el producto sigue una tendencia similar al de las naranjas, pues la importación de Pera venía en disminución desde el año 2017. Sin embargo, para el año 2020 esta comenzó a recuperarse, marcando en el año 2021 un incremento del 234% pasando en el año 2020 de importar US\$ 451,000 dólares al 2021 con US\$4,671,000 dólares.

Para el año 2021 el valor importado aumentó llegando a representar un crecimiento de 626% para Estados Unidos con un valor que asciende a US\$2,611,000 dólares y una participación de mercado del 55.9%. Mientras que Chile para el año 2021 creció un 258% importando un total de US\$2,044,000 dólares con 43.08% de mercado. Finalmente, Corea, es el tercer país proveedor, pero con una participación muy por debajo que la de Chile y Estados Unidos llegando a 0.4% con una importación de US\$17.000 dólares y un crecimiento de 81% de cara al año 2020.

Las variedades de peras que se importan en Guatemala son golden bosc, anjou, red bosc, beurré bosc, flamingo calibre 70, forelle ctn, Asia hosui, rivermaid. El precio promedio de las peras de EE.UU son de U\$1.45 dólares el kilo; El precio promedio en el caso de Chile es de US\$ 1.38 dólares el kilo de pera.

## **081050 KIWIS**

Los principales países que abastecen a Guatemala de Kiwis por orden de relevancia son: Chile (48.3% participación de mercado), Italia (38.8%), Nueva Zelandia (9.4%) y Estados Unidos (3.4%).

Nuevamente vemos la tendencia al alza en importación de frutas a partir del año 2020. En el caso del Kiwi, únicamente Estados Unidos presenta un decrecimiento, mientras que Chile, Italia y Nueva Zelandia muestran un alza. El Kiwi, al igual que las cerezas y los arándanos son productos considerados gourmet por lo que tienen un precio más elevado y quienes suelen consumirlo más es el sector HORECA. En este caso ha sido Chile el país que más ha mostrado diversidad en su oferta exportable posicionando diversos productos en el mercado. Italia ha ganado relevancia. Durante el segundo semestre del año los kiwis que se encuentran en el mercado tienen como origen Nueva Zelandia.

### Crecimiento en las importación de kiwis por país cifras en miles de dólares

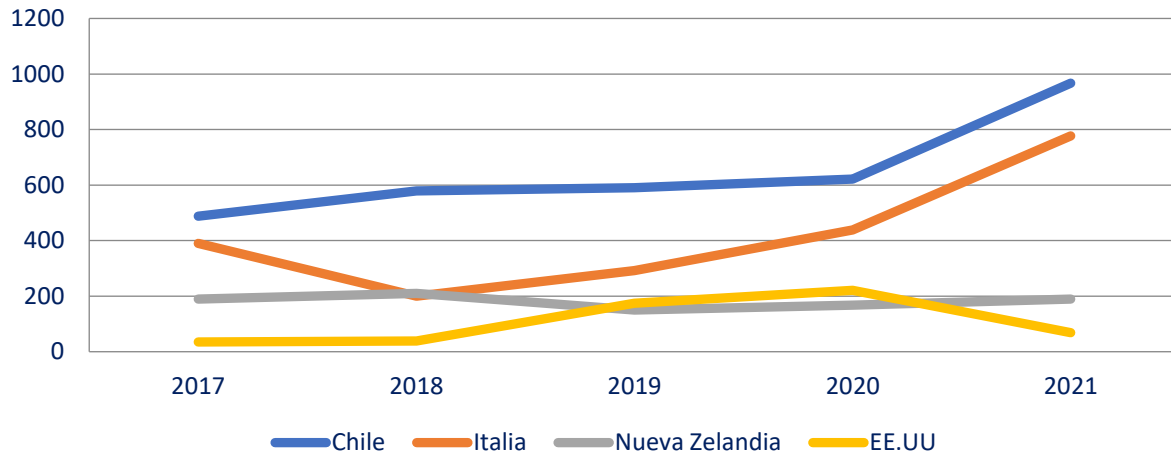


Ilustración 23 Crecimiento importación kiwis dólares

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

En este caso, Perú no figura dentro del top 10 de países proveedores de Guatemala, siendo este un producto de gran oportunidad. En el caso de la importación de Chile los kiwis no pagan arancel, Italia si paga un arancel del 10.5% mientras que Nueva Zelandia paga el 15% esto significa que en Guatemala las empresas importan el producto de acuerdo a la temporada, por ello muchos priorizan estar abastecidos todo el año que a reducir costo de productos o negociar únicamente con quien se tiene un tratado de libre comercio.

### 080929 CEREZAS

La importación de cerezas ha sido reciente en Guatemala. Este no es un producto de gran consumo y normalmente se encuentran en el mercado durante noviembre y diciembre. Las cerezas chilenas fueron las primeras en ingresar al mercado, debido a la estrategia de Chile en diversificar mercado. Estados Unidos tampoco ha sido la excepción. Lo interesante en esta gráfica es que en el año 2020 se ve una caída fuerte, de cara a la pandemia y la incertidumbre lo que implicó una reducción en la importación de este tipo de productos, que para el 2021 tuvieron una fuerte reactivación junto al consumo y las medidas más flexibles de los gobiernos. Las cerezas también son un producto que junto a las berries tienden a consumirse más dentro del canal horeca o tiendas especializadas.

### Crecimiento en las importación de las cerezas por país cifras en miles de dólares

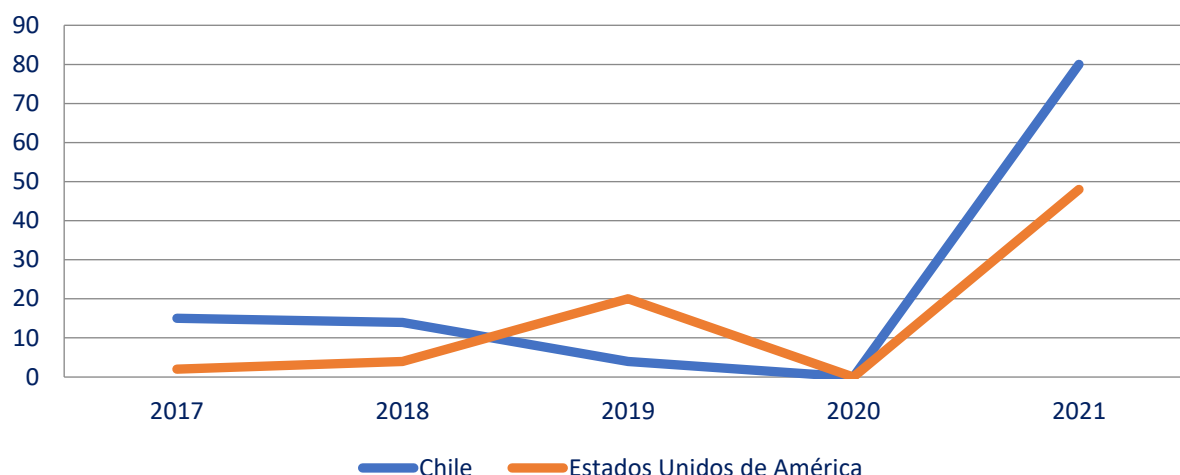


Ilustración 24 Crecimiento importación cerezas dólares

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

En la actualidad Chile tiene el 63% del mercado y Estados Unidos el 37.8%. Actualmente Chile importó en el año 2021 US\$80.000 dólares en cerezas, mientras que Estados Unidos importó US\$48,000 dólares en cerezas.

Muchas de las empresas entrevistadas durante este estudio indicaron desconocer que Perú tiene oferta exportable de cerezas. Al ser un producto de reciente importación muchos de los importadores han hecho negocios con los países que suelen abastecerlos de otras frutas, por ello no es sorpresa que sea Chile y Estados Unidos quienes lideren este mercado.

### 081040 ARÁNDANOS

Los arándanos son productos que han ganado gran relevancia en Guatemala. Estos se encuentran en los mercados, tanto frescos como congelados. La presentación congelada ofrece el producto en bolsa, así como un mix que incluye los arándanos con otros productos como frambuesas, fresas y moras.

Los arándanos, al igual que las cerezas tuvieron una baja en las importaciones durante el año 2020, pero repuntaron en el año 2021 esto debido a que son productos considerados en Guatemala gourmet aunado a que las importaciones de las berries y sus similares ingresan al mercado a través de flete aéreo por lo perecedero del producto, por ello durante pandemia sufrieron de una baja; ya que en este periodo el manejo de transporte aéreo fue complicado, pues las aerolíneas daban prioridad a la carga de pasajeros en lugar de carga comercial y de perecederos.

### Crecimiento en las importación de las naranjas por país cifras en miles de dólares

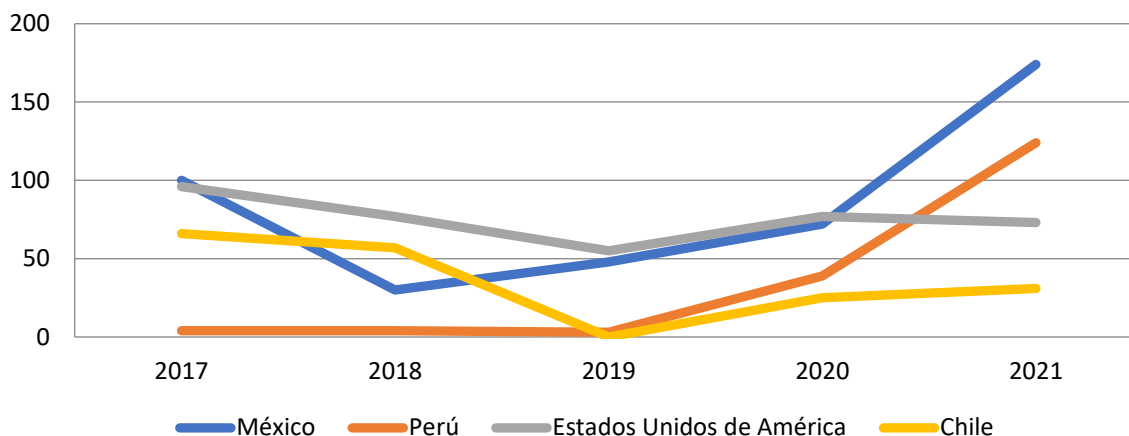


Ilustración 25 Crecimiento importación naranjas dólares

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

Los principales proveedores de arándanos para Guatemala son México con una participación de mercado del 43.2%; Perú que ha ganado cuota de mercado con 30.8%, Estados Unidos un 18.1% y Chile un 7.7%

La mayor parte de los arándanos ingresan al mercado a través del express aéreo. Sin embargo, México que es el principal proveedor lo ingresa por vía terrestre a través de la frontera de Tecún Umán, el precio promedio del arándano mexicano es de US\$7.14 dólares el kilo. Mientras que el precio promedio de los arándanos peruanos es de US\$7.56 dólares el kilo. Durante las entrevistas a empresas, estas indicaron que el comercio con México no era tan significativo, a pesar de los precios competitivos, debido a la conectividad de carreteras en el país y lo complejo de los fletes terrestres. Por ello Chile y Estados Unidos siguen siendo los principales proveedores.

### 081320 CIRUELAS SECAS

Muchas de las frutas secas o deshidratadas que se importan, como lo son las ciruelas y las pasas se comercializan a granel tanto en el mercado tradicional como en el mercado moderno. Actualmente muchas de estas importaciones también están destinadas para ser incorporadas a procesos agroindustriales de snacks saludables, los cuales suelen mezclar los deshidratados con frutos secos como las manías, almendras y nueces.

### Crecimiento en las importación de las ciruelas secas por país cifras en miles de dólares

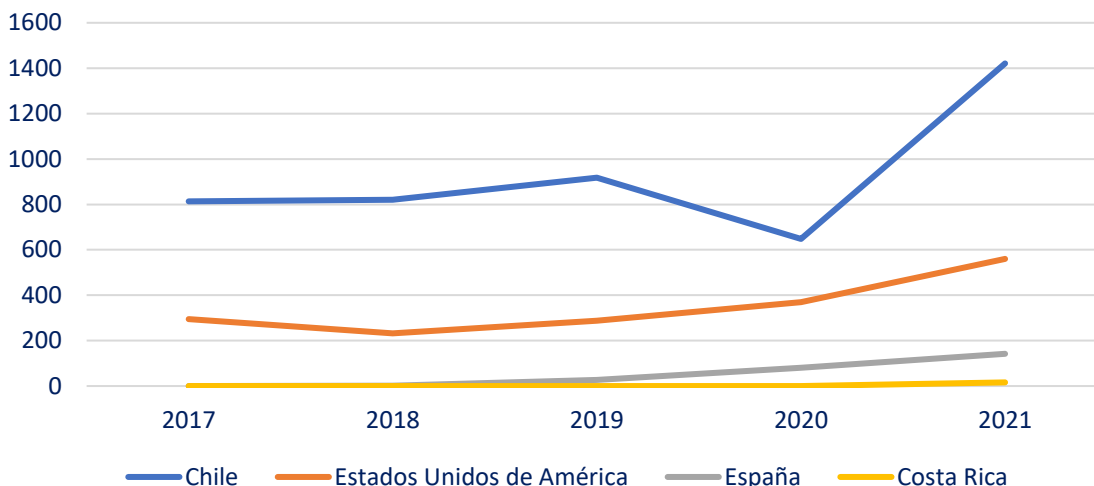


Ilustración 26 Crecimiento importación ciruelas secas dólares

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

Los principales proveedores de ciruela para Guatemala son Chile y Estados Unidos. Las importaciones de ciruelas de Chile ingresan por Puerto Quetzal (Pacífico), mientras que las de Estados Unidos ingresan por Santo Tomás de Castilla (Atlántico). El precio promedio de la ciruela chilena es de US\$7.10 dólares por kilo. El precio de la ciruela deshidratada de Estados Unidos es de US\$6.94 dólares el kilo.

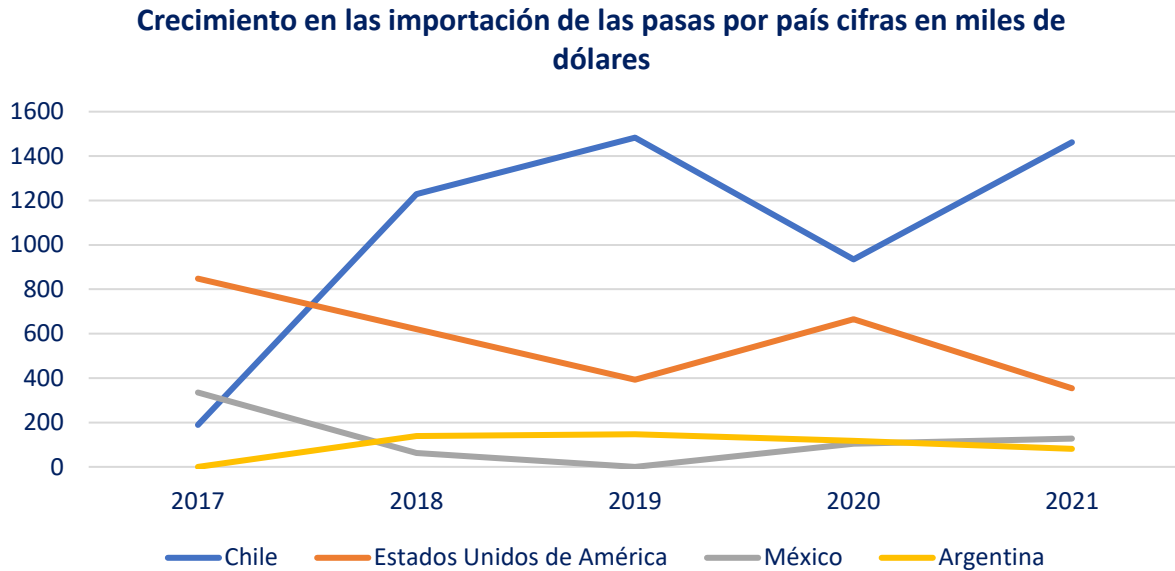
La cantidad importada de ciruelas desde Chile fue de 500 toneladas, lo que hace que el país cuente con 65.8% del mercado en Guatemala, seguido de él y con menor cuota se encuentra Estados Unidos con 137 toneladas y con una participación de mercado del 25.9%; España con 47 toneladas y una participación del 6.6%.

Actualmente es Chile quien lidera el mercado de frutos secos y deshidratados para Guatemala. Durante las entrevistas con los importadores muchos mostraron interés en conocer sobre la oferta exportable de Perú, nuevamente este tipo de productos se comercializan por precio en el mercado.

### 080620 PASAS

Las pasas han tenido un crecimiento moderado en Guatemala, entre el año 2020 y 2021 su crecimiento fue del 5%. Indiscutiblemente Chile es el principal proveedor para Guatemala. En la gráfica se puede observar que otros proveedores como Estados Unidos y Argentina han ido a la baja con este producto. México se posiciona como un potencial proveedor que cada

vez gana más relevancia; no obstante, aún se encuentra muy por debajo de Chile, a pesar de la cercanía con el mercado. No obstante, a través del estudio podemos ver que a pesar de que Guatemala tiene a México, que es un fuerte proveedor, el comercio entre ambos mercados no llega a ser tan significativo.



**Ilustración 27 Crecimiento importación pasas dólares**

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

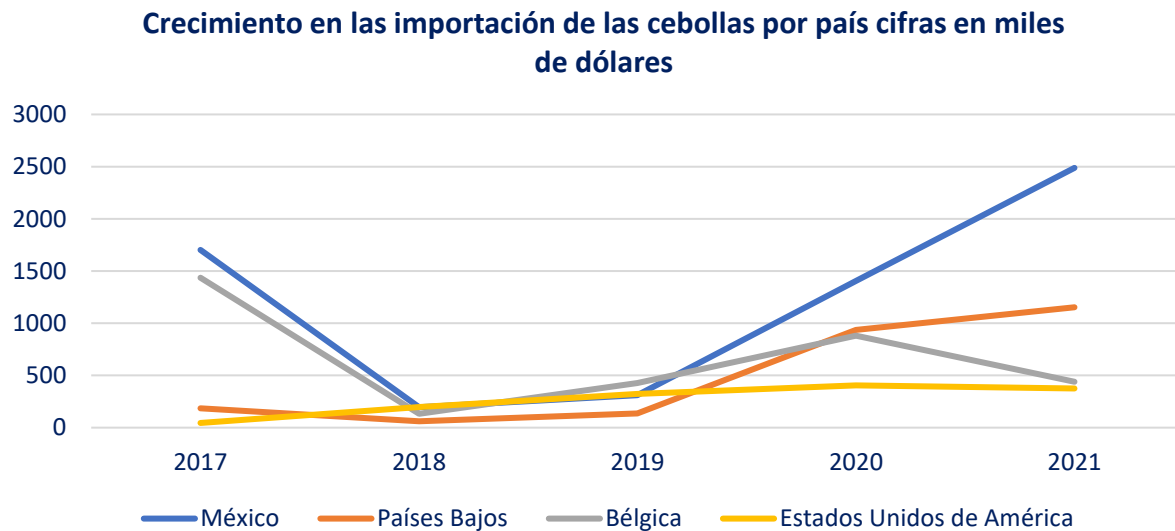
Para pasas el principal proveedor de Guatemala es Chile con importaciones en el 2021 de US\$1,462,000 dólares por 868 toneladas, Chile tiene el 70.7% del mercado de pasas en Guatemala, seguido de Estados Unidos con importaciones de US\$354,000 dólares y una participación de las importaciones de 17.1% con 98 toneladas, muy por debajo de Chile. El tercer proveedor es México cuya participación es significativamente menor que la de Chile con solo 6.1% de participación en el mercado con 150 toneladas e importaciones que ascienden a un valor de US\$127.000 dólares.

Las pasas de EE.UU provienen tanto del Atlántico como del Pacífico, el precio promedio es de US\$3.31 dólares el kilo. Las pasas provenientes de Chile son de variedad flame tanto jumbo como mediadas, así como pasas morenas crimson, el precio promedio de Chile es de US\$ 3.13 dólares, estas ingresan por el puerto del Pacífico. En el caso de México el precio promedio es de US\$2.66 dólares el kilo e ingresan por la frontera terrestre de Tecún Umán.

## Vegetales

### 070310 CEBOLLA

Las importaciones de cebolla hacia Guatemala han ido en aumento desde el 2018 hasta el 2021. Derivado de las entrevistas realizadas a importadores y retailers se dio a conocer que la cebolla que se importa a Guatemala es la blanca, debido a que los consumidores la prefieren. En el caso de Perú algunos empresarios indicaron conocer la cebolla amarilla; no obstante, esta no es del tipo de cebolla que se busca en Guatemala. A diferencia que con las frutas el principal proveedor para este producto sí es México, quien exporta el producto vía terrestre, lo que da una gran ventaja sobre el resto de los países proveedores como Países Bajos y Bélgica.



**Ilustración 28 Crecimiento importación cebollas dólar**

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

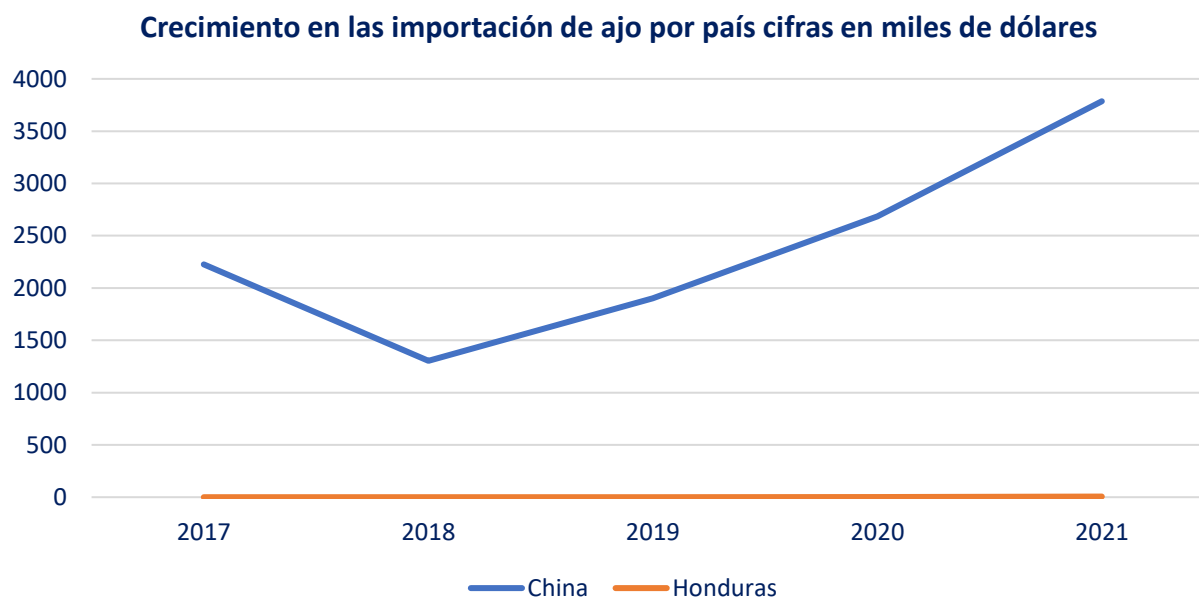
Las cebollas provienen principalmente de México, cuyas importaciones ascienden a US\$2,488,000 de dólares. México tiene el 55.8% del mercado en Guatemala con 6,979 toneladas; De Países Bajos también se importa cebolla al 2021 se importaron 2,944 toneladas teniendo un 25.9% de participación de mercado y cuyas importaciones ascienden a US\$1,153,000 dólares. Mientras que Bélgica tiene una participación de 9.9% con importaciones en el 2021 de US\$439,000 dólares importando 1,194 toneladas.

En el caso de México el precio es de US\$356 toneladas, mientras que de países bajos el precio es de US\$392 toneladas y en Estados Unidos, que es el país más cercano seguido de México, maneja un precio mucho más elevado de US\$901 dólares la tonelada.

México es el país que cuenta con mayor competitividad para abastecer al mercado local, tanto por la cercanía como por precio. Durante mucho tiempo Guatemala fue capaz de autoabastecerse de cebolla; sin embargo, el cambio climático ha hecho que importadores comiencen a considerar otros orígenes. Muchos de estos empresarios durante las entrevistas se mostraron abiertos a conocer sobre el producto peruano y sus variedades.

## 070320 AJOS

La importación de ajo a Guatemala ha ido en crecimiento desde el año 2019. Esta tendencia, al igual que la de los cítricos puede obedecer a sus cualidades curativas y previsoras para enfermedades virales. El consumo de ajo en Guatemala es de ajo fresco o triturado o variantes como sal con ajo, el ajo que gusta al consumidor es el blanco.



**Ilustración 29 Crecimiento importación ajo dólares**

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

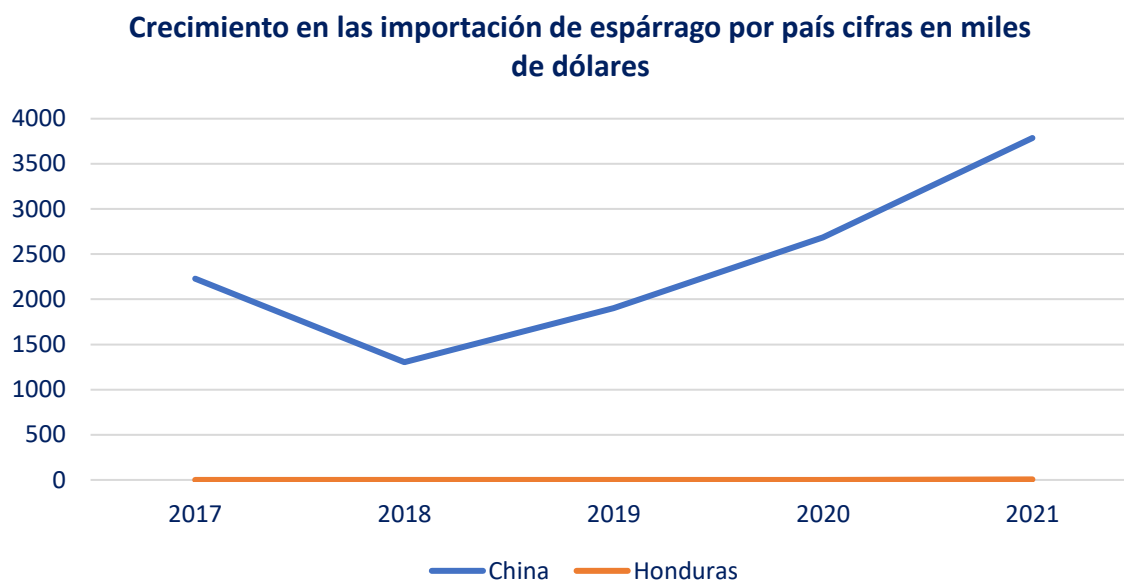
El mayor proveedor de ajo de Guatemala es China, actualmente es el país asiático quien tiene el 99.8% del mercado de ajos en Guatemala, abasteciendo al año de 2,402 toneladas con importaciones que ascienden a US\$3,786, 000 dólares. Honduras que es el segundo competidor tiene una participación de mercado de apenas 0.2% exportando únicamente 68 toneladas.

El tipo de ajo que importa Guatemala es blanco puro. Actualmente el costo promedio por kilo es de US\$1.61. El crecimiento en las importaciones de ajos entre el año 2020 y 2021 fue de 34% y el crecimiento promedio de este producto en los últimos 5 años ha sido del 13 %

Al igual que la cebolla, muchos importadores desconocen que Perú tiene ajo como parte de su oferta exportable; este producto es de interés ya que permite tener una opción de proveeduría más cercana que China.

## 070920 ESPÁRRAGOS

Perú es el principal proveedor de espárragos a Guatemala este producto con una cuota de mercado del 93.8% mientras que el segundo proveedor que es México tiene una cuota de mercado del 6.2%, muy por debajo de Perú.



**Ilustración 30 Crecimiento importación espárrago por país dólares**

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

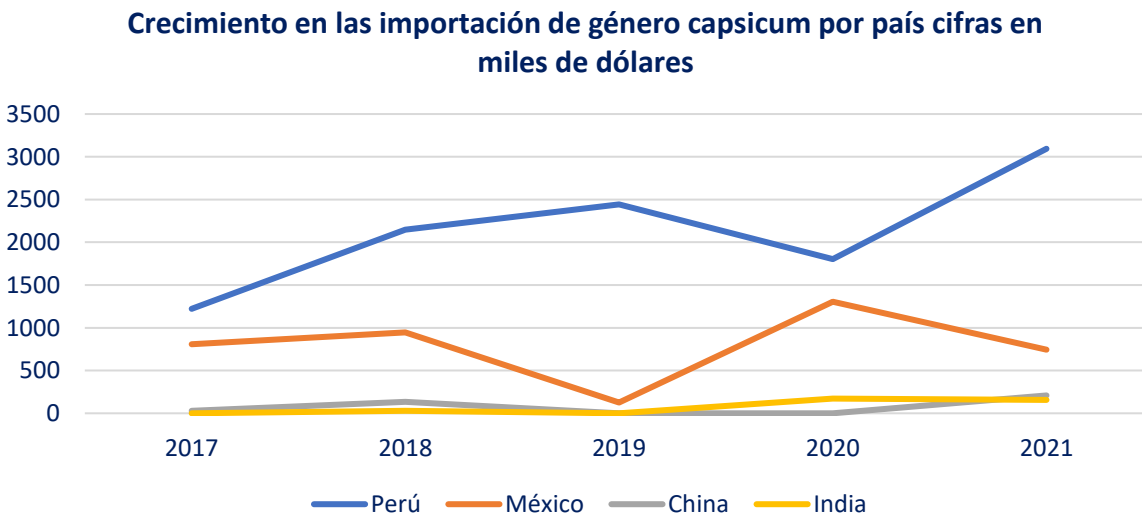
El espárrago peruano se importa a través del Express aéreo es por ello que al igual que con las berries vemos una disminución en las importaciones en el año 2020, tendencia que se revirtió en 2021. El espárrago en Guatemala es considerado un producto gourmet. El precio promedio por kilo de espárrago es de US\$5.39 el kilo.

El crecimiento en el valor importador de espárragos ha sido del 15%. No obstante, el 2021 no llegó a igualar las importaciones que se realizaban previos a pandemia. Del año 2017 al año 2019 las importaciones de espárrago de Perú llevaban una tendencia al alza, misma que se vio afectada por el año 2020, año que representó grandes retos debido al transporte aéreo, la única vía para importar espárrago peruano debido al tiempo de vida del producto. Para el 2019 Guatemala importó de Perú US\$312,000 dólares; mientras que para el año 2021 las importaciones han sido de US\$212,000 dólares.

La percepción del espárrago peruano entre los empresarios es que es un producto de alta calidad, por ello se prefiere importar el espárrago peruano que consumir el espárrago local, especialmente si este es para abastecer el sector HORECA. Por otro lado, algunos importadores han realizado compras a través de empresas mexicanas; sin embargo, el producto mexicano no cumple con la expectativa de calidad ni servicio en tiempo que las empresas en Guatemala esperan.

### **Productos Capsicum capítulo 9**

En los frutos del género capsicum las empresas de Guatemala reconocen la calidad de los productos peruanos. Los productos que más suelen importarse son chile pasa, chile guaque, el cual es conocido como ají ancho. Estos suelen importarse secos. Para el 2021 se importó US\$3,094,000 dólares lo que hace que la participación de mercado de Perú sea de 73.6% con una cantidad importada de 880 toneladas. Seguido de Perú está México con una participación de mercado del 17.7% con 450 toneladas y en tercer lugar China con 72 toneladas y una participación del 5%. A diferencia de México, que no paga arancel, Perú y China pagan un arancel del 10%.



**Ilustración 31 Crecimiento importaciones capsicum dólares**

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

El crecimiento promedio de este producto durante los últimos 5 años ha sido del 17%. El crecimiento de las importaciones desde Perú entre el 2020 y 2021 han crecido en un 54% con un crecimiento promedio anual durante los últimos 5 años de 23%.

Las empresas importadoras entrevistadas dedicadas a este rubro de negocio reconocen la importancia de Perú y la calidad de sus productos; para muchos el mayor obstáculo que existe actualmente es la poca competitividad en el flete de Perú hacia Guatemala, tanto en tema de tiempos y costos.

#### IV. Análisis del Sector / Línea en el Mercado

La mayor parte de los productos frescos en Guatemala se comercializan a granel, especialmente en el mercado tradicional. En el Canal moderno se encuentran productos empacados en redcilla, clamshell, bandejas y bolsa plástica, aún muy presente en el mercado de Guatemala. Actualmente no existen disposiciones legales en contra del uso de plástico en el país. Cabe resaltar que en el canal moderno hay un híbrido en el cual los productos frescos, deshidratados o secos pueden comprarse por empaque o por peso o unidad. A lo largo de los años productos como pasas o ciruelas secas han dejado de venderse a granel en los supermercados y ahora se consiguen en bolsas de pesos determinados.

Sin embargo, en los mercados cantonales y mercados tradicionales, la modalidad de compra sigue siendo completamente a granel. Es importante resaltar que en Guatemala la medida de compra de fruta es por libra a diferencia de otros mercados que lo hacen por kilo; otra modalidad de medida es la “mano” que equivale a 5 unidades de un producto, esta medida es más utilizada en el canal tradicional.

#### Stands de fruta fresca en Guatemala



Ilustración 32 Stand fruta fresca Guatemala

#### 4.1 Variedades y Formas de Presentación

##### Manzanas

En el caso de las manzanas, estas pueden encontrarse en presentaciones por unidad, las cuales se cobran mediante el peso y variedad de manzana o bien en bolsa que ofrece diversas variedades. En Guatemala los consumidores identifican las manzanas por color, más que por variedad. No obstante, la variedad de mayor consumo es la Royal Gala, seguida de la Red

Delicious, fuji, Granny Smith. En el top of mind del guatemalteco se encuentra la manzana Washington. Empresas como Dispersa, quienes distribuyen a supermercados, suelen realizar showrooms o exhibiciones en los supermercados para dar a conocer el origen de la fruta.



Ilustración 33 Manzanas

De las variedades que se encuentran todo el año en Guatemala están la gala, en calibres de 100/113/150/163/175/198, la Red Delicious en calibres 88/100/150/175; Granny Smith en calibres 80/90/100/113/150/175 y manzana Fuji calibres: 80/90/100/113/150/175. A los mayoristas se les venden estas manzanas en cajas de 40 libras; mientras que a los *retailers* se les venden tanto en caja como en presentación de bandejas de 6 y 8 unidades. Por otro lado, en el caso de las manzanas Golden Delicious que se encuentran de septiembre a marzo y las Pink Lady, que se encuentran de noviembre a agosto con calibres de 100/ 113 se venden a mayoristas en cajas de 37 libras y vendidas en bandejas de 8 unidades.

### Peras

En el caso de las peras estas suelen comercializarse a granel para que los consumidores puedan elegir las variedades que desean comprar y en el canal moderno en clamshell. La única pera que incluye una malla por unidad y por protección es la pera asiática. Las

variedades de peras que se encuentran en el mercado son las golden bosc, anjou, red bosc, beurré bosc, flamingo calibre 70, forelle ctn, Asia hosui, rivermaid.



**Ilustración 34 Peras**

La pera Bosc es la más común, pues se encuentra durante todo el año en el mercado. Esta viene en cajas de 40 libras con calibres de 120 / 135 / 150, en canal moderno se venden en clamshell de 8 unidades y en el canal tradicional y algunos otros supermercados a granel y por libra. A diferencia de otros países Guatemala maneja un sistema de peso en libre y no en kilo. Otras variedades que se venden al por mayor en cajas de 40 libras son la pera verde con calibres 100/110/120/135/150 y roja de Anjou con calibres 120/135 que se encuentra en el mercado de octubre y agosto y en presentación de clamshell de 12 y 8 unidades. Otra variedad es la pera asiática, la cual al igual que la Bosc se encuentra disponible durante todo el año, pero con una oferta que se incrementa entre febrero y marzo. Este producto viene en una presentación de 18 libras o bandejas de 6 unidades. En los mercados y algunos supermercados la comercializan por libra.

## **Uvas**

Entre los productos más populares se encuentran las uvas. Actualmente Guatemala importa diversas variedades durante todo el año. La favorita del consumidor es la red goble. No obstante, el mercado ofrece, también, otras variedades como la sweet globe, gold sweet, agoimex sweet, costco jacks salute, uva sugar crisp cat, global claro, variedad ifg ten. En el canal moderno las uvas se encuentran principalmente en bolsas divididas por colores y por

las que tienen o no semillas. En los supermercados las uvas están divididas por 3 colores verde, rojas y negras.



Ilustración 35 Uvas

Las uvas red globe están disponibles durante todo el año. Esta uva posee un gran atractivo visual para los consumidores, lo que la ha hecho muy popular como una uva de mesa. Para mayoristas la uva se comercializa en cajas de 18, 19 o 24 libras, empacado en bolsas o a granel. Existen otras empresas que comercializan el producto en clamshell. El calibre que suelen manejar son M o L durante todo el año. Las uvas negras sin semilla, verdes sin semilla, roja sin semilla se encuentran disponibles de agosto a diciembre y de febrero a mayo calibres L y XL viene en cajas de 18 libras y clamshell de 2 libras.

## Naranjas

Para el caso de las naranjas tanto en canal moderno como en canal tradicional los vendedores dividen los productos entre “nacional” e “importado”. Para los mayoristas las naranjas suelen comercializarse en cajas de 33 libras; los calibres más comunes suelen ser 64 / 72 / 88, en el canal moderno se encuentran en presentación de red de 5 y 8 unidades. Actualmente hay empresas que colocan su marca privada en la red, como es el caso de Walmart que coloca el nombre “Hortifruti”. En el canal tradicional los cítricos suelen estar en redcilla o bien sueltos, estos se venden por libra o “mano”, que equivale a 5 unidades.



**Ilustración 36 Naranjas**

## Mandarinas

Las mandarinas al igual que las naranjas se suelen encontrar en los supermercados divididas entre las mandarinas nacionales las importadas. En Guatemala se pueden encontrar tangerinas y clementinas. En el mercado no se hace una diferenciación de este tipo de mandarinas. Al igual que las naranjas se suelen vender por red. La principal medida de venta de frutas en Guatemala es la libra, a diferencia de otros mercados que venden por kilo.

El formato de comercialización para mayoristas es de cajas de 22 libras; mientras que en el mercado se encuentran redes disponibles de 6 unidades. Las mandarinas suelen importarte de enero a abril y de junio a octubre.



**Ilustración 37 Mandarinas**

## Cerezas

En un principio las cerezas eran importadas únicamente en los meses de noviembre y diciembre en una presentación de ½ libra; en los últimos años el producto puede encontrarse en el supermercado en enero y julio. La presentación para mayoristas suele ser caja de 11 libras y para retailers se encuentran presentaciones en Clamshell de 1 libra o vasos de ½ libra. Previo a la importación de las cerezas frescas lo que se encontraba en el mercado eran cerezas maraschino y guindas en conserva, normalmente estas se utilizan en pastelería u otro tipo de preparaciones alimenticias.



Ilustración 38 Cerezas

## Kiwis

Los kiwis se encuentran en el mercado entre marzo a agosto y septiembre a diciembre, esta es considerada una fruta exótica y al igual que las cerezas y berries suelen considerarse gourmet. Este producto se ven tanto a granel con una etiqueta que hace alusión a su origen o bien en clamshell con 6 unidades o 3 libras. Los calibres que se manejan para esta fruta son 25 / 27 / 30/ 33; la caja para mayoristas se comercializa con un peso de 22 libras.



Ilustración 40 Kiwis

## Arándanos

Las blueberries se comercializan como todas las berries en clamshell, estas suelen venir en presentaciones de 6 onzas o bien 170 gramos. Este producto se suele comercializar mayormente en los supermercados. El abastecimiento de arándanos suele estar durante todo el año debido a la producción local que hay en Guatemala. Hace 5 años, dicha producción local solía exportarse por completo, con el paso del tiempo cada vez más hay producto para venta local. Los arándanos también se comercializan en bolsa de 3 lbs. de producto congelado o en mix de berries de 1 libra.



Ilustración 41 Berries

## Pasas

Las pasas para los mayoristas se comercializan en cajas de 10 kilogramos. En canal tradicional, las pasas se venden a granel en el mercado o en bolsas por libra. En el canal moderno existen empresas como Sassón que empaican las pasas en packs de 1 libra o 150 gramos, otras pasas vienen en pouch de 40 onzas o 1.13 kilogramos. Otras presentaciones incluyen frascos y cajas plásticas de diversas dimensiones. Al ser un producto seco junto con las ciruelas tienden a tener una presentación más versátil.



Ilustración 42 Pasas

### Ciruelas secas

Las ciruelas al igual que las pasas las ciruelas se comercializan para mayoristas en cajas de 10 kilos. Para el canal moderno las ciruelas vienen en bolsas de 200 a 250 gramos o bien de 36 onzas o 1.02 kg. Al igual que con las ciruelas las pasas muestran una gran versatilidad y en los mercados cantonales se pueden conseguir de estos productos a granel las cuales se pueden comprar por onza o por libra.



Ilustración 43 Ciruelas secas

## Vegetales

### Cebolla

La cebolla más consumida en Guatemala es la blanca seguido de la morada y luego la amarilla. Estas se venden a granel en canal moderno y tradicional o bien en sus variantes en polvo o en conserva. Las cebollas suelen estar divididas por colores y algunos supermercados las colocan en redcillas para compra por peso.



Ilustración 44 Cebollas

### Ajos

En Guatemala el ajo que se consume es el blanco. Para los mayoristas los ajos se venden en cajas de 80 redes con 3 unidades cada una y la venta al consumidor viene en red de 3 unidades. Algunas otras empresas como Unispice a través de su marca Gofresh, han comenzado a comercializar producto fresco en bolsas cerradas al vacío de 4 onzas.



Ilustración 45 Ajos

## Espárragos

En Guatemala únicamente se comercializan espárragos verdes. No obstante, durante las entrevistas muchas empresas indicaron querer explorar espárragos de otras variedades. En Guatemala únicamente se hace la distinción entre el espárrago nacional y el importado, teniendo el vegetal importado una mejor percepción para los consumidores. Los espárragos suelen consumirse más por canal Horeca. Este producto se puede encontrar con un empaque plástico, en bandejas o bien en racimos. Normalmente se venden por peso, ya sea en el súper mercado o el canal tradicional. Otro tipo de presentación son los espárragos en conserva, los cuales tienden a ser mucho más económicos.



Ilustración 46 Espárragos

## Espicias

### Género Capsicum

Para los casos del chile guaque / ají ancho, chile pasa, estos suelen comercializarse secos. En el canal moderno es más común ver como estos productos han dejado de presentarse a granel y cada vez más empresas los venden empaquetados por grama. La gran mayoría compran estos productos a granel.



Ilustración 47 Género Capsicum

## 4.2 Canales de Distribución

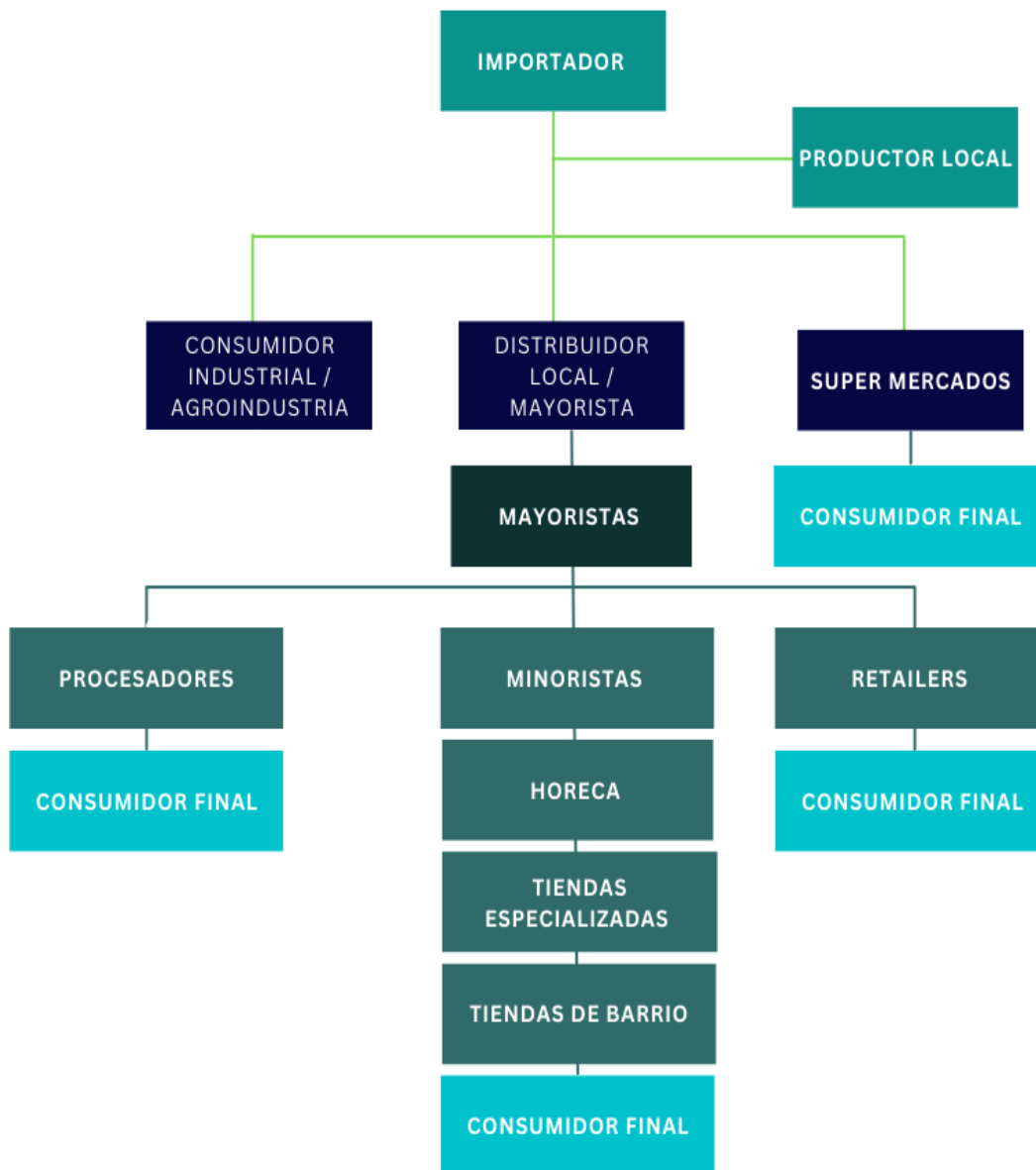


Ilustración 48 Canales de distribución

Los principales importadores de frescos en Guatemala como lo son Grupo Dispersa, Unispice y Frutería Vidaurri / Fruvigua manejan su cadena de distribución de la siguiente forma:

- **Importadores:** la empresa importa de diversos destinos alrededor del mundo y realizan compras locales a productores nacionales, luego consolidan el producto en sus centros de distribución.
- **Procesadores- empaquetadores y distribuidores:** Los importadores suelen seleccionar, lavar, procesar y re-empacar los productos. Estas empresas distribuyen

a canal tradicional y moderno, la mayoría distribuyen a través de sus flotillas propias, algunos también re exportan.

- **mayoristas:** Los principales importadores cuenta con galpones propios en los dos principales centros de distribución mayorista en Guatemala que son el CENMA y La Terminal con ello se aseguran de abastecer el canal tradicional.
- **minoristas:** La empresa vende sus productos en supermercados como Walmart, Unisuper, GTA, tiendas especializadas, tiendas en los departamentos, y clientes finales. (ya que algunos han desarrollado sus plataformas en línea)

#### 4.2.1 Rutas de Acceso

La mayor parte de los productos analizados en este estudio ingresan al mercado por vía marítima. La ruta de acceso depende del origen del producto. En este caso únicamente los productos de El Salvador, Honduras y México suelen utilizar el transporte terrestre. El resto de países optan por el transporte marítimo por tema de costos y únicamente productos con menor tiempo de vida como las berries y los espárragos ingresan a través de carga aérea.

A continuación, se muestra un mapa sobre las rutas de acceso al mercado. Es importante tomar en cuenta que los importadores, distribuidores y centros de distribución se concentran, en su mayoría, en el departamento de Guatemala y desde ahí abastecen al resto del país. Esto quiere decir, que la actividad económica se encuentra altamente centralizada en la ciudad.

A diferencia de otros países el aeropuerto internacional de Guatemala, que es el único aeropuerto de manejo de carga se encuentra en la ciudad de Guatemala. Actualmente se encuentra en proceso el desarrollo de otro aeropuerto de carga ubicado al sur del país cercano a los puertos del Pacífico. No obstante, hasta el momento este proyecto no ha sido aprobado por el gobierno.



**Ilustración 49 Acceso logístico Guatemala**

Fuente: (Ministerio de Economía, 2021)

## Carga Marítima

Data Export reportó en el año 2020, Guatemala movilizó 27,440.9 miles de toneladas métricas por la vía marítima, un 1.9% menos que en el 2019 (27,984 miles de TM). De estos el 38.1% fue carga de exportación (10,464.2 miles de TM) y 61.9% carga de importación (16,976.7 miles de TM). El 78% del volumen de la carga se moviliza por la vía marítima. (Vides, 2021)

De acuerdo a la Comisión Nacional Portuaria -CPN- el 78 % de la mercancía que ingresa a Guatemala lo hace por vía marítima (Curruchich, 2021)

En Guatemala existen los siguientes puertos:

### *Atlántico*

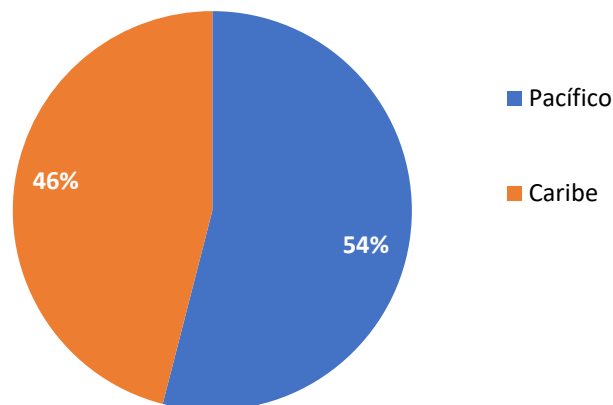
- Puerto Santo Tomás de Castilla: ubicado en el departamento de Izabal.
- Puerto Barrios: ubicado en el departamento de Izabal pero con una vocación de exportación de productos agrícolas, empresas como chiquita banana exporta a través de este puerto.

### *Pacífico*

- Puerto Quetzal: En Puerto Quetzal se encuentran dos terminales una es APM terminal centrada en contenedores y Empresa Portuaria Quetzal conocida como EPQ, las empresas portuarias son autónomas, pero estatales. El 90% de los productos del estudio ingresan al mercado a través de Puerto Quetzal.

A continuación, se presenta el porcentaje de participación de cada litoral. El Pacífico y sus terminales son quienes más reciben los productos importados.

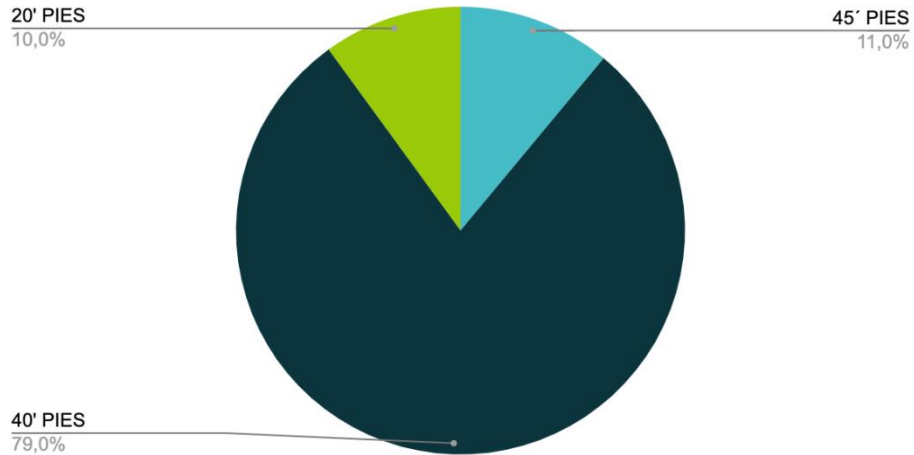
**PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN POR LITORAL  
AÑO 2022**



**Ilustración 50 Participación por litoral**

Fuente: Elaboración propia con datos de la Comisión Nacional Portuaria.

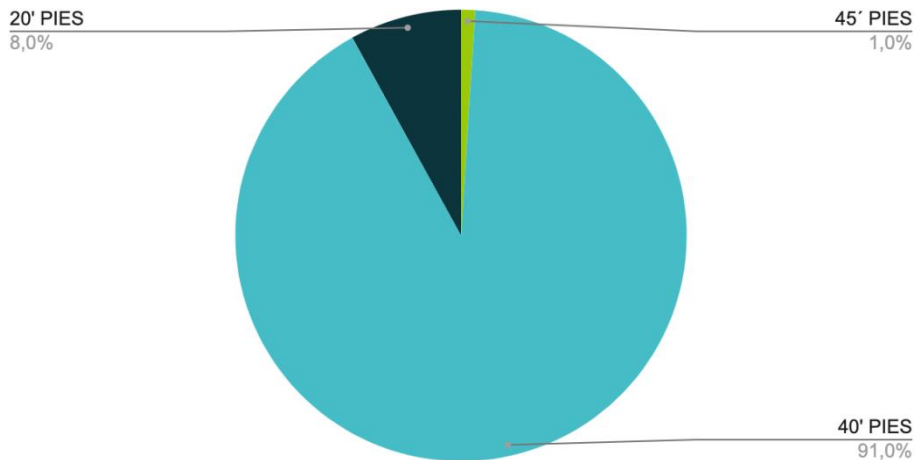
### Porcentaje de contenedores por tamaño Puerto Santo Tomás de Castilla año 2022 (hasta agosto)



**Ilustración 51** Porcentaje Contenedores tamaños Puerto Santo Tomás

Fuente: Elaboración propia con datos de (Comisión Nacional Portuaria, 2022)

### Porcentaje de contenedores por tamaño Puerto Barrios año 2022 (hasta agosto)



**Ilustración 52** Porcentaje contenedores tamaño Puerto Barrios

Fuente: elaboración propia con datos de (Comisión Nacional Portuaria, 2022)

La mayor parte de buques que moviliza Guatemala son de 40 pies. Esto es importante a considerar para ver el tipo de barcos que pueden llegar al mercado.

## Carga Terrestre

Según Data Export, Guatemala cuenta con 12 aduanas terrestres, estas representaron para el año 2020, el 21.7% del volumen de carga movilizada (6,024.6 TM) y el 27.5% del valor del comercio exterior (US\$8,188.5 millones). De la carga movilizada por la vía terrestre, el 58.5% es de exportación y el 41.5% es carga de importación. Los puestos fronterizos terrestres más importantes y por los que se mueve el 80 % de la carga terrestre son: Pedro de Alvarado (SV), Tecún Umán (MX), San Cristóbal (SV) y Aduana Integrada Corinto (HN). (Vides, 2021)

## Carga Aérea

En Guatemala existen 9 Aeródromos locales, 22 líneas aéreas comerciales y 11 líneas aéreas de carga operando. Por donde ingresa la mercadería es a través de la central de aviación, express aéreo Santa Elena y Express aéreo, este último concentra el 95% del comercio aéreo y la aduana se encuentra en el Aeropuerto Internacional La Aurora. Los productos que se comercializan por vía aérea en orden de volumen son frutas, flores, pescado y marisco fresco, vegetales y verduras, plantas vivas, medicinas y farmacéuticos, en menor medida, artículos textiles, cosméticos y material impreso.

Los productos de este estudio que ingresan vía aérea son los arándanos y los espárragos.

### 4.2.2 Costos Logísticos Aproximados

#### Marítimos

A continuación, se presentan las rutas marítimas que existen entre Perú y Guatemala saliendo del Puerto Callao en Perú.

**SIICEX** | Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior

### Ruta Costa Centroamérica

Esta ruta comprende el trayecto de los puertos:

1. Callao
2. Guayaquil
3. Buenaventura
4. Caldera
5. Corinto
6. Quetzal

Puerto de origen: Callao- Perú

Puerto de destino: Quetzal - Guatemala

Tiempo de travesía: 06 - 13 días



Ilustración 53 Ruta puertos Centroamérica  
Fuente: SIICEX

La ruta más utilizada entre Perú y Guatemala es la de Puerto Callao hacia Puerto Quetzal. Existen líneas navieras que tienen una conexión directa entre Perú y Guatemala como lo es Hamburg Sud y otras como Hapag Lloyd que hacen transbordo en Colombia y o el Manzanillo (México).

**Tabla 6 Ruta Puerto Callao – Puerto Quetzal de Hamburg Sud**

Puerto de origen	Puerto de destino	US\$ Tarifas promedio de flete por contenedor*				Días de tránsito**	Frecuencia de salida
		20 pies	40 pies	40 pies refrigerados	Mercadería consolidada Tm/m3		
Callao	Quetzal (Guatemala)	1450	1850	3000	100	15	SEMANAL
Línea naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito**	Frecuencia de salida			
Hamburg Sud	Columbus	Alconsa	15	SEMANAL			
HAMBURG SUD	COLUMBUS	ALCONSA	16	SEMANAL			

Fuente: (SIICEX, 2022)

**Tabla 7 Ruta Puerto Callao - Puerto Quetzal trasbordo Manzanillo Hapag Lloyd.**

Puerto de origen	Puerto de destino	US\$ Tarifas promedio de flete por contenedor*			Días de tránsito	Trasbordo
		20 STD	40 STD	40 HC		
Callao	Quetzal (Guatemala)	1149	1388	1388	13	vía manzanillo, COL (México)

Fuente: cotización Hapag Lloyd

(\*) El costo del servicio del flete del contenedor de 20” y 40” corresponde a la tarifa básica del flete internacional y no incluye los reajustes por características específicas, consultar directamente con las líneas navieras de su preferencia.

(\*\*) Para saber los datos exactos de frecuencia de salida y los días de tránsito revisar en “Líneas navieras”

Luego de desembarcar en Puerto Quetzal, la mercadería ya se carga en transporte terrestre para llegar a su destino en el país. En este caso la tarifa de fletes dependerá de la negociación que realice la empresa con su agente de transporte. De la Ciudad a Guatemala a Puerto Quetzal hay una distancia de 108 km, lo cual implica un tiempo estimado de tránsito de 2 horas 24 minutos.

### 4.2.3 Principales Agencias de Transporte

En Guatemala existe la Asociación Guatemalteca de Agencias de Carga , la cual agrupa a las Agencias Internacionales de Carga, debidamente registradas como empresas consolidadoras y desconsolidadoras de carga, operadores de transporte multimodal, proveedores de servicios de logística y todas las empresas afines al transporte internacional establecidas en Guatemala.

A continuación, se detalla el contacto de los socios:

1. **AGENTES PORTUARIOS DEL PACÍFICO, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
Dirección: Avenida Reforma 8-60, zona 9, edificio Galerías Reforma, Torre II, oficina 705.  
Tel. 2326-2100 y 2339-4118  
[www.apopsa.com](http://www.apopsa.com)
2. **AMERICA LOGISTICS GROUP, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
Dirección: 18 calle 24-69, zona 10 Pradera Torre 1, Nivel 17, oficina 1702  
Tels. 2501-8888  
[www.americalogisticsgroup.com](http://www.americalogisticsgroup.com)
3. **ASERSA DE GUATEMALA, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
Dirección: Avenida Reforma 9-00 zona 9, Plaza Panamericana, nivel 8  
Tel. 2317-0808  
[www.gmaritimo.com](http://www.gmaritimo.com)
4. **ASESORÍA DE LOGÍSTICA INTEGRAL ASLO, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
Dirección: Km 16.5 Carretera a El Salvador Edificio Scena Business center nivel 3 oficina 305  
Tel. 6676-6293 y 6675-9693  
[www.aslologistic.com](http://www.aslologistic.com) – [ventas1@aslologistic.com](mailto:ventas1@aslologistic.com)
5. **ASESORÍA TÉCNICA EN ADUANAS, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
Dirección: 6ta. Avenida 8-20, zona 9  
Tel. 2427-8200 y 2203-0303  
[www.americalogisticsgroup.com](http://www.americalogisticsgroup.com)
6. **ASSUKARGO, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
Dirección: 15 avenida 18-78, zona 10  
Tels. 2318-4445 al 46  
[www.assukargo.com](http://www.assukargo.com)
7. **ATLAPAC, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
Dirección: Calzada Aguilar Batres 34-70, zona 11. Edif. Galerías del Sur I. 4o. Nivel  
Tel. 23267878  
[www.atlapac.com.gt](http://www.atlapac.com.gt)
8. **BBC FREIGHT LOGÍSTICA, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
Dirección: 25 avenida 1-89, zona 15 Vista Hermosa II, edificio Insigne nivel 9, oficina 901  
Tels. 2295-4700  
[www.bbcfreight.com](http://www.bbcfreight.com)

- 9. CARGA GLOBAL, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
Dirección: 13 calle 2-60, zona 10 oficina 1302, nivel 13 edificio Topacio Azul  
Tels. 2318-6600 2318-6608 2318-6605  
[www.cargaglobal.com](http://www.cargaglobal.com)
- 10. CARGO, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
Dirección: 7ma. Avenida 1-80, zona 13  
Tels. 2440-0225 2440-027
- 11. CIELOMAR, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
Dirección: 14 avenida 25-06, zona 5 colonia 25 de Junio  
Tels. 2376-4545  
[www.ges.com.gt](http://www.ges.com.gt)
- 12. CARIBEX WORLDWIDE , GUATEMALA, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
Dirección: 4 avenida A 13-79, zona 9  
Tels. 2502-8770 Y 2502-8820  
[www.cbxglobal.com](http://www.cbxglobal.com)
- 13. CONSOLIDADOS 807, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
Dirección: 25 avenida 31-23, zona 12, Colonia Santa Elisa  
Tels. 2429-0900 y 2485-0060  
[www.consolidados807.com](http://www.consolidados807.com)
- 14. CONSOLIDAR Y TRANSPORTAR HOY, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
– **COMCA LOGISTICS-**  
Dirección: 13 calle 12-96, zona 11 Bodex xB  
Tels. 2326-6900 2261-4321  
[www.comcalogistics.com](http://www.comcalogistics.com)
- 15. CONTINENTAL CORPORACIÓN, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
Dirección: 18 calle 22-24, zona 10 oficina B  
Tels. 2366-6261 2366-6260 2337-0901  
[www.continentalcorporacion.com](http://www.continentalcorporacion.com)
- 16. CORPORACIÓN INTERMODAL OCEÁNICA INTERNACIONAL, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
Dirección: Avenida Reforma 1-50, zona 9 edificio El Reformador, oficina 801  
Tels. 2205-7700 2205-7722 2205-7720 4770-7099  
[www.oceanica.ws](http://www.oceanica.ws)
- 17. CORPORACIÓN MUNDIAL DE CARGA, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
Dirección: Avenida Petapa 52 Calle 18-86, zona 12, colonia la Colina bodega Petapa,  
Bodega 6  
Tel. 2384-9400 2384-9437 2384-9444  
[www.nexologistics.com](http://www.nexologistics.com)
- 18. CROPA, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
Dirección: 3ra. Calle 6-70, zona 13 Pamplona  
Tels. 2474-9000 2259-0600 ext. 1185 y 2472-3413  
[www.cropa.com.gt](http://www.cropa.com.gt)
- 19. CROWLEY LOGISTICS DE GUATEMALA, SOCIEDAD ANÓNIMA**  
Dirección: Vía 5, 5-34, zona 4 Centro Financiero, torre III, nivel 7, oficina 701  
Tels. 2210-5511

**20. CTL DE GUATEMALA**

Dirección: Sector Los Girasoles, manzana Q casa 13 zona 0, residenciales San José,  
San José Pinula  
Tels. 4219-3007 3297-83695

**21. DACOTRANS DE CENTROAMÉRICA, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 24 avenida 41-81, zona 12, interior Almacenadora Integrada  
Tel. (502) 2381-1200 ext. 1211 2381-1255  
[www.dacotrans.com.gt](http://www.dacotrans.com.gt)

**22. DHL GLOBAL FORWARDING GUATEMALA , SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 46 Calle 24-30, zona 12  
Tels. 2390-1100 y 2440-  
[www.dhl.com](http://www.dhl.com)

**23. ENTREGA, ALMACENES Y LOGÍSTICA, , SOCIEDAD ANÓNIMA -EAL-**

Dirección: Avenida Las Américas 21-69, zona 10 edificio Médico Obelisco, oficina 1  
Tels. 2333-6806-07 2337-3625  
[www.eal.com.gt](http://www.eal.com.gt)

**24. FALCO TRANS, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 18 avenida 8-10, zona 14, Complejo de Oficinas Palo Alto oficinas 2A y 3A  
Tels. 2302-3902  
[www.falcogt.com](http://www.falcogt.com)

**25. GLOBAL TRANSPORTATION NETWORK, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: Boulevard Justo Rufino Barrios 2-60, zona 21  
Tels. 2329-8140 2329-8109  
[www.gtn.com.gt](http://www.gtn.com.gt)

**26. GLOBELINK AEROCEANO GUATEMALA, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: Avenida Reforma 1-50, zona 9, edificio El Reformador, 6to. Nivel, oficina  
601  
Tels. 2490-1500  
[www.globelink-group.com](http://www.globelink-group.com)

**27. GRUPO LOGÍSTICO DE CARGA GUATEMALA, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 26 avenida 8-50, zona 4, El Naranja Mixco  
Tels. 2300-3400 5419-6341  
[www.glcamerica.com](http://www.glcamerica.com)

**28. GRUPO LOGÍSTICO Y ADUANERO, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: Avenida Petapa 39 calle 18-40, zona 12 Of. Bodega #13  
Tels. 2385-8566 / 7  
[www.grupologisticoag.com](http://www.grupologisticoag.com)

**29. GRUPO TLA GUATEMALA, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 42 calle 22-17, zona 12 bodega 7 y 8  
Tels. 2503-4001  
[www.gruotla.com](http://www.gruotla.com)

**30. INSSA FREIGHT, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 3ra. Avenida 20-89, zona 10

Tels.2312-4941 2312-4952  
[www.inssafreight.com](http://www.inssafreight.com)

**31. KING TRANSPORT LOGISTICS, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: Avenida Reforma 7-62, zona 9 edificio Aristos Reforma 7mo. Nivel oficina 705  
Tels. 2221-7718  
[www.kingtransgt.com](http://www.kingtransgt.com)

**32. LOGÍSTICA DE AIRE Y MAR, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 30 avenida 11-21, zona 12, Apartamento A  
Tels. 2329-7900 extensión 109  
[www.logisticaglobal.com](http://www.logisticaglobal.com)

**33. LOGÍSTICA DE SERVICIOS, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 4 calle 0-74 zona 13. Pamplona  
Tels. 2285-9629 – 2243-1550  
[www.logiservicios.com](http://www.logiservicios.com)

**34. LOGÍSTICA DOCUMENTAL, SOCIEDAD ANÓNIMA -LOGIDOC-**

Dirección: 15 calle "B" 7-84, zona 13 Aurora I  
Tels. 2301-7171  
[www.logidoc.net](http://www.logidoc.net)

**35. MAPA, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 6ª. Ave. Y 20 calle, zona 10. Edif. Plaza Marítima, 3er. Nivel, of. 3-2.  
Tels. 2214-7800  
[www.mapa.com.gt](http://www.mapa.com.gt)

**36. OCEAN WORLD WIDE EXPRESS INTERNATIONAL, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 23 calle 14-50, zona 4 de Mixco Condado el Naranjo edificio Crece  
Tels. 4588-3695 4216-5490  
[www.owweinternational.com](http://www.owweinternational.com)

**37. PCSCA, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 13 calle 1-10 zona 10 edificio Dubái Center, decimo nivel oficina 10-09  
Tels. 2375-8585 – 3000-4227  
[www.pcs-central-america.com](http://www.pcs-central-america.com)

**38. RDC GLOBAL LOGISTICS, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 12 calle 1-25, zona 10. Edif. Géminis 10. Torre Norte, Nivel 7, Of. 1701  
Tels. 2376-1111 2376-1199  
[www.rdcgloballogistics.com](http://www.rdcgloballogistics.com)

**39. RED LOGÍSTICA DE CARGA Y TRANSPORTE, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 8va. Avenida 1-31, zona 1 oficina 107  
Tels. 2220-4681

**40. SAC INTERNACIONAL, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 14 avenida 17-08, zona 10  
Tels. :2304-7100  
[www.sacint.com](http://www.sacint.com)

**41. SCHENKER, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 5a. Avenida 3-30, zona 13  
Tels. 2496-4000 3128-0317

[www.dbschenker.com.gt](http://www.dbschenker.com.gt)

**42. SERCO LOGISTICS, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: Calle Los Pinos 12-60 Zona 7 Residencial Los Naranjos Mixco, Guatemala  
Tels. 2285-4343 2285-4320  
[www.serco.com.gt](http://www.serco.com.gt)

**43. SERVEST LOGISTIC, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: Avenida el Encinal casa 57 Bosques del Encinal zona 7 Mixco, Guatemala.  
Tels. 2433-9504 – 2295-9853  
[www.servest.com.gt](http://www.servest.com.gt)

**44. SERVICIO DE BRILLO, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 6ta. Avenida 20-25, zona 10 edificio Plaza Marítima, 3er. Nivel, oficina 3-2  
Tels. 2214- 7800 al 20

**45. SERVICIOS INTEGRADOS EN LOGÍSTICA Y ADUANAS, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: BLVD Los Próceres 24-69 zona 10 Torre I nivel 4, oficina 410 Empresarial  
Zona Pradera, Ciudad de Guatemala  
Tels. 2227-8100  
[www.bjlogistics.com.gt](http://www.bjlogistics.com.gt)

**46. SERVICIOS LOGÍSTICOS INTEGRADOS, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: Boulevard Liberación 3-52, zona 13 Edificio Plaza Profesional, oficina 3B, Guatemala.  
Tels. 23891700 – 40347746  
[www.slicentroamerica.com](http://www.slicentroamerica.com)

**47. SHIPPING LOGISTICS, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 15 calle y 10a. Ave. Zona 13. Interior Combexim. Of. 201-202  
Tels. 23872999 – 23872987  
[www.shippinglogistics.com.gt](http://www.shippinglogistics.com.gt)

**48. SOVEREIGN LOGISTICS, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 8ª. Ave. 17-90, zona 13. Aurora I.  
Tels. 2381-3200 5308-5650 5308-1906.  
[www.sovlog.com](http://www.sovlog.com)

**49. TRANSEXRESS, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: Vía 5, 2-35, zona 4  
Tels. 22859800  
[www.transexpress.com.gt](http://www.transexpress.com.gt)

**50. TRANSGUATE LOGISTICS, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 8va. Avenida 3-80, zona 14 Edificio La Rambla Torre II Oficina 4-2  
Tels. 2505-2929 y 2505-2921  
[www.trastainer.net](http://www.trastainer.net)

**51. TRANSLOGISTICA, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: Diagonal 6, 10-01 zona 10. Centro Gerencial Las Margaritas, Torre II.  
Nivel 8. Of. 801  
Tels. 2429-8144  
[www.translogistica.gt](http://www.translogistica.gt)

**52. TRANSNET LOGISTICS, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: 12 calle 1-25 Zona 10 Edificio Géminis Torre Sur, Nivel 11 Oficina 1114  
Tels. 2385-1001 2293-2210  
www.transnetlogistics.net

**53. TRANSPORTES, SERVICIOS Y LOGÍSTICA OPERATIVA, SOCIEDAD ANÓNIMA.  
– CONSOLIDADOS LOS ANDES**

Dirección: 48 calle 17-65, zona 12  
Tels. 2326-6500 2326-6599  
www.grupolosandes.com

**54. UPS SCS GUATEMALA LIMITADA**

Dirección: Calzada Atanasio Tzul 22-00, zona 12, bodega 237 El Cortijo II  
Tels. 2423-9898  
www.ups.com

**55. VESTA LOGISTIC, SOCIEDAD ANÓNIMA**

Dirección: Avenida Reforma, 6-64 zona 9. Plaza Corporativa Reforma, Torre II,  
Oficina 101  
Tels. 2503 0500  
www.grupovesta.com

#### **4.3 Canales de Comercialización**

En Guatemala la comercialización de fruta fresca se concentra en grandes importadores que suelen abastecer la mayor parte de fruta y verdura proveniente del extranjero. El canal tradicional, sigue siendo muy importante, por ello gran parte de importadores y distribuidores tienen presencia en las centrales de mayoreo, pues muchas tiendas de barrio y mercados cantonales se abastecen de las centrales. En el departamento de Guatemala y especialmente la ciudad, los supermercados han ganado un mayor impulso. Durante las entrevistas realizadas, muchos de ellos indicaron tener el interés de importar de forma directa para reducir su dependencia ante intermediarios, así como para abaratar los precios de los productos en el mercado para sus consumidores. Muchos de estos supermercados han desarrollado estrategias agresivas para incrementar su presencia en el país, algunos, como Unisuper concentrándose en la ciudad de Guatemala y otros como Grupo de Tiendas Asociadas buscando descentralizarse para brindar más opciones a los departamentos, de cara a la urbanización de nuevas zonas.

En Guatemala existen tres empresas importadoras de frescos, que son quienes abastecen a la mayor parte del país. La primera es Grupo Dispersa, quien surte de forma exclusiva de productos frescos e importados a La Torre, cadena local con fuerte presencia y alcance en el país, además de contar con una fuerte presencia en el canal tradicional. Por otro lado, se encuentran Fruvigua, más conocida en el mercado como Frutería Vidaurrú y Unispice. Ambas

empresas cuentan con presencia en los principales supermercados del país que son Walmart, PriceSmart, Grupo de Tiendas Asociadas -GTA- y La Torre, con algunas categorías. Sin embargo, su fuerza de venta y en dónde compiten es en el abastecimiento del canal tradicional y en el mercado informal surtiendo a las Centrales de Mayoreo CENMA, la Terminal, mercados cantonales y a distribuidores locales.

A continuación, se hará una descripción general de las empresas importadoras de fruta al igual que los principales supermercados en el país a los cuales se abastecen. En cuanto a tiendas especializadas, estas suelen ser muy pocas, ya que la mayoría se enfocan en delicatessen y debido al costo que conlleva tener producto fresco, no suelen comercializarlo.

- **Unispice:** Es un Holding conformado por tres empresas: Cosechas del chef, que es la empresa que importa y exporta; selección del chef, es la empresa que distribuye a sus principales canales, tradicional y mayorista, y delivery del chef que es el nombre de su canal de ecommerce y la empresa enfocada a atender a cliente final. La empresa cuenta con sus propias marcas que comercializan bajo los nombres de: cocina fácil, cosecha del día, selección del chef, go fresh y utz farms. Adicional cuenta con sus propias fincas en Salamá, Alta Verapaz y Jalapa. La empresa tiene oficinas en El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Chile y Europa. Son exportadores y tienen clientes en Estados Unidos, en Europa (principalmente Inglaterra) y en Asia, así como el mercado local y regional (centroamérica especialmente El Salvador y Honduras a través de la marca go fresh).
- **Grupo Dispersa:** Empresa con 29 años en el sector dedicada a la importación de frutas y verduras de Estados Unidos y Sudamérica. La empresa se encuentra en el top 3 de importadores de Guatemala. Los principales orígenes de sus productos son: Chile, Argentina, Perú, México, Estados Unidos, Francia, España e Italia. La empresa ofrece productos que van desde vegetales (en su mayoría de origen nacional) hasta fruta de diversos orígenes.

La empresa cuenta con una planta en el municipio de Mixco desde donde consolidan el producto y los distribuye hacia los canales minoristas, su mayor cliente son los supermercados La Torre de Unisuper. Dispersa cuenta con puntos de venta en las principales centrales de mayoreo del país que son La Terminal y el CENMA desde donde se abastecen los mercados cantonales y los mayoristas para las tiendas departamentales. Además de contar con un punto de venta en la segunda ciudad más importante de Guatemala que es Xela en el departamento de Quetzaltenango, desde donde se abastece al occidente del país.

- **Frutería Vidaurri / FRUVIGUA:** La empresa cuenta con una combinación de modelos, de los cuales la comercialización de frescos se enfoca principalmente en América Latina. El holding también está compuesto por una compañía que vende productos frescos a países como por ejemplo Asia: china, Corea, Japón. En la actualidad, FRUVIGUA tiene una oficina y distribuidoras en países como: Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Panamá, Ecuador, Colombia, México, Venezuela y Perú. Mientras que Estados Unidos, México y Europa son atendidos desde la oficina en Barcelona. Fruvigua se autodenomina importador y comercializador de fruta fresca y recientemente ha incursionado en vegetales.

La empresa se abastece tanto de su producción propia en el extranjero como de producto importado. La empresa produce principalmente en Chile desde donde cultivan manzana, pera, kiwi, cereza. El grupo inclusive cuenta con una uva propia, llamada blanc que comercializan a mercados de Europa, Asia, y América Latina. En Guatemala Fruvigua distribuye principalmente para el mercado tradicional. En menor medida, supermercados y Horeca.

En cuanto a los canales de comercialización se encuentra el canal tradicional. Las principales centrales de mayoreo son el CENMA y La Terminal, desde donde se canaliza tanto producto local como producto importado. Es importante tomar en cuenta que tanto en las centrales de mayoreo como en los mercados cantonales.

- **La Terminal:** Central de mayoreo integrada por aproximadamente 40 mil comerciantes entre grandes, medianos y pequeños, formales e informales. A esta central llegan de forma diaria unos 500 camiones para carga y descarga de frescos como verduras, legumbres, frutas, así como carnes, granos básicos, alimentos procesados. La terminal abastece a 23 mercados municipales y 12 cantonales en el área metropolitana y se despachan productos, sobre todo verduras y legumbres, hacia El Salvador, Honduras y Nicaragua. (Gramajo, 2017)

- **Central de Mayoreo – CENMA:** Fue el primer centro de abastecimiento de productos perecederos de Guatemala. Construido en la década de 1980 es uno de los mercados más grandes del Área Metropolitana. El CENMA tiene capacidad para 1,350 mayoristas. De esta cantidad, 1,200 se encuentran debidamente registrados y tienen sus puestos de venta en la Central. Adicional, este mercado es accesible para 12 zonas del país entre ellas Villa Nueva y los municipios de San Miguel Petapa, Amatitlán, entre otros.



**Ilustración 54 Terminal**

Fuente: La Terminal



**Ilustración 55 Central de mayoreo**

Fuente: Central de Mayoreo -CENMA-

Los principales supermercados en Guatemala son:

1. **Walmart:** lleva 12 años operando en Guatemala, previo a su ingreso al país el supermercado que operaba era Paiz, Walmart mantuvo el nombre de este supermercado para algunas de sus sucursales, estos supermercados llevan más de 90 años de trayectoria.

Walmart en Centroamérica, cuenta con 866 tiendas en Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua. Las tiendas de Walmart están divididas en cuatro formatos: Descuentos (Despensa Familiar y Palí), Bodegas (Maxi Despensa y Maxi Palí), Supermercados (Paiz, La Despensa de Don Juan, La Unión y Masxmenos) y Supercenter (Walmart). Operan con 572 tiendas de descuentos, 158 bodegas, 100 supermercados y 36 Supercenter. En Guatemala, Walmart hay 10 supermercados Walmart y 22 tiendas de “Despensa familiar”, “Paiz” y “Maxi Despensa”.

Walmart compra a productores locales e importa directamente. Tanto producto local como extranjero converge en su bodega. Walmart cuenta con 3 centros de distribución en Guatemala uno ubicado en Bárcenas que se utiliza para abarrotes y consumo, otro en Amatitlán para mercancías generales y textiles y otro en zona 7 enfocado en congelados y farmacia.

En las centrales Walmart puede procesar o re empacan para su marca “Great Value” o solo almacenar para luego distribuir a sus diferentes tiendas. Walmart cuenta con una logística integrada, con flotillas propias, incluso en Centroamérica prestan el servicio de traslado de la mercadería desde las bodegas del proveedor hasta sus centros de distribución. Lo más importante es que la responsabilidad del proveedor termina cuando entrega en las bodegas de Walmart, ya que es el equipo interno quien distribuye al resto de tiendas.

La empresa al ser una cadena de retail utiliza sus tiendas en sus cuatro formatos para llegar a su cliente final. Para Walmart en Guatemala el canal físico y online se manejan como uno solo.



Ilustración 56 imágenes supermercados

2. **Unisuper:** Es el segundo grupo de supermercados más grande del país, seguido de Walmart, con más de 80 establecimientos divididos en sus dos líneas: La Torre con 65 sucursales y Econosuper con 8. La Torre está dirigida a un segmento de clase media alta, mientras que los clientes de Econosuper se dirigen a un estrato medio bajo con productos de consumo masivo.

Los Supermercados La torre se encuentran segmentados por zona dentro de la ciudad capital, por ello no se suelen encontrar los mismos productos en torres de diferentes áreas. Dependiendo de la torre y la zona hay algunas que manejan más producto importado que otras.

- **Venta Online ligada a Supermercado La Torre:** Su canal de venta online se desarrolló durante la pandemia y se encuentra ligado a Supermercado físico.
- **Torre express:** Tiendas de conveniencia creadas bajo el modelo de mini markets. Debido a este formato la torre ha ganado popularidad entre segmentos más jóvenes, pues su alcance ha sido masivo, además de ser una solución a los problemas de tránsito en la ciudad.
- **Econosuper:** Supermercado de gama masiva, cuenta con productos más locales enfocado en un segmento de gama media-baja.

Como opera Unisuper es que cada una de las tiendas se abastece directamente de los proveedores. La tienda se comunica con el proveedor y este tiene que dar respuesta al requerimiento de la empresa entre 18 a 24 horas. Una vez el proveedor responde, esta factura el producto y lo carga, luego debe llevar el producto a uno de los centros de distribución de Unisuper. Desde este centro de distribución el producto tarda entre 6 a 8 horas para que la carga se distribuya y cargue en los diferentes camiones que distribuyen a cada tienda.

Existen proveedores que funcionan de forma híbrida. Este es el caso de empresas como Grupo Dispersa, La Carreta, Comeragua, Kultiva, Planesa, pues abastecen el centro de distribución, así como tiendas directamente. Esto sucede debido a que son empresas con la capacidad de hacer entrega directa a las tiendas de mayor consumo en el país.

Adicional a ello, Unisuper subcontrata una flotilla que abastece a las tiendas y cuentan con rutas determinadas para que en un viaje puedan abastecer inclusive dos tiendas. Por ejemplo, existen rutas hacia el norte del país con camiones que llevan productos frescos hacia Petén (norte de la ciudad de Guatemala) y se lleva también a Poptún. En Xela hay un camión que abastece a las dos tiendas ubicadas en Xela, Quetzaltenango.

En el caso de la capital la tienda que más vende frutas y verduras es la torre de la zona 15 del boulevard Vista Hermosa. Por ello está sola tienda requiere de un camión completo para abastecerse.



Ilustración 57 imágenes supermercado Latorre

3. **Grupo de Tiendas Asociadas** cadena de tiendas que cuenta con más de 100 puntos de venta en todo el país. La empresa maneja diferentes formatos de tiendas en diferentes canales y para diversos segmentos. Actualmente cuenta con 3 multi mayoreos, 12 tiendas en formato de “sumas”, 130 súper del barrio, 5 súper fresh y 6 centros de distribución y producción. En el año 2020 la empresa inauguró su más reciente centro de distribución y producción de su marca blanca Chiper.

La empresa ha comenzado a tener alianzas con parques de desarrollos industriales para estar presente en el área comercial del complejo. Esto es importante, ya que el país está en desarrollo de zonas industriales y su objetivo es estar presentes para que los trabajadores de la zona tengan un lugar a la mano para hacer sus compras. Además de que este tipo de alianzas van en línea a la estrategia de crecimiento con la que cuenta la compañía.

La empresa comercializa el producto de fruta fresca en formato a granel, empaquetado y congelado. La empresa comenzó como una tienda para mayoristas. Sin embargo, a partir de los años ha ido evolucionando con diversos formatos:

- **Súper del Barrio:** supermercados de conveniencia con más de 70 puntos de venta en Guatemala, Chimaltenango, Sacatepéquez, Santa Rosa, Jutiapa, Jalapa y Escuintla.
- **Mi Súper Fresh:** supermercados enfocados a productos frescos y una gama más premium. En este mismo canal cuentan con venta en línea. En el caso de Súper Fresh, GTA ha desarrollado una aplicación móvil desde la cual los

consumidores pueden solicitar un *pick up* o *delivery* de los productos en tienda o a su casa además de contar con ofertas especiales a través de la app.

- **Multi Mayoreo:** tiendas especializadas para mayoristas, así como minoristas. Su presencia es en el oriente del país
- **Supermercados Suma:** Supermercados de autoservicio Cash & Carry orientado a clientes mayoristas y consumidores finales para 2021 esperan contar con 11 tiendas, ubicadas en occidente del país y la costa Norte. Es en los formatos de Súper Fresh, Suma y Súper del barrio, que la empresa cuenta con espacios de venta de frutas y vegetales, tanto nacionales como importados.



Ilustración 58 imagen misuperfresh

### Tiendas canal ecommerce

Adicional a los supermercados existen tiendas que comercializan fruta en línea y que entregan directo al consumidor final. Dichas tiendas se hicieron mucho más populares durante la pandemia, ya que ofrecían una solución más cómoda de compra para el consumidor.

- **Greens**
- **La huerta Express**
- **Cinco + uno**
- **SuperChapin**
- **Selección del Chef**
- **Distribuidora Yaneth**
- **Cinco Azul**
- **Súper Express**

## 4.4 Precios

A continuación, se detallan precios de los diversos productos:

### MAYORISTA

Tabla 8 Precios mayoristas

Producto	Cantidad	Precio Q	Precio US\$
80610 Uvas frescas	1 caja de 22Lbs	305	39.35
80810 Manzanas frescas	1 saco de 100 Lbs	500	64.51
80510 Naranjas	1 ciento	109	14.06
80521 Mandarinas	1 caja 250 unidades	180	23.22
81320 Ciruelas secas	16 onzas	44	5.68
70320 Ajos	1 Mazo (20 trenzas)	72.50	9.35
70920 Espárragos	1 manojo	29.95	3.86
90420 Frutos de los géneros Capsicum (Ají ancho / chile pasa   Paprika / Chile guaque)	1/2 libra	15	1.9

\*USD\$1 = Q7.75

Fuente: Elaboración propia a través de información obtenida en el trabajo de campo

### SUPERMERCADOS

#### Paiz

Tabla 9 Precios supermercado Paiz

Producto	Cantidad	Precio Q	Precio US\$
80610 Uvas frescas	1 libra	25.50	3.29
80810 Manzanas frescas	1 libra	14.20	1.83
80830 Pera Bosco	1 libra 4 unidades	14.50	1.87
80510 Naranjas	Unidad	5.75	0.74
80521 Mandarinas	1libra	16.25	2.10
81050 Kiwis	1 libra	25.90	3.34
81040 Arándanos	1 bandeja 170gr	29.90	3.86
80620 Uvas secas incluidas pasas	1 caja de 28 gr	3.25	0.42
81320 Ciruelas secas	bolsa de 250gr	29.60	3.82
70320 Ajos	3 unidades	5.90	0.76
70920 Espárragos	1 atado	32.90	4.24
90420 Frutos de los géneros Capsicum (Ají ancho / chile pasa   Paprika / Chile guaque)	30 gr	9.40	1.21

Fuente: Elaboración propia a través de información obtenida en el trabajo de campo.

## La Torre de Unisuper

Tabla 10 Precios supermercado LaTorre

Producto	Cantidad	Precio Q	Precio US\$
80610 Uvas frescas	Libra	32.02	4.13
80810 Manzanas frescas	unidad	5.99	0.77
80830 Peras frescas	unidad	5.94	0.76
80510 Naranjas	unidad	8.20	01.06
80521 Mandarinas	unidad	1.32	0.17
80930 Cerezas	N/A	N/A	N/A
81050 Kiwis	unidad	4.80	0.62
81040 Arándanos	1bandeja 170 gr	40.50	5.22
80620 Uvas secas incluidas pasas	bolsa de 150 gr	13.85	1.78
81320 Ciruelas secas	bolsa de 226gr	32.50	4.19
70320 Ajos	3 unidades	5.75	0.74
70920 Espárragos	1 atado	41.20	5.32
90420 Frutos de los géneros Capsicum (Ají ancho / chile pasa   Paprika / Chile guaque)	30 gr	9.95	1.28

\*USD\$1 = Q7.75

Fuente: Elaboración propia a través de información obtenida en el trabajo de campo.

## PriceSmart

Tabla 11 Precios supermercado PriceSmart

Producto	Cantidad	Precio Q	Precio US\$
80610 Uvas frescas	2 libras	56.95	7.34
80810 Manzanas frescas	Unidad	5.24	0.67
80830 Peras frescas	6-8 unidades	34.95	4.50
80510 Naranjas	10 unidades	59.95	7.73
80521 Mandarinas	10 unidades	56.95	7.34
80930 Cerezas	Libra	74.95	9.67
81050 Kiwis	2 libras	44.95	5.80
81040 Arándanos	3 libras	99.95	12.89
80620 Uvas secas incluidas pasas	bolsa de 40 onz.	63.95	8.25
81320 Ciruelas secas	bolsa de 40 onz.	84.95	10.96
70320 Ajos	N/A	N/A	N/A
70920 Espárragos	1 atado	41.45	5.34
90420 Frutos de los géneros Capsicum (Ají ancho / chile pasa   Paprika / Chile guaque)	N/A	N/A	N/A

Fuente: Elaboración propia a través de información obtenida en el trabajo de campo.

## La Bodegona

Tabla 12 Precios Supermercado LaBodegona

Producto	Cantidad	Precio Q	Precio US\$
80610 Uvas frescas	Libra	21.45	2.77
80810 Manzanas frescas	Libra	11.25	1.45
80830 Peras frescas	N/A	N/A	N/A
80510 Naranjas	Libra	9.95	1.28
80521 Mandarinas	Libra	14.95	1.93
80930 Cerezas	N/A	N/A	N/A
81050 Kiwis	libra	13.95	1.80
81040 Arándanos	bandeja 170 gr	29.95	3.86
	libra	14.95	1.92
80620 Uvas secas incluidas pasas			
81320 Ciruelas secas	bolsa 150 grs.	22.95	2.96
70320 Ajos	N/A	N/A	N/A
70920 Espárragos	1 Atado	29.95	3.86

\*USD\$1 = Q7.75

Fuente: Elaboración propia a través de información obtenida en el trabajo de campo.

## Market Place

### Greens by Sparraguss

Tabla 13 Precios Greens by Sparraguss

Producto	Cantidad	Precio Q	Precio US\$
80610 Uvas frescas	Libra	28.00	3.61
80810 Manzanas frescas	unidad	5.00	0.64
80830 Peras frescas	unidad	4.95	0.63
80510 Naranjas	unidad	7.40	0.95
80521 Mandarinas	unidad	5.85	0.75
80930 Cerezas	N/A	N/A	N/A
81050 Kiwis	unidad	4.50	0.58
81040 Arándanos	6 onzas	33.00	4.25
80620 Uvas secas incluidas pasas	Libra	21.00	2.70
81320 Ciruelas secas	N/A	N/A	N/A
70320 Ajos	3 unidades	4.75	0.63
70920 Espárragos	Libra	38.75	5.00
90420 Frutos de los géneros Capsicum (Ají ancho / chile pasa   Paprika / Chile guaqué)	N/A	N/A	N/A

\*USD\$1 = Q7.75

Fuente: Elaboración propia a través de información obtenida en el trabajo de campo.

## Selección del Chef

Tabla 14 Precios Selección del Chef

Producto	Cantidad	Precio Q	Precio US\$
80610 Uvas frescas	Libra	25.00	3.22
80810 Manzanas frescas	unidad	4.50	0.58
80830 Peras frescas	unidad	4.50	0.58
80510 Naranjas	unidad	6.00	0.77
80521 Mandarinas	N/A	N/A	N/A
80930 Cerezas	N/A	N/A	N/A
81050 Kiwis	unidad	4.50	0.58
81040 Arándanos	Libra	25	3.22
80620 Uvas secas incluidas pasas	bolsa 150gr	13.25	1.71
81320 Ciruelas secas	bolsa 200gr	15	1.94
70320 Ajos	3 unidades	4.50	0.58
70920 Espárragos	frasco 530 gr	39.00	05.03

\*USD\$1 = Q7.75

Fuente: Elaboración propia a través de información obtenida en el trabajo de campo.

## V. Análisis de la Demanda

### 5.1 Perfil del Consumidor

De acuerdo al Ministerio de Economía de Guatemala el promedio de un hogar está compuesto por 4 personas. Para el año 2030 se prevé que el área urbana del país represente alrededor del 65%; con una clase media del 47% y un ingreso de hogares rurales con un promedio de US\$13,080 anual y urbano de US\$21,305 anual. (Ministerio de Economía, 2021)

Para entender al consumidor guatemalteco es importante considerar el desarrollo del país. Guatemala se encuentra altamente centralizada en la ciudad capital; por ello es que todos los días un aproximado de 5 millones de habitantes se dirigen a la ciudad capital para trabajar. Este hecho ha generado que en los últimos 10 años se haya experimentado un crecimiento vertiginoso de la construcción de vivienda vertical como una solución para mejorar la calidad de vida de los habitantes de la ciudad y estar más cerca de sus áreas de trabajo. (Espinoza, 2022)

Para Juan Carlos Salazar, director de la Asociación Nacional de Constructores de Vivienda (Anacovi) la vivienda vertical ha venido experimentando un incremento del 28% en los últimos 3 años y se ha mantenido constante, lo que demuestra la madurez que está tomando la ciudad. Junto con el desarrollo de vivienda también se ha experimentado un crecimiento en los supermercados, quienes han optado por estrategias más agresivas para estar cercanos a los consumidores; ya sea desde hacer formatos exprés que se acoplen más a la vida de ciudad, a formar parte de proyectos mixtos que incluyen vivienda, oficinas, y tiendas; si no también a formar parte de la descentralización del país. (Espinoza, 2022)

La transformación y reconfiguración que el país está experimentando en cuanto a lo rural y lo urbano ha hecho que, para el consumidor urbano, con mayor poder adquisitivo, tenga con mayor facilidad el acceso a supermercados, por ello vemos como el canal moderno ha ido ganando relevancia frente al canal tradicional. No obstante, el grueso de la población rural sigue comprando a través de las centrales de mayoreo y mercados cantonales. Pues a nivel general las clases medias y bajas, quienes generan el mayor consumo en Guatemala siguen optando por el canal tradicional.

Guatemala es aún un país de precios, por ello para los supermercados es importante contar con un precio competitivo y ofertas para los consumidores. En cuanto a exigencias del consumidor, durante la entrevista, los importadores, distribuidores y comercializadores de producto fresco coincidieron en indicar que el mercado no exige certificaciones más allá de lo normativo que deben de cumplir por la autoridad a la hora de importar. A pesar de que han existido esfuerzos de sensibilización sobre el producto orgánico, muy pocos son los consumidores dispuestos a pagar extra por este tipo de productos. (Viceministerio de Integración Económica de Guatemala, 2019)

No obstante, supermercados como Unisuper a través de la Torre han identificado nichos de consumo, por lo que su estrategia ha sido segmentar sus propias tiendas para proveer a algunas de ellas de productos que cumplen con exigencias más elevadas que lo que se acostumbra en el país.

El mayor flujo para las compras de productos frescos y de consumo se da durante el fin de semana, ya que entre semana se manejan las compras de último momento. No obstante, supermercados como Walmart y Paíz manejan días específicos para sacar oferta en productos frescos y anunciar la llegada de nueva mercadería a la tienda. Otro tema a considerar es que el canal electrónico post pandemia ha ganado fuerza en el mercado. Por ello muchos importadores y distribuidores han optado por incursionar en este canal y

abastecer al cliente final a través de compra en su plataforma en línea; eventos como Black Friday y Cyber Monday ayudan a que este tipo de plataformas ganen más credibilidad y sean una solución más práctica para la población urbana. De acuerdo con el informe del Ministerio de Economía la propensión de consumo del guatemalteco es del 90%. (Viceministerio de Integración Económica de Guatemala, 2019)

Guatemala no está exenta de la tendencia del *ready to eat* y el *grab & go*. Por ello no es extraño que a pesar de ser uno de los principales productores de frutas y hortalizas para exportación, el país no tenga un consumo intensivo de estos productos.

Cámara del Agro de Guatemala realizó durante el 2014 en alianza con la consultora CABI un reporte de inteligencia de consumo Nacional de Productos Agrícolas. En la actualidad, este es el estudio más actualizado con el que se cuenta.

El estudio indica que, para ese entonces, el consumo total de las familias de frutas y verduras era de US\$1,500,000 dólares. Para las verduras el principal mercado es el departamento de Guatemala con 30% del total de consumo, seguido por Huehuetenango (departamento que colinda con México) con un 7%, Quetzaltenango un 6% y San Marcos un 6%. Los principales vegetales que se consumen en el país con tomate (14%), papa (14%), plátano (10%), güisquil (6%). Las urbes gastan 21 % más en vegetales que la zona rural. A nivel per cápita para el 2014, el guatemalteco consumía US\$40.75 dólares de verduras a nivel nacional. (Cámara del Agro de Guatemala, 2014)

En cuanto a las frutas el principal mercado es el departamento de Guatemala con 35% del total de consumo, seguido por Huehuetenango con 6%, Quetzaltenango 5% y Alta Verapaz 5%. Los productos de mayor consumo son uvas (10%) manzana (10%) y banano (10%). Los consumidores urbanos gastan 23% en fruta que las zonas rurales. A nivel per cápita de consumo el rubro de frutas alcanza los US\$50 dólares. (Cámara del Agro de Guatemala, 2014)

## **5.2 Análisis de Tendencias**

Guatemala, al igual que el resto de países del mundo no es ajena a las tendencias que se enfocan hacia una vida más saludable, especialmente liderada por una población urbana que vive en la ciudad, con menos tiempo para cocinar y que busca un balance entre la vida laboral y una vida saludable. No obstante, esta tendencia se ha visto más evidente en los productos procesados, que en los productos frescos, ya que no solo se busca que el producto sea saludable, sino también práctico, es decir que sea *ready to eat* o *grab & go*.

A la hora de examinar las tendencias es importante considerar, que gran parte de buscar un consumo más saludable proviene de un nicho específico de la población; pues si bien es cierto que el crecimiento de restaurante que ofrecen comida saludable ha sido exponencial, la mayoría de consumidores guatemaltecos siguen comprando por precio. Tal fue el caso del Supermercado Cinco + Uno, una plataforma en línea que nació con la intención de brindar producto diferenciado al cliente y focalizado en dietas para celíacos, alérgicos al gluten, lácteos etc. Las dueñas de dicha empresa indicaron que la idea original era posicionar producto orgánico o con certificaciones kosher o bio. Sin embargo, consideran que el consumidor en Guatemala aún prioriza el precio sobre este tipo de aspectos, razón por la cual la empresa ha ido modificando su modelo de negocios e incorporando otro tipo de productos.

El Ministerio de Economía indica que los guatemaltecos, jóvenes buscan opciones más saludables en sus hábitos de consumo. Productos como las berries y fruta congelada han ganado terreno en el mercado, pues la facilidad para almacenar y el tiempo de vida del producto permite ajustarse al estilo de vida del área urbana. Por otro lado, el sector Horeca también ha ganado relevancia en el consumo de producto fresco, pues muchos restaurantes y cafeterías ofrecen opciones más saludables como smoothies tanto de frutas como verduras, shakes de proteína, yogurts, frutas y vegetales frescos, entre otros productos bajo en calorías. (Ministerio de Economía, 2021)

Durante las entrevistas los distribuidores e importadores de menor escala indicaron que el sector agroindustrial también ha aumentado su demanda de productos frescos, especialmente luego de que en el 2020 hubo una plaga en el cultivo de fresa que creó un desabastecimiento de los proveedores locales, lo que impulsó a que muchas de las empresas agroindustriales diversificasen su proveeduría de materia prima.

En Guatemala el consumo de fruta se dispara durante el verano que es de marzo a junio, época para la cual se dispara el consumo de fruta tropical tanto en compradores mayoristas como minoristas. Por otro lado, en el mes de octubre, noviembre y diciembre se comienza a disparar la demanda de uvas y manzanas, cercanos a las festividades de fin de año.

Para la temporada de invierno el consumo de fruta se mantiene, sobre todo al finalizar el año, pues los consumidores elaboran bebidas como el ponche que se elabora a partir de diversas frutas y que incluyen también frutos deshidratados como pasas y ciruelas.

Las frutas que más se consumen durante el verano, de acuerdo al jefe del Departamento de Fruticultura y Agroindustria del MAGA son: mango, papaya, melón, sandía, piña, aguacate y cítricos como el limón, la naranja y la mandarina. (Gramajo, Prensa Libre, 2020)

Hoy en día en Guatemala se observa una oferta más diversificada de frutas, por ejemplo hace 5 años no se comercializaba tanto kiwi, ni tampoco cerezas en el supermercado, ya que la mayoría iban destinado a canal HORECA. Sin embargo, el mercado ha ido demandando más productos exóticos de cara a una tendencia de alimentación más saludable en el área urbana y a tendencias en elaborar recetas como bowls y smoothies.

### **5.3 Percepción del Producto Peruano**

Durante las entrevistas realizadas se les consultó a las empresas importadoras, distribuidoras y comercializadores sobre su percepción del producto peruano. La respuesta generalizada fue que el producto es de una muy buena calidad en comparación a otros orígenes, además de tener altos estándares de calidad, pues gran parte de los proveedores de Guatemala son empresas que exportan a orígenes que tienen mayores exigencias. A continuación, se detalla información más específica de las respuestas obtenidas:

La uva peruana es de los principales productos que importa Guatemala. Muchos de los entrevistados indicaron que la uva peruana ha tenido una evolución en el mercado, pues hace algunos años cuando se comenzó a importar, esta no fue del agrado del consumidor final debido a su acidez, llegándose a sentir en el paladar casi como astringente, por otro lado, el color oscuro y el sabor más agrio no lograba competir contra la uva californiana, a la cual el paladar guatemalteco está más acostumbrada debido a su dulzura y color. Sin embargo, en los últimos años la uva peruana ha ido ganando espacio. Para algunas empresas el aumento de uva peruana en el mercado se debe a los cambios climáticos en Estados Unidos, la crisis de mano de obra, lo que hace que los precios de Perú sean más competitivos, y a que Perú ha mejorado su calidad de uvas y se ha ido adaptando al paladar del guatemalteco. No obstante, existen empresas y supermercados que indican que los consumidores siguen teniendo una mayor inclinación hacia la uva de Estados Unidos.

Para el caso de los cítricos, especialmente naranja y mandarinas la percepción del producto también ha sido buena, especialmente porque muchos han probado una mandarina dulce, que actualmente se venden en el supermercado como un snack saludable. Algunas empresas indicaron que los cítricos peruanos son una buena alternativa de proveeduría ya que la relación precio- calidad del producto es buena, adicional a que Perú logra abastecer a

Guatemala casi todo el año completo, a diferencia de Estados Unidos y España, para muchos importadores mantener una oferta constante de producto es clave en su estrategia de diferenciación de cara a su competencia. Incluso existen empresas interesadas en explorar productos como el limón persa, pues a pesar de que Guatemala sea productor, algunas empresas prevén el querer diversificar su abastecimiento, especialmente en la época de verano (marzo a junio); pues debido al cambio climático consideran que el mercado ya no se estará dando abasto.

El espárrago es otro producto de gran aceptación en el mercado. Previo a la pandemia Perú tenía el inminente liderazgo en la proveeduría de este producto a Guatemala, no obstante, debido a las complicaciones en el transporte aéreo estas importaciones han ido a la baja. Guatemala es un productor de espárragos. No obstante, la mayor parte de la producción tiene como destino la exportación hacia EE. UU y Europa. Durante la pandemia mucho producto de exportación se destinó para consumo local. La tendencia para el año 2022 ha sido regresar a que el remanente de este producto destinado a la exportación sea el que se comercialice en el país, lo que hace que la calidad del producto local no sea óptima como lo es el espárrago peruano. En palabras de los empresarios el espárrago peruano es superior en sabor y aspecto. Además, de que el proceso de lavado y refrigerado que lleva el espárrago peruano le permite tener más vida al producto, pues según las empresas este llega a durar entre 10 a 12 días, mientras que el local solo dura 7, razón por la cual el canal HORECA tiende a demandar más el producto peruano. Actualmente el problema de la importación de espárragos de Perú sobre pasa el producto en sí y la barrera se centra más en el transporte aéreo y conectividad entre ambos mercados, así como en la ausencia de un tratado de libre comercio que hace que el producto deba de pagar 15 % de arancel a su ingreso al país.

Las berries al igual que los espárragos tienen un problema similar, ya que ambos productos se importan vía aérea por pallets. No obstante, el costo de traer un producto de Perú es mayor que traerlo de Chile, considerando que Chile si cuenta con un tratado de libre comercio con Guatemala. Un competidor natural de berries para Perú es México, debido a la cercanía que tiene con Guatemala; no obstante, muchos de los entrevistados indicaron que la calidad de las berries y el arándano peruano sobre pasa al mexicano, sumado a la atención al cliente que brindan los peruanos versus los mexicanos.

Respecto a los productos capsicum específicamente chile ancho/ pasa y chile guaque / paprika las empresas han tenido buena experiencia con los productos desde Perú, pues cumplen con la calidad y el precio esperado, incluso algunas empresas indican que son productos superiores a otros orígenes. Sin embargo, luego de pandemia muchas empresas

han mostrado descontento respecto a los tiempos de tránsito de los contenedores, pues muchos indican que pasaron de tardarse 15 días en recibir el producto a 45 días, lo cual no les es conveniente debido a que los productos son perecederos. Otros indicaron que la percepción del producto es buena pero la capacidad de los proveedores para suplir todo el año no lo es tanto.

A continuación, se presentan los comentarios sobre los otros productos analizados dentro de este estudio que actualmente tienen poca presencia o no tienen presencia en el país.

La participación de Perú en la proveeduría de peras y manzanas a Guatemala es muy baja en comparación a otros orígenes como Estados Unidos y Chile. Productos como peras y manzanas peruanas no son tan conocidos en el mercado. Para algunos importadores y distribuidores fue sorpresa conocer que Perú es capaz de abastecerlos de estos productos. En cuanto a los importadores más grandes como Unispice, Dispersa y Frutería Vidaurri indicaron que estos productos forman parte de su inventario. No obstante, es un mercado que Estados Unidos ha mantenido debido a que este país ha sido capaz de abastecer de producto durante casi todo el año. No obstante, de cara a la situación actual de cambio climático y problemas sociales, existen empresas con interés de diversificar aún más su abastecimiento por lo que ven en Perú una opción viable, a pesar de que aún hay mucho desconocimiento.

El caso de las cerezas y kiwis despertó gran interés entre los importadores, pues en su mayoría desconocían que estos productos formaran parte de la oferta exportable peruana, similar con la cebolla y los ajos. Únicamente una empresa indicó haber intentado importar cebolla desde Perú, sin embargo, esta prueba no pudo llevarse a cabo debido a que la cebolla peruana era amarilla y lo que ellos buscaban era blanca, ya que es la cebolla blanca la más demandada por el consumidor en Guatemala. En el caso de los kiwis al igual que las uvas, el paladar guatemalteco busca que el producto sea dulce y no ácido, por ello la temporada de kiwi de nueva Zelanda ha tenido bastante éxito. En cuanto a las cerezas, su importación comenzó en el año 2018, su comercialización inició únicamente en el mes de diciembre y actualmente se comercializa durante el primer trimestre del año. Para muchos importadores conocer que Perú cuenta con productos como cerezas y kiwis les permite tener a un proveedor más cercano y complementar la estacionalidad del producto que ya tienen. En el caso del ajo y la cebolla les permite tener a un proveedor más cercano y no depender de China en el caso del ajo o del posible desabastecimiento de México en el caso de la cebolla.

Para las pasas y las ciruelas existe un gran nicho de mercado, ya que la agroindustria ha ido desarrollándose hacia los snacks saludables. Actualmente Chile lidera este mercado, esto

debido a que este tipo de productos se comercializan en Guatemala por precio. Existen empresas que han tenido experiencia con el producto peruano y lo consideran de calidad. No obstante, es necesario mejorar el abastecimiento del producto y contar con un tratado de libre comercio para igualar a su competidor sudamericano.

## VI Requisitos de Acceso al Mercado

### 6.1 Medidas Arancelarias

Perú no cuenta con un tratado de libre comercio con Guatemala, por ello la mayor parte de los productos deben de pagar arancel al momento de ingresar al mercado. Adicional al arancel los productos deben de pagar el impuesto al valor agregado -IVA- que en Guatemala corresponde al 12%.

Las fuentes utilizadas para este apartado son el sistema de arancel integrado de Guatemala y el listado de acceso negociado por Perú para ingresar producto a Guatemala.

#### 080810 manzanas

**Código de Mercancías**

0808	MANZANAS, PERAS Y MEMBRILLOS, FRESCOS	
0808.10.00	- Manzanas	

---

Tipo operación IMPORTACION

Origen/Destino Perú

[Cancelar búsqueda avanzada](#)

Regímenes 23 - Definitivo - importación

Modalidad Seleccione un ítem

Consultar

---

**TRATAMIENTO GENERAL**

Código	Descripción	Código adicional	Valor	Código de cuota
IVA	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO A LA IMPORTACION		Valor en Aduanas más DAI por 12%	Legislación

Iniciar nueva búsqueda Nomenclatura Restricciones

Ilustración 59 Código manzanas

Las manzanas tienen tratamiento general, esto quiere decir que paga el arancel de todos los países que no tienen un tratado de libre comercio que es del 15%.

#### 080830 Peras

**Código de Mercancías**

0808	MANZANAS, PERAS Y MEMBRILLOS, FRESCOS	
0808.20.10	-- Peras	

---

Tipo operación IMPORTACION

Origen/Destino TODOS

[Búsqueda avanzada](#)

Consultar

---

**TRATAMIENTO GENERAL**

Código	Descripción	Código adicional	Valor	Código de cuota
IVA	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO A LA IMPORTACION		Valor en Aduanas más DAI por 12%	Legislación

Iniciar nueva búsqueda Nomenclatura Restricciones

Ilustración 60 Código peras

Las peras tienen tratamiento general, esto quiere decir que paga el arancel de todos los países que no tienen un tratado de libre comercio que es del 15%.

### 080610 Uvas Frescas

Código de Mercancías

0806	UVAS, FRESCAS O SECAS, INCLUIDAS LAS PASAS	
0806.10.00	- Frescas	

---

Tipo operación IMPORTACION

Origen/Destino Perú

[Cancelar búsqueda avanzada](#)

Regímenes 23 - Definitivo - importación

Modalidad Seleccione un ítem

Consultar

---

TRATAMIENTO GENERAL

Código	Descripción	Código adicional	Valor	Código de cuota
IVA	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO A LA IMPORTACION		Valor en Aduanas más DAI por 12%	Legislación

Iniciar nueva búsqueda
Nomenclatura
Restricciones

Ilustración 61 Código Uvas

Las uvas tienen tratamiento general, esto quiere decir que paga el arancel de todos los países que no tienen un tratado de libre comercio que es del 15%.

### 080510 Naranjas

Código de Mercancías

0805	AGRIOS (CITRICOS) FRESCOS O SECOS	
0805.10.00	- Naranjas	

---

Tipo operación IMPORTACION

Origen/Destino Perú

[Búsqueda avanzada](#)

Consultar

---

TRATAMIENTO GENERAL

Código	Descripción	Código adicional	Valor	Código de cuota
IVA	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO A LA IMPORTACION		Valor en Aduanas más DAI por 12%	Legislación

Iniciar nueva búsqueda
Nomenclatura
Restricciones

Ilustración 62 Código Naranjas

Las naranjas tienen tratamiento general, esto quiere decir que paga el arancel de todos los países que no tienen un tratado de libre comercio que es del 15%.

### 080521 Mandarinas

Las mandarinas tienen tratamiento general, esto quiere decir que paga el arancel de todos los países que no tienen un tratado de libre comercio que es del 15%.

Código de Mercancías

<b>0805</b>	AGRIOS (CITRICOS) FRESCOS O SECOS
<b>0805.21.0000</b>	- - Mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas)

---

Tipo operación: IMPORTACION    Origen/Destino: Perú  
[Búsqueda avanzada](#)

**Consultar**

---

TRATAMIENTO GENERAL

Código	Descripción	Código adicional	Valor	Código de cuota
DAI	DERECHOS ARANCELARIOS A LA IMPORTACION		15%	<span style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px;">Legislación</span>
IVA	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO A LA IMPORTACION		Valor en Aduanas más DAI por 12%	<span style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px;">Legislación</span>

Iniciar nueva búsqueda
Nomenclatura
Restricciones

Ilustración 63 Código mandarinas

### 080920 Cerezas

Código de Mercancías

<b>0809</b>	ALBARICOQUES (DAMASCOS, CHABACANOS), CEREZAS, MELOCOTONES (DURAZNOS) (INCLUIDOS LOS GRINONES Y NECTARINAS), CIRUELAS Y ENDRINAS, FRESCOS
<b>0809.2</b>	- Cerezas:
<b>0809.20.00</b>	- Cerezas

---

Tipo operación: IMPORTACION    Origen/Destino: Perú  
[Búsqueda avanzada](#)

**Consultar**

---

TRATAMIENTO GENERAL

Código	Descripción	Código adicional	Valor	Código de cuota
IVA	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO A LA IMPORTACION		Valor en Aduanas más DAI por 12%	<span style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px;">Legislación</span>

Iniciar nueva búsqueda
Nomenclatura
Restricciones

Ilustración 64 Código cerezas

Las cerezas tienen tratamiento general, esto quiere decir que paga el arancel de todos los países que no tienen un tratado de libre comercio que es del 15 %.

### 081050 Kiwis

Código de Mercancías				
0810	LAS DEMAS FRUTAS U OTROS FRUTOS, FRESCOS			
0810.50.00	- Kiwis			

Tipo operación:  Origen/Destino:

[Búsqueda avanzada](#)

TRATAMIENTO GENERAL				
Código	Descripción	Código adicional	Valor	Código de cuota
IVA	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO A LA IMPORTACION		Valor en Aduanas más DAI por 12%	<input type="button" value="Legislación"/>

Ilustración 65 Código kiwis

Los kiwis tienen tratamiento general, esto quiere decir que paga el arancel de todos los países que no tienen un tratado de libre comercio que es del 15%.

### 081040 Arándanos

Código de Mercancías				
0810	LAS DEMAS FRUTAS U OTROS FRUTOS, FRESCOS			
0810.40.00	- Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género Vaccinium			

Tipo operación:  Origen/Destino:

[Búsqueda avanzada](#)

TRATAMIENTO GENERAL				
Código	Descripción	Código adicional	Valor	Código de cuota
IVA	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO A LA IMPORTACION		Valor en Aduanas más DAI por 12%	<input type="button" value="Legislación"/>

Ilustración 66 Código arándanos

Los arándanos tienen tratamiento general, esto quiere decir que paga el arancel de todos los países que no tienen un tratado de libre comercio que es del 15%.

## 081320 Ciruelas Secas

Código de Mercancías				
0813	FRUTAS Y OTROS FRUTOS, SECOS, EXCEPTO LOS DE LAS PARTIDAS 08.01 A 08.06; MEZCLAS DE FRUTAS U OTROS FRUTOS, SECOS, O DE FRUTOS DE CASCARA DE ESTE CAPITULO			
0813.20.00			- Ciruelas	

Tipo operación:  Origen/Destino:  [Búsqueda avanzada](#)

TRATAMIENTO GENERAL				
Código	Descripción	Código adicional	Valor	Código de cuota
IVA	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO A LA IMPORTACION		Valor en Aduanas más DAI por 12%	<input type="text" value="Legislación"/>

Ilustración 67 Código ciruelas secas

Las ciruelas tienen tratamiento general, esto quiere decir que paga el arancel de todos los países que no tienen un tratado de libre comercio que es del 15%.

## 080620 Pasas

Código de Mercancías				
0806	UVAS, FRESCAS O SECAS, INCLUIDAS LAS PASAS			
0806.20.00			- Secas, incluidas las pasas	

Tipo operación:  Origen/Destino:  [Búsqueda avanzada](#)

TRATAMIENTO GENERAL				
Código	Descripción	Código adicional	Valor	Código de cuota
IVA	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO A LA IMPORTACION		Valor en Aduanas más DAI por 12%	<input type="text" value="Legislación"/>

Ilustración 68 Código pasas

Las pasas tienen tratamiento general; no obstante, este producto ingresa al mercado pagando 0% de arancel.

## 070310 Cebolla

Código de Mercancías				
0703	CEBOLLAS, CHALOTES, AJOS, PUERROS Y DEMAS HORTALIZAS ALIACEAS, FRESCOS O REFRIGERADOS			
0703.10	- Cebollas y chalotes:			
0703.10.1		-- Cebollas:		
0703.10.12		--- Blancas		

Tipo operación: **IMPORTACION** Origen/Destino: **Perú**  
[Búsqueda avanzada](#)

**Consultar**

TRATAMIENTO GENERAL				
Código	Descripción	Código adicional	Valor	Código de cuota
IVA	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO A LA IMPORTACION		Valor en Aduanas más DAI por 12%	<b>Legislación</b>

**Iniciar nueva búsqueda** **Nomenclatura** **Restricciones**

Ilustración 69 Código cebollas

La cebolla tiene tratamiento general, esto quiere decir que paga el arancel de todos los países que no tienen un tratado de libre comercio que es del 15%.

## 070320 Ajos

Código de Mercancías				
0703	CEBOLLAS, CHALOTES, AJOS, PUERROS Y DEMAS HORTALIZAS ALIACEAS, FRESCOS O REFRIGERADOS			
0703.20.00		- Ajos		

Tipo operación: **IMPORTACION** Origen/Destino: **Perú**  
[Búsqueda avanzada](#)

**Consultar**

TRATAMIENTO GENERAL				
Código	Descripción	Código adicional	Valor	Código de cuota
IVA	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO A LA IMPORTACION		Valor en Aduanas más DAI por 12%	<b>Legislación</b>

**Iniciar nueva búsqueda** **Nomenclatura** **Restricciones**

Ilustración 70 Código ajos

Los ajos tienen un tratamiento general, esto quiere decir que paga el arancel de todos los países que no tienen un tratado de libre comercio que es del 15%.

## 070920 Espárragos

Código de Mercancías				
0709	LAS DEMAS HORTALIZAS, FRESCAS O REFRIGERADAS			
0709.20.00	- Espárragos			

Tipo operación: **IMPORTACION** Origen/Destino: **Perú**  
[Búsqueda avanzada](#)

**Consultar**

TRATAMIENTO GENERAL				
Código	Descripción	Código adicional	Valor	Código de cuota
IVA	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO A LA IMPORTACION		Valor en Aduanas más DAI por 12%	<a href="#">Legislación</a>

**Iniciar nueva búsqueda** **Nomenclatura** **Restricciones**

### Ilustración 71 Código espárragos

Los espárragos tienen tratamiento general, esto quiere decir que paga el arancel de todos los países que no tienen un tratado de libre comercio que es del 15 %.

## 090421 Frutos del género capsicum

Código de Mercancías				
0904	PIMIENTA DEL GENERO PIPER; FRUTOS DE LOS GENEROS CAPSICUM O PIMENTA, SECOS, TRITURADOS O PULVERIZADOS			
0904.2	- Frutos de los géneros Capsicum o Pimenta:			
0904.21.00	-- Secos, sin triturar ni pulverizar			

Tipo operación: **IMPORTACION** Origen/Destino: **Perú**  
[Búsqueda avanzada](#)

**Consultar**

TRATAMIENTO GENERAL				
Código	Descripción	Código adicional	Valor	Código de cuota
IVA	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO A LA IMPORTACION		Valor en Aduanas más DAI por 12%	<a href="#">Legislación</a>

**Iniciar nueva búsqueda** **Nomenclatura** **Restricciones**

### Ilustración 72 Código género capsicum

Los frutos Capsicum tienen tratamiento general, esto quiere decir que paga el arancel de todos los países que no tienen un tratado de libre comercio que es del 10%.

## 6.2 Regulaciones

Para importar producto fresco sin procesar la autoridad sanitaria, en este caso el Ministerio de Agricultura y Ganadería -MAGA-solicita constancia de análisis de laboratorio, requerido que sean del lugar de origen del producto.

Cuando el inspector tenga motivos para dudar del estado de la inocuidad del producto en el puerto de entrada al país, exigirá los análisis y diagnóstico de laboratorio para los siguientes riesgos: microbiológicos, químicos y físicos de acuerdo a las normas y directrices del Codex Alimentarius. Los productos cuyo diagnóstico indique que contienen contaminantes que pongan en riesgo la salud del consumidor, deberán cumplir con el dictamen del área de inocuidad de los alimentos.

Contaminantes Microbiológicos E. Coli y Salmonella, aplica para:

- Legumbre: Cebollín, lechuga, hongos y champiñones, brócoli, coliflor, perejil, vegetales pre cortados, ensaladas, retoño de soya, alfalfa.
- Frutas: Uva, ciruela, tomate, fresas, cerezas, persimón y otros de ALTO RIESGO
- Especies Plantas Medicinales: Albahaca, tomillo, manzanilla, orégano, pericón, hierbabuena, anís, rosa de Jamaica.
- Otros productos y sub-productos: De origen vegetal no procesados que presenten evidencia de contaminación de alto riesgo, para la salud del consumidor que no estén incluidos en la clasificación anterior.

**Las plagas cuarentenarias para el país son:**

- Plagas cuarentenarias para el país
- *Brevipalpus chilensis* (Ácaro)
- *Botrytis tulipae* (Hongo)
- *Cydia molesta* (Lepidóptera)
- *Dysaphis tulipae* (Hemiptera)
- *Epitrimerus pyri* (Ácaro)
- *Heliothrips haemorrhoidalis* (Thysanóptera)
- *Macrosiphum euphorbiae* (Hemiptera)
- *Naupactus leucoma* (Coleóptera)
- *Panonychus citri* (Ácaro)
- *Pseudococcus calceolariae* (Hemiptera)
- *Stegobium paniceum* (Coleóptera)
- *Liposcelis entomophila* (Psocoptera)
- *Liposcelis bostrychophilus* (Psocoptera)

En el siguiente [link](#) se puede descargar el procedimiento para la emisión de documentos para la importación de productos y subproductos de origen vegetal:



**Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación**  
**VICEMINISTERIO DE SANIDAD AGROPECUARIA Y REGULACIONES**  
**DIRECCION DE SANIDAD VEGETAL**  
**SECCION DE PROTECCION Y SANIDAD VEGETAL**  
7ª. Avenida 12-90 zona 13, Guatemala, Ciudad  
Teléfonos: 2413-7000 y 2413-7418

**SOLICITUD PARA GESTIONAR EL PERMISO FITOSANITARIO PARA  
LA IMPORTACION DE PLANTAS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS DE ORIGEN VEGETAL**

Por este medio SOLICITO me sea extendido el respectivo PERMISO FITOSANITARIO DE IMPORTACION, en base al Decreto 36-98 Ley de Sanidad Vegetal y Animal, Acuerdo Gubernativo No. 745-99 Reglamento de Sanidad Vegetal y Animal, los Acuerdos Ministeriales Nos. 617-2004 y 1185-2004 y demás regulaciones aplicables para la importación del(los) producto(s), haciendo del conocimiento que he verificado que todos los documentos, las declaraciones adicionales del Certificado Fitosanitario de Exportación o de Reexportación y del Certificado de Tratamiento Cuarentenario, cumplen con los requisitos para amparar la gestión y que son fiel copia de los originales:

Nombre o Razón Social: \_\_\_\_\_  
Dirección legal: \_\_\_\_\_  
Teléfono(s): \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_ NIT: \_\_\_\_\_  
Correo Electrónico: \_\_\_\_\_  
Representante Legal: ( ) o Propietario ( )  
Nombre del Representante Legal o Propietario: \_\_\_\_\_  
Producto(s): \_\_\_\_\_  
País de Origen del Producto \_\_\_\_\_ País de Procedencia del producto: \_\_\_\_\_  
Peso neto en Kilogramos: \_\_\_\_\_  
El producto es semilla sexual o asexual para reproducir: SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_  
Valor CIF (dólares): \_\_\_\_\_ Valor CIF (Quetzales): \_\_\_\_\_  
Timbre del Ingeniero Agrónomo (Decreto No. 69-92): O. \_\_\_\_\_  
Factura Comercial No. \_\_\_\_\_ Fecha de Emisión: \_\_\_\_\_

**Ilustración 73 Solicitud permiso fitosanitario**

**Documentos que el importador debe de presentar a la autoridad competente, y que requieren de apoyo del exportador:** Para efectos de la importación del producto el interesado debe presentar los documentos originales al Oficial del Servicio de Protección Agropecuaria – SEPA – en la Aduana de ingreso al territorio nacional, previo a realizar la inspección física del envío para verificar su condición fitosanitaria.

1. **Dos Fotocopias del certificado fitosanitario de exportación o de reexportación del envío**, según corresponda, extendido por la autoridad fitosanitaria del país de origen o procedencia, donde se incluye(n) la(s) declaración(es) adicional(es) de plagas de interés cuarentenario para Guatemala y el tratamiento cuarentenario fitosanitario(s) requerido(s) para su importación a Guatemala
2. **Dos Fotocopias del CERTIFICADO DE TRATAMIENTO CUARENTENARIO (\*\*)**, extendido por la Autoridad Nacional Competente en el país de origen o procedencia (al momento de consultar los requisitos fitosanitarios de importación, se indican las declaraciones adicionales y tratamientos cuarentenarios que aplican para el producto sujeto a importar. Es importante indicar que, en algunos formatos oficiales de los certificados fitosanitarios de exportación, contienen un apartado donde se declara el tratamiento cuarentenario aplicado.
3. **Fotocopia de la FACTURA COMERCIAL** (en la cual se consigne el nombre del producto, cantidad o peso y valor CIF)

### **6.3 Otras regulaciones (etiquetado / orgánico / GMO/ envases y embalajes)**

Para este apartado se realizaron consultas al Ing. Eduardo Taracena, Jefe Sección de Protección Y Sanidad Vegetal del Viceministerio de Sanidad Agropecuaria y Regulaciones VISAR- MAGA.

Se indicó que actualmente no existe una norma respecto al etiquetado de frutas, ya que estas se limitan a cumplir únicamente con lo que se les requiere de origen. En este caso la dirección de Inocuidad del Ministerio de Agricultura y Ganadería no ejerce ninguna competencia, ya que su única evaluación es verificar la condición fitosanitaria y de plagas que puedan estar asociadas al producto. El país tampoco exige una ley sobre el envase del producto, ya que esto queda pactado entre privados.

En cuanto al embalaje la única normativa que debe de cumplirse es la norma internacional NIMF 15 Esta es la reglamentación internacional del embalaje de madera utilizado en el comercio internacional. En resumen, esta norma indica que todo embalaje de madera debe de ser sometido a un tratamiento cuarentenario químico o térmico dependiendo del tipo de embalaje que utilice el producto. De esta cuenta es que la autoridad competente, en este caso el MAGA únicamente se limita a la verificación y cumplimiento de la norma.

Respecto a los productos orgánicos el Departamento de inocuidad solicita que los productos importados bajo esta categoría cuenten con un certificado de una agencia certificadora a nivel internacional, con el fin de que pueda ser reconocida en Guatemala y pueda comercializarse bajo esta misma categoría.

En cuanto a los a los productos GMO, es decir organismo genéticamente modificados, Guatemala no tiene una legislación en función a productos frescos, entiéndase frutas, verduras, hortalizas, entre otros. Tampoco cuenta con una ley UPOV aprobada para las semillas que ingresan al mercado. Actualmente se permite la importación de estas semillas únicamente para fines de estudio y experimentales. No obstante, este ha sido un tema de debate social en el país por lo que aún no se ha llegado a ningún acuerdo en cuanto a semillas.

### **6.4 Certificaciones**

Durante las entrevistas, las empresas importadoras indicaron que el mercado no exige ningún tipo de certificación. No obstante, Guatemala se beneficia de contar con producto de alta calidad debido a que hoy en día los exportadores peruanos cuentan con diferentes

certificaciones ya que sus principales mercados las exigen, por lo que la mayor parte de los exportadores cumplen con altos estándares y requisitos para acceder al mercado internacional. Muchas de las empresas indicaron que lo que generalmente se solicita de sus proveedores es que estos cuenten con Buenas Prácticas de Manufactura: pues lo que se busca es reforzar los métodos agrícolas responsables, desde la selección del lugar y la preparación del terreno hasta la cosecha y la manipulación del producto.

Algunas de las certificaciones más mencionadas durante las entrevistas fueron:

### **Global Gap**

Se trata de uno de los protocolos de producción más extendidos en todo el mundo, ya que cubre todas las etapas de la producción: desde actividades de pre-cosecha, como la gestión del suelo, hasta la manipulación y el almacenamiento del producto poscosecha. Su objetivo es garantizar las buenas prácticas agrícolas; promover métodos de producción sostenibles con el medio ambiente, fundamentalmente en relación con el uso de los recursos hídricos y la utilización de productos fitosanitarios; y asegurar el bienestar de los trabajadores y de los animales.

### **Fair Trade**

La certificación Fair Trade es un sistema de certificación de productos donde los aspectos sociales, económicos y ambientales de la producción están certificados según los Estándares Fair Trade para Productores y Comerciantes.

El sistema Fair Trade monitorea la compra y la venta del producto hasta que se envasa y etiqueta listo para el consumidor. Los certificados solo se emiten después de que una inspección física haya confirmado que se han cumplido todos los Estándares Fair Trade aplicables en cada caso. (MAGA, NA)

### **Orgánico**

La certificación orgánica fue la primera norma de sostenibilidad que se hizo para la agricultura y es la única regulada a nivel estatal. La agricultura orgánica es un sistema de producción que trata de utilizar al máximo los recursos naturales, dándole énfasis a la fertilidad del suelo y la actividad biológica. Al mismo tiempo, intenta minimizar el uso de los recursos no renovables, fertilizantes y plaguicidas sintéticos para proteger el medio ambiente y la salud humana.

Una de las exigencias principales para los productores está relacionada con el llamado período de transición de la finca: el productor debe utilizar métodos de producción orgánica generalmente por 2 a 3 años antes de que se le pueda pegar la etiqueta al producto. (Connect Americas, 2014)

## VII. Actividades de Promoción

### 7.1 Ferias

#### AGRITRADE



Ilustración 74 Aviso feria Agritrade

Agritrade Expo & Conference, es un evento organizado por la Asociación de Exportadores de Guatemala -AGEXPORT- la cual ha contribuido como una ventana de promoción comercial y negocios para mostrar al mundo la mejor oferta agrícola exportable del país. La edición del año 2022 fue la número 20 y se llevó a cabo del 18 al 20 de mayo.

Agritrade se ha posicionado como la feria más importante de la región y cuenta con la participación de más de 125 compradores internacionales de 17 países. El evento reúne productores, exportadores, casas comerciales, empresas de logística y transporte; todos, con el objetivo de hacer negocios importantes para toda la cadena productiva.

El evento realiza seminarios con expertos internacionales y cuenta con una exposición de aproximadamente 200 stands donde los sectores de vegetales, frutas, café, flores de corte, plantas ornamentales, miel, cardamomo, cacao, así como productos congelados y procesados exponen su oferta exportable a los 125 compradores internacionales con citas de negocios. Más de 40 asociaciones rurales participan en el evento a ofertando sus productos de todas las regiones de Guatemala, a las empresas agroexportadoras locales para incrementar más exportaciones. (Diario de Centroamérica, 2022)

## Feria Alimentaria

Feria organizada por Cámara de Industria de Guatemala -CIG-, Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, Gremial de Restaurantes, Universidad Rafael Landívar -URL-, Insitituto Técnica de Capacitación y Productividad -INTECAP, Club Rotario Guatemala del Este y la empresa logística Corpoeventos. La feria alimentaria de Guatemala es el evento más grande de Centroamérica que reúne al sector de alimentos y bebidas de toda la región y se realiza en el mes de septiembre. Para este evento participan más de 5,000 visitantes locales y extranjeros, así como más de 100 empresas expositoras que dan a conocer alrededor de 8,000 productos.

Durante el evento se lleva a cabo un Congreso Gastronómico, Congreso de Restaurantes y la Copa culinaria. Muchas de las empresas participantes del evento exhiben sus productos, existen empresas de fruta y vegetales congelados o IQF que muestran sus productos al canal de Horeca.



Ilustración 75 Aviso Feria Alimentaria

## Congreso Latinoamericano de Aguacate

El Congreso Latinoamericano de Aguacate, es el evento más importante de la región. En este evento participan los principales actores de la cadena productiva de la industria del aguacate; investigadores, técnicos, productores, exportadores e importadores. Este es un espacio que permite presentar e intercambiar experiencias de los diversos actores relacionados al sector del aguacate, presentar resultados, innovaciones, investigaciones y casos de éxito relacionados con el cultivo de aguacate en Latinoamérica. Su primera edición fue en México en el 2001 y el evento se ha realizado de forma consecutiva cada cuatro años cambiando de sede. La última sede fue Antigua Guatemala durante el año 2021.



Ilustración 76 Aviso Congreso latinoamericano de aguacate

### 7.2 Degustaciones o exhibiciones

En Guatemala no existe un evento de degustación o exhibición permanente. Usualmente son las empresas privadas quienes desarrollan sus propios espacios para exhibiciones y degustaciones.

En algunas ocasiones son las Embajadas de los Países o agencias de promoción comercial como en su momento ProMéxico, ProColombia, ProChile o ICEX quienes realizan eventos de promoción comercial, catas o degustaciones en conjunto con los importadores, distribuidores o supermercados para dar a conocer el origen de los productos frescos

En los últimos 3 años ha sido la Asociación de Exportadores, AGEXPORT, quién ha llevado a cabo el festival del mango. El fin de este evento es promocionar el consumo del mango a nivel local, usualmente se realiza en el mes de mayo, en plena temporada de verano. El festival es un espacio abierto para que las personas puedan degustar este fruto tropical y conocer sus variedades. A esta actividad se suman emprendedores guatemaltecos que ofrecerán productos derivados de mango tales como granizadas, mangonadas y mango fresco, entre otros. (Solórzano, 2022)



Ilustración 77 Degustación

### 7.3 Publicaciones Especializadas

En Guatemala no existen medios especializados únicamente en frutas, la mayor parte de medios especializados abordar otros segmentos como el de restaurantes y algunas publicaciones relacionadas a la agricultura, principalmente propiedad de universidades o centros de investigación.

- **Revista Tikalia** de la Facultad de Agronomía de la Universidad de San Carlos de Guatemala es una publicación científica que busca presentar investigaciones de profesores y estudiantes de la facultad, así como artículos elaborados por científicos y técnicos.  
<http://www.revistasguatemala.usac.edu.gt/index.php/Tikalia>
- **Revista Agropecuaria** de la Asociación General de Agricultores (AGA) y que busca presentar información relevante de la organización, publicaciones científicas de agricultura y crear un canal de comunicación entre sus asociados.  
<https://agaquatemala.org/index.php/publicaciones/>
- **El Cafetal** de la ANACAFÉ es revista especializada para caficultores. Publicaciones científicas, investigación y noticias alrededor de la producción de café en Guatemala y el mundo.

<https://www.anacafe.org/caficultura/revista-el-cafetal/>

- **Mr. Menú.** Medio de comunicación gastronómico que busca dar cuenta de la cultura, agricultura, recetas y actores de Guatemala a través de reportajes y reseñas. Empresas como Kultivia se han aliado con Mr. Menú para dar a conocer el origen de los productos que muchos restaurantes locales utilizan en su cocina.  
<https://mrmenu.co/>

## VIII. Contactos de Interés

### 8.1 Institucionales

- **Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA)**  
El MAGA es una institución de gobierno que tiene a su cargo <https://www.combexim.com.gt/> atender los asuntos que conciernen al régimen jurídico que rige la producción agrícola, pecuaria e hidrobiológica de Guatemala. Asimismo, dentro de sus funciones se encuentra velar por la eficiencia y competitividad en los mercados teniendo en cuenta la conservación y protección del medio ambiente.  
<https://visar.maga.gob.gt/>
- **Embajada de Perú en Guatemala**  
Entidad adscrita al Ministerio de Relaciones Exteriores de Perú dedicada a ejecutar la política exterior, así como la promoción de los intereses del Estado Peruano. La embajada es la encargada de la promoción de productos peruanos en el país,  
<https://www.gob.pe/embajada-del-peru-en-guatemala>
- **Superintendencia de Administración Tributaria (SAT)**  
Entidad de gobierno descentralizada con competencia y jurisdicción en todo el país. Ejerce las funciones de administración tributaria. Goza de autonomía funcional, económica, financiera, técnica y administrativa, además cuenta con personería jurídica, patrimonio y recursos propios.  
<https://portal.sat.gob.gt/portal/>
- **COMBEX IM**  
Empresa privada, no lucrativa y administrada por representantes de las principales cámaras y gremiales empresariales del país. Tiene como objetivo brindar instalaciones, infraestructura adecuada y agilizar los procesos para los exportadores e importadores. Esta A=aduana aérea sirve para la importación de perecederos.  
<https://www.combexim.com.gt/>
- **Ministerio de Economía (Mineco)**  
El Mineco tiene como función formular y ejecutar la política arancelaria del país, así como coordinar, analizar y dar seguimiento a los procesos de integración económica centroamericana y de negociación de tratados de libre comercio.  
De allí que sea la institución encargada de negociar los tratados de libre comercio; actualmente la Dirección de Administración de tratados cuenta con el texto negociado por parte de Guatemala y Perú, únicamente está pendiente de ratificación por parte del gobierno peruano.  
<https://www.mineco.gob.gt/node/537>
- **Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPS)**  
El MSPS es responsable constitucionalmente de la atención de salud de los guatemaltecos y le corresponde llevar la rectoría en todos los procesos de atención a la salud, definidos a través de las políticas de salud. Es la institución que debe velar por que se cumplan los procesos de salubridad en los productos que se comercializan en Guatemala.  
<https://www.mspas.gob.gt/>

## 8.2 Comerciales

- **Cámara de comercio**

La Cámara de Comercio de Guatemala es una asociación privada, no lucrativa, que tiene como objetivo liderar la defensa, representación y promoción del comercio en Guatemala en mercados locales e internacionales. La cámara de comercio es quién suele apoyar a los importadores en temas relacionados a la autoridad sea Ministerio de Economía, Superintendencia de Aduanas, entre otros.

<https://ccg.com.gt/>

- **Cámara de la industria**

La cámara de la industria es una asociación empresarial que promueve la industria en Guatemala, el desarrollo de sus socios, defiende sus intereses y responde a sus necesidades, con el compromiso de la autosostenibilidad, la mejora continua y la excelencia de nuestros servicios basados en un sistema de gestión de calidad

<https://ciq.industriaquate.com/nosotros/>

- **Cámara de Alimentos y Bebidas**

Organización que representa, apoya y promueve a la industria nacional de alimentos y bebidas, propiciando un entorno favorable de negocios con responsabilidad social y ambiental.

<http://cgab.org.gt/index.php/quienes-somos/general>

- **Cámara del Agro**

La Cámara del Agro de Guatemala fue fundada el 14 de septiembre de 1973 y aglutina a asociaciones de productores agrícolas y pecuarios del país. Es una entidad apolítica, no lucrativa y con personalidad jurídica distinta de cada una de las Asociadas que la integran:

- Asociación de Azucareros de Guatemala –ASAZGUA–
- Asociación de Exportadores de Café –ADEC–
- Asociación de Ganaderos del Sur de Occidente de Guatemala –AGSOGUA–
- Asociación de Productores Independientes de Banano –APIB–
- Asociación Guatemalteca de Criadores de Ganado Brahman –ASOBRAHMAN–
- Asociación Nacional del Café –ANACAFE–
- Asociación Unión de Cañeros del Sur –UCS–
- Asociación del Gremio Químico Agrícola -AGREQUIMA-
- Consejo Nacional del Algodón
- Gremial de Huleros de Guatemala –GREMHULE–
- Gremial de Palmicultores de Guatemala –GREPALMA–
- Cámara de Productores de Leche
- Asociación de Exportadores de Cardamomo – ADECAR-  
[www.camaradelagro.org](http://www.camaradelagro.org)

- **Gremial de Alimentos y Bebidas**

Gremial adscrita a la Cámara de la Industria de Guatemala que busca promover un mayor conocimiento sobre la contribución de la industria alimentaria y de bebidas. La Gremial representa a las empresas ante instituciones como el Ministerio de Salud, normativa de etiquetado de productos a nivel internacional.

<https://directorio.industriaquate.com/gremial-de-alimentos-y-bebidas/>

## **IX. Perfil de compradores**

Las 15 empresas entrevistadas están conformadas por importadores, distribuidores, comercializadores y retailers. Muchas empresas cuentan con experiencia importando de forma regular o indican haberlo hecho al menos una vez durante su trayectoria comercial. Los productos considerados durante las entrevistas fueron:

80610 Uvas frescas

80810 Manzanas frescas

80830 Peras frescas

80510 Naranjas

80521 Mandarinas

80930 Cerezas

81050 Kiwis

81040 Arándanos

80620 Uvas secas incluidas pasas

81320 Ciruelas secas

70320 Ajos

70920 Espárragos

90420 Frutos de los géneros Capsicum (Ají ancho / chile pasa | Paprika / Chile guaque)

Frutos de los géneros Capsicum

En Guatemala existen algunas empresas importadoras de frescos, que son quienes abastecen a la mayor parte del país. La más importante es Grupo Dispersa, quien surte de forma exclusiva de productos frescos e importados a La Torre, cadena local con fuerte presencia y alcance en el país, además de contar con una fuerte presencia en el canal tradicional.

La información sobre importaciones o exportaciones por empresa, no es pública en el país con base al artículo 23 literal "O" de la Ley Orgánica de la Superintendencia de Administración Tributaria -SAT- Decreto 1-98 del Congreso de la República de Guatemala, la cual indica que las estadísticas tributarias se remitirán sin incluir identificación del contribuyente específico. A esto debe sumarse que las empresas no suelen compartir este tipo de información, ya que la consideran sensible. Es así que a través de un análisis cualitativo se podría deducir que estas tres empresas manejan entre el 70% y 75% del mercado de frescos. Esto basado en tres criterios: El reconocimiento de Grupo Dispersa de tener, al menos, el 50% de participación en

el mercado, las entrevistas de las tres empresas en las cuales indican que forman parte del top tres de importadores de dicho segmento en el país, y finalmente a las entrevistas de las medianas y pequeñas empresas en las cuales indican que al menos una de estas tres empresas es quien los abastece de fruta importada.

A lo largo de las entrevistas, se identificaron temas transversales en relación al mercado y de los productos frescos en Guatemala, los cuales se detallan a continuación:

El primero es que Guatemala es un país con vocación de producción y exportación agrícola. Debido a sus microclimas el país cuenta con una gran variedad de cultivos, especialmente en verduras y hortalizas. Supermercados como Walmart y Grupo de Tiendas Asociadas -GTA- indicaron que su abastecimiento de vegetales frescos, así como también de algunas frutas tropicales provenía, en su mayoría, de productores locales.

Productos como el ejote francés, arveja china y dulce, calabazas, ayotes, peruleros, mini vegetales, cebolla, tomate, tomate cherry, brócoli y espárrago se producen en Guatemala. En cuanto a fruta el mercado es capaz de abastecer de limón, papaya, piña, mango, banano, melón, mora y rambután. No obstante, el cambio climático como las sequías y en la actualidad, las constantes lluvias han afectado los cultivos en los países que han sido proveedores naturales de Guatemala, como Estados Unidos con la uva californiana y México con la cebolla, el ají y el aguacate. Esta situación abre una ventana de oportunidad para los productos peruanos, los cuales pueden abastecer al mercado ante la escasez de los proveedores convencionales y con ello diversificar su oferta exportable a la región centroamericana. Muchas de estas oportunidades existen de cara a una coyuntura específica, por ello se recomienda mantener el monitoreo de este sector.

Actualmente, las empresas que comercializan productos frescos buscan reducir a su más mínima expresión las cadenas de intermediación, ya que los intermediarios no agregan valor al producto, sino más bien costos. De esta cuenta es que muchas empresas grandes, medianas y pequeñas tienen el interés de comenzar a importar productos de forma directa.

Sin embargo, al día de hoy en Guatemala, únicamente existen tres empresas grandes que se dedican a la importación de frescos. Esto se debe a que a pesar de que se conoce la calidad de los productos peruanos y sus precios competitivos, los costos y el riesgo para importar siguen siendo elevados para las pequeñas y medianas empresas.

Entre estos obstáculos se encuentran los volúmenes de compra, pues en Guatemala la competitividad en el segmento de frescos lo determina el precio, mismo que puede negociarse a través del volumen. Sin embargo, Guatemala, a pesar de ser la economía y el mercado más grande de la región, no importa volúmenes tan significativos. En consecuencia, los márgenes de negociación para las empresas medianas y pequeñas son bajos y por ello es poco atractivo el importar el producto de forma directa. Muchos de los entrevistados indicaron que prefieren abastecerse de empresas como Dispersa, pues ellos ya han perfeccionado su proceso de importación y cuentan con la logística y volúmenes para realizar las negociaciones con los exportadores. Sin embargo, reconocen que eliminándolos a ellos como intermediarios la empresa podría ser mucho más competitiva.

Algunas de las medianas empresas han comenzado a tener presencia en El Salvador y Honduras, para ellos esto es vital previo a negociar con un exportador de un país como Perú, pues es más atractivo negociar un volumen para los tres países que solo para uno, pues con esta masa crítica la empresa ya puede pensar en no solo importar un pallet, sino que comenzar a explorar la idea de comprar un contenedor completo.

Otro tema transversal fue la ausencia de un tratado de libre comercio entre Guatemala y Perú. En la actualidad este TLC se encuentra pendiente de ratificación por parte de las autoridades peruanas, razón por la cual aún no está vigente. Para las empresas esto representa un obstáculo para el crecimiento del intercambio comercial entre ambos mercados. Pues a pesar de que Perú ofrece productos con una buena relación precio- calidad, el pago de arancel les resta competitividad. Empresas comentaron que, en comparación a Chile y Estados Unidos, Perú es más caro en precio FOB y fletes, lo cual le resta atractivo cuando compite durante la misma temporada con países que sí tienen tratados de libre comercio con el país. El pago de impuestos de los productos peruanos se encuentra entre un 15% a un 20%, lo que suele anular la ventaja de los precios competitivos que ofrece Perú en sus productos perecederos y nuevamente reducir los márgenes de ganancia de los importadores. Adicional a que esta barrera limita la fluidez de la negociación comercial

Para algunos la ausencia de este tratado implica trabajar en estrategias que permitan ahorrar costos a través de su operación logística. Sin embargo, un tema recurrente durante las entrevistas es el obstáculo que representa la conectividad logística entre Perú y Guatemala. Algunos empresarios, especialmente los medianos y pequeños, describen que la importación de productos perecederos de Perú no es viable o es poco competitiva. Una de las principales quejas fue la ausencia de competencia en oferta de aerolíneas de carga. Actualmente, las empresas guatemaltecas han trabajado con Copa y Avianca para la importación de pallets de

berries y espárragos. No obstante, durante y post pandemia ambas aerolíneas prestaron un mal servicio desatendiendo la carga perecedera, lo que generó pérdida para los importadores y fue el detonante para que algunas empresas decidieran dejar de importar productos.

Tras la interrupción en las cadenas de suministros, la percepción de algunas empresas es que Perú perdió competitividad, pues dejó de dar respuesta rápida a las demandas de sus clientes. Antes un flete de Perú a Guatemala tardaba 15 días en llegar de puerto a puerto. Ahora para el 2022 el tiempo es entre 25- 30 días, un incremento de tránsito que afecta a los productos perecederos; además de indicar que no existe un flete directo entre Perú y Guatemala, pues algunos expresan que se tiene que realizar un trasbordo en Panamá. Esto hace que la importación de productos peruano, a pesar de ser de excelente calidad, no sea atractiva a nivel comercial.

Para muchos el mayor competidor de Perú, para el segmento de frescos en Guatemala, es Estados Unidos, pues coinciden en estacionalidad y previo a la pandemia el tiempo de flete era similar, pues oscilaba entre 10 a 15 días. Al día de hoy Estados Unidos contaba con ventajas sobre el producto peruano, ya que, debido a su trayectoria en el mercado y el apoyo de un tratado de libre comercio, vigente desde el 2006, crearon las condiciones para que el producto estadounidense tuviera mayor reconocimiento. Estados Unidos también es uno de los principales socios comerciales de Guatemala, por lo que cuentan con rutas logísticas directas, lo que suma competitividad en tiempos. A pesar de estas ventajas, Perú ha logrado ganar terreno en el mercado e irse adaptando al gusto del consumidor, mejorando la percepción de sus productos, esto hace que ante el desabastecimiento de Estados Unidos los clientes volteen a ver a este país como la alternativa más lógica para mantener surtido el mercado de frescos durante todo el año. Una oportunidad que Perú debe de captar durante este fin de temporada del año 2022 y principios del año 2023.

A continuación, se presentan el resumen de las conclusiones en las entrevistas, a través de las cuales se identificaron las siguientes oportunidades:

1. **Unispice:** Interesado en contactos de proveedores de uvas red globe y cítricos, específicamente mandarinas y naranjas. También se encuentran interesados en explorar proveedores de kiwis, arándanos y cerezas.

*Insights encontrados:* para la empresa, Perú es un país estratégico con buena calidad de producto. No obstante, Unispice ha tenido dificultades con proveedores peruanos anteriormente, pues la empresa busca una alianza comercial firme y considera que los

proveedores con quienes ha conversado hasta entonces no buscan una relación a largo plazo. Adicional a haber tenido problemas en cuanto a tiempos y servicio.

2. **Grupo Dispersa:** Interesado en identificar más proveedores en manzanas y uvas, dos de sus productos estrella. Adicional, tienen interés en conocer sobre la oferta exportable peruana para identificar nuevas oportunidades. La avena es un producto de interés, así como las hortalizas que Perú pueda ofrecer al mercado. Para ellos productos como cerezas, espárragos y ajos son opciones interesantes para explorar.

*Insights encontrados:* la empresa considera que Perú es un mercado interesante que ofrece buena calidad, buen calibre de la fruta y buen servicio.

3. **Distribuidora Yaneth:** Interesados en explorar proveedores de aguacate, espárragos, uvas y manzanas. Además, indicó que desea participar de eventos de PromPerú para conocer sobre la oferta exportable del país; no solo en la categoría de frescos; sino que también en la de procesados.

*Insights encontrados:* la empresa no cuenta con experiencia previa importando desde Perú.

4. **Disar | Sarita:** Interesados en conocer las líneas de productos que maneja Perú, especialmente en el tema de berries.

*Insights encontrados:* la percepción de Sarita es que Perú ofrece productos de buena calidad y que incluso su calidad puede llegar a compensar el alza de precios en algunos productos. Otro tema que resalta es la buena experiencia de compra, ya que indica que sus proveedores son ágiles en dar respuesta a sus inquietudes.

5. **Grupo de tiendas Asociadas -GTA:** Tienen interés inmediato en contactar proveedores peruanos para comenzar a abastecerse para esta temporada. Los productos de mayor interés son: cítricos (naranjas tipo navel, mandarinas tipo moria-murcott, tango y algunas otras variedades.) Para estos productos solicitaron el contacto de la empresa peruana San Miguel (sanmiguelglobal.com). Este interés ya fue atendido a través de Softpower y PromPerú. Adicional, el empresario ya fue vinculado con PromPerú, pues su interés es que la agencia de promoción pueda apoyarlo con contactos de proveedores de frescos para su planificación de programas de importación mensuales para el año 2023. La temporada alta en Guatemala ya se acerca (noviembre y diciembre) por lo que la empresa

requiere comenzar a negociar con proveedores: uvas, especialmente red globe verde, negra, rojas y semilla. A la empresa también le interesa explorar opciones de proveedores de espárragos, ya que a pesar de que existe producción local esta es muy pequeña y todavía está un tanto incipiente el tema de calidad. Perú también tiene limón persa, producto que se cultiva en Guatemala. No obstante, el país no tiene suficiente producción y hay una etapa durante el verano entre noviembre y marzo en donde no hay cosecha, por lo que Perú puede ser una alternativa de proveeduría interesante. Otros productos que están en segundo plano del interés son los mangos. No obstante, la empresa aún quiere realizar una investigación para conocer la viabilidad de importar también esos productos.

*Insights encontrados:* el nuevo encargado de compras de Grupo GTA, fue durante muchos años el Gerente de abasto de Walmart, por lo que tiene experiencia con proveedores peruanos. La incorporación de Milton Peralta al equipo de GTA, responde a una estrategia más agresiva que busca la cadena de supermercados para abastecer todas sus tiendas en diferentes formatos.

6. **Frutesa:** Explorar la importación de frutas como manzanas, uvas y arándanos. No obstante esto forma parte de un nuevo proyecto de la empresa, por lo que no hay una experiencia o conocimiento previo sobre cómo importar frescos al país, ya que durante muchos años ellos únicamente han sido exportadores de perecederos.

Por otro lado, la empresa tiene interés en buscar a un proveedor en Perú que pueda maquilar los mismos productos que ellos comercializan con sus clientes extranjeros, empezando por la arveja (guisantes/ snow peas sugar peas), con el objetivo de mantenerlos abastecidos durante todo el año. El objetivo es que el proveedor peruano pueda empaquetar el producto con la marca de Frutesa y exportar desde Perú a los clientes de la empresa, así como abastecer a la región e incluso el mercado local peruano. La empresa desea comenzar a tener reuniones con potenciales aliados para iniciar con este proyecto en la próxima temporada (abril). La empresa solicita apoyo a PromPerú para apoyarlo con contactos de empresas interesadas en realizar una alianza estratégica para complementarse en las diferentes estaciones de exportación de sus productos y así mantener surtidos a sus clientes en Europa.

*Insights encontrados:* FRUTESA, no ha hecho negocios con Perú en el pasado, sin embargo, su participación en ferias internacionales ha hecho que tenga contactos con colegas peruanos y con ello tener en mente productos como aguacates, granadilla, uvas y espárragos, comentaron que ya tienen contacto con empresas peruanas. No obstante, debido a la pandemia nunca se llegó a un acuerdo con alguna de ellas.

7. **Fresh Gourmet:** La empresa quiere seguir explorando productos gourmet que es la línea que ellos manejan, como por ejemplo camote (batata) naranja, o arándanos.

*Insights encontrados:* Freshgourmet comenzó a importar espárragos peruanos desde el 2018. Actualmente están interesados en comenzar a importar desde octubre porque ya está escaseando el producto en Guatemala.

8. **DM Interés:** La empresa ha intentado importar Chía (en Guatemala conocida como Chan) desde Perú, ya que es un producto con alta demanda durante el verano (abril, mayo, junio). No obstante, el Ministerio de Agricultura y Ganadería -MAGA- homólogo de SENASA en Perú ha pedido demasiados requisitos para habilitar la importación del producto, entre estos requisitos se solicita análisis de riesgo del producto para su importación, esto implica que la autoridad debe de ir a Perú para hacer la autorización de los exportadores así como cumplir con el llenado de cuestionarios y papelería documental, lo que hace que la importación de Chía no pueda ser inmediata e implica iniciar un largo proceso.

*Insights encontrados:* La empresa ha importado chile ancho / pasa y paprika / chile guaque. Inicialmente la empresa tuvo experiencias muy positivas con Perú, pues los productos cumplían con la calidad esperada, una buena relación precio calidad y llegaban en el tiempo indicado. No obstante, la empresa indica que desde el 2020 para el 2022, Perú ha ido perdiendo su ventaja competitiva relacionada a la disponibilidad del producto, pues un contenedor pasó de tener una trayectoria de 15 días entre Perú y Guatemala a tardar hasta 45 días.

9. **EPICECO:** La empresa ya tiene contacto con PromPerú en Panamá y quieren mantener este contacto, pues su interés es mantener el apoyo de la oficina en identificación de proveedores. EPICECO tiene como proyecto seguir comprando ají ancho de Perú, además de comenzar a explorar la compra de uva pasa, ya que conocen que Perú está diversificando su oferta. Adicional están interesados en explorar oportunidades con proveedores de aguacate. Sin embargo, esperan que en este segmento si puedan vincularse con empresas que quieran trabajar a largo plazo. La unidad mínima de compra de la empresa es de un contenedor de 20 pies por lo que se sugiere que los proveedores con quienes se les vincule sean medianos o grandes interesados en querer abastecer el mercado de Guatemala.

Actualmente la empresa se encuentra iniciando un proyecto para comenzar a importar fruta fresca. En este momento se encuentra en conversaciones con proveedores mexicanos, chilenos y peruanos para abastecerse de aguacate, debido a la escasez en el mercado, ellos

ya cerraron el negocio con proveedores mexicanos. No obstante, Chile y Perú siguen siendo orígenes de su interés, 'pues les interesa mantenerse abastecidos cuando la temporada en México se acabe, que suele ser junio y julio. Piden apoyo a PromPerú para vincularlos con proveedores que quieran una relación a largo plazo.

*Insights encontrados:* EPICECO es una empresa que ya tiene experiencia importando desde distintos orígenes. Sin embargo, su dificultad es encontrar proveedores que quieran desarrollar los productos en Guatemala a través de su empresa. Es importante que a través de PromPerú se pueda hacer un matchmaking de socios que puedan cambiar esa percepción y de esta forma recuperar el mercado de ají, pasas y ciruelas deshidratadas, así como ampliarlo. Se recomienda tener un acercamiento con EPICECO ya que su nuevo proyecto surge del interés de aprovechar su capacidad logística y la cartera de clientes que han desarrollado a través de los años y de esta forma compensar la baja en su negocio cuando no es temporada de fruta deshidratada, lo que abre una oportunidad grande para que PromPerú pueda incluirlo en diversos eventos y ruedas de negocios.

10. **La Carreta:** La empresa quiere evaluar proveedores de mango como un producto a importar, pues no hay producción local de junio a enero, también les interesa seguir ampliando en berries. Le interesa ver la cartera de productos y proveedores que posee Perú, ya que ante los desabastecimientos del mercado Perú es un aliado importante a considerar para diversificar proveedores, a pesar de que por temas de distancia pueden llegar a ser más caros que los proveedores mexicanos.

*Insights encontrados:* La empresa ha importado, pero no de forma constante, por ello su experiencia es muy poca. La empresa tuvo inconvenientes importando desde México, pues el proveedor se atrasó en enviar la documentación y La Carreta ya no pudo liberar su producto de la aduana, lo que hizo que perdiera el producto.

11. **Agroindustrias Albay:** Para este año 2022 la empresa ha retomado el interés de importar uva peruana, más que nada por la oportunidad que en California la cosecha ha caído por los cambios climáticos. La empresa indica que ya se encuentra en negociaciones con la empresa peruana Fondo Sacramento. La uva J o la JJ que es la que le interesa a Albay se encuentra a un precio entre US \$19 - US \$20 dólares puesto en Perú, Mientras que, en California, Arizona, se encuentra en US \$23 dólares. Este precio beneficia a Perú no obstante, la empresa aún tiene la percepción que no es un producto aceptado por el mercado en Guatemala, por lo que quieren iniciar con volúmenes pequeños.

*Insights encontrados:* Agroindustria Albay tuvo una mala experiencia con una empresa peruana, por lo que dejaron de importar de este mercado. En su momento Albay pagó al contado por un contenedor y este nunca llegó a sus bodegas y la empresa peruana nunca dio respuesta, incluso se recurrió a la instancia legal.

12. **Walmart:** La empresa ha tenido buena experiencia con los cítricos (mandarinas y naranjas peruanas) actualmente están impulsando la mandarina clemmy que es abastecida por la empresa peruana San Miguel Fruits. Indican que tienen interés en tener contacto con PromPerú para identificar más proveedores.

*Insights encontrados:* La entrevista se realizó a Karla González, quien es la compradora de frutas y vegetales frescos a nivel local, quien indicó que el contacto para la negociación con los exportadores peruanos es el Gerente de abastecimiento. quien ocupaba el cargo de Gerente de Abastecimiento de Frescos en Walmart era Miltón Peralta, quién ahora se encuentra laborando en el equipo de compras de Grupo de Tiendas Asociadas -GTA-. Por ello ha sido el Gerente de Frescos, Mario Santizo (mariosantizo@walmart.com), quién ha asumido esta función mientras se contrata a una nueva persona. No obstante, debido a la carga de trabajo no ha sido posible coordinar entrevista con él. Por ello la sugerencia es que una vez la nueva persona asuma el puesto, se pueda realizar la entrevista directamente con él o ella. Se sugiere dar seguimiento a este tema a través de Karla González ([karla.gonzalez1@walmart.com](mailto:karla.gonzalez1@walmart.com)).

13. **Kultiva:** La empresa tiene interés de que PromPerú pueda apoyarlos en identificar proveedores de espárrago que exporten aéreo y con quienes se pueda fijar un precio del producto para todo el año y comenzar la relación comercial importando un pallet semanal para eventualmente ir desarrollando el mercado e incrementar su volumen de compra.

*Insights encontrados:* La empresa actualmente está desarrollando un proyecto para la importación de espárragos peruano, esto con el objetivo de complementar la producción que ellos comercializan de forma local y abastecer el mercado. Uno de sus principales clientes es La Torre, quién se encuentra interesado en comprar el espárrago peruano que Kultiva importe. La empresa ha importado espárragos peruanos hacia Estados Unidos. Derivado de esas experiencias, la empresa considera que el producto peruano es de muy buena calidad; especialmente si se le compara con el producto mexicano, que no suele ser tan resistente, y en palabras del entrevistado no suele ser tan confiable.

La empresa también indicó que las exportaciones de Perú han sido mucho más efectivas que las exportaciones desde México. Por ello prefieren ampliar la relación con proveedores peruanos.

14. **Legumex:** El empresario ha investigado sobre los productos peruanos y adicionalmente al espárrago, Legumex tiene interés en las variedades de chiles y quinuas. En el caso de los chiles, preferiblemente si son secos, pues tienen más durabilidad y mucha de la gastronomía guatemalteca los requiere para los platillos. Adicionalmente, la papa peruana y sus variedades es un producto de interés para explorar a futuro. Además a este interés, el empresario está interesado en desarrollar un proyecto de procesamiento de leguminosas, para productos que se utilicen como sustituto de la carne. } Por ello también sería de interés para la empresa conocer si Perú cuenta con producto exportable en este segmento.

*Insights encontrados:* Para Legumex, Perú tiene productos espectaculares y variados como las papas y el mismo espárrago. Para la empresa la calidad del espárrago peruano es incomparable. La calidad de los productos peruanos es buena y el país cuenta con las características necesarias para poder exportar a cualquier lugar del mundo. Sin embargo, para Legumex el problema se encuentra en que el mercado de Guatemala es demasiado pequeño y por ello usualmente se compite por costos lo que hace que el aumento de costo por no contar con un tratado de libre comercio entre ambos mercados afecte a los productos peruanos, al igual que no contar con una línea directa para los fletes aéreos y marítimos, lo que repercute en tiempos y resta competitividad al comercio de productos perecederos.

15. **PriceSmart:** Actualmente y como parte de su operación la empresa, desde su equipo de compras en Costa Rica encargó 15 contenedores entre uvas y manzanas para fin de año, parte de las uvas como red globe y uva verde son de origen peruano, esta es una cantidad pequeña, pues será distribuida en el mes de noviembre y diciembre entre El Salvador-Honduras y Guatemala.

Según el entrevistado es el equipo de compras en Costa Rica quienes están a cargo de las compras internacionales de todos los clubes Pricesmart; por ende son ellos quienes tienen la relación directa con exportadores de diversos países. La recomendación es que desde PromPerú, puedan tener el acercamiento con este equipo, ya que, no solo pueden posicionar a los exportadores Peruanos para vender a los clubes en el triángulo norte, sino que también pueden llegar a proveer los otros 13 países en los que opera Pricesmart.

*Insights encontrados:* Desde hace 5 años Pricemart ha desarrollado centros de distribución en países como Costa Rica y Colombia con el objetivo de eliminar a los intermediarios que agregan costos a su operación. Para el mes de marzo- abril del año 2023 se espera que comience a operar el centro de distribución de Pricemart en Guatemala. En este centro se estará acopiando los productos frescos locales e importados. Este proyecto abrirá una oportunidad para la cadena de tiendas, pues permitirá que los precios de comercialización sean mucho más competitivos. Una de las mayores ventajas es que se podrán negociar mayores volúmenes con los productores y exportadores, lo que brindará un mayor margen de ganancia, mismo que será trasladado al mayorista, mientras Pricemart se beneficiará de la venta por volumen y el consumidor final de precios más accesibles.

## **X. Conclusiones y Recomendaciones**

Guatemala a pesar de no ser un país considerado eminentemente agrícola gran parte de la producción y exportación de productos del país corresponden a este rubro. Debido a sus microclimas, Guatemala cuenta con una gran variedad de cultivos, especialmente en verduras y hortalizas, razón por la cual cadenas de supermercados se abastecen en gran medida de la producción local del país. En este caso, Guatemala importa más frutas frescas, que vegetales y hortalizas.

Productos como el ejote francés, arveja china y dulce, calabazas, ayotes, peruleros, mini vegetales, cebolla, tomate, tomate cherry, brócoli y espárrago se producen en Guatemala. En cuanto a fruta el mercado es capaz de abastecer de limón, papaya, piña, mango, banano, melón, mora y rambután. No obstante, el cambio climático como las sequías y en la actualidad, las constantes lluvias han afectado los cultivos en los países que han sido proveedores naturales de Guatemala, como lo es Estados Unidos con la uva californiana y México con la cebolla, el ají y el aguacate. Esta situación abre una ventana de oportunidad para los productos peruanos, los cuales pueden abastecer al mercado ante la escasez de los proveedores convencionales y con ello diversificar su oferta exportable a la región centroamericana.

Debido a que el mercado de fruta es volátil, ya que son varios factores lo que le afectan a este sector como por ejemplo las plagas, fenómenos naturales y cambios climáticos; se recomienda prestar atención a las noticias relacionadas a las cosechas en los diversos mercados. Usualmente son las coyunturas específicas las que abren una ventana de oportunidad que debe de ser aprovechada al instante, usualmente el desabastecimiento de producto de un país como México, Estados Unidos y Chile representa una oportunidad para que Perú pueda suplir esa demanda y comenzar a ganar un espacio en otras líneas de producto, que antes no hubiesen sido consideradas.

Durante la realización del estudio y las entrevistas con los distribuidores, comercializadores y supermercados se hizo ver el interés que tienen las empresas dedicadas al sector de frescos en reducir a su más mínima expresión las cadenas de intermediación, pues mientras más actores se suman a la cadena, lejos de agregar mayor valor, lo que se agrega es costo. De esta cuenta es que muchas empresas grandes, medianas y pequeñas tienen el interés de comenzar a importar productos de forma directa.

Muchas empresas reconocen la calidad de los productos peruanos en el segmento de frescos, así como la buena atención al cliente de las empresas y los precios competitivos. Sin embargo, para las pequeñas y medianas empresas importar el producto de forma directa aún supone grandes retos debido a la incapacidad de llenar un contenedor, de poder hacer un consolidado, debido a la naturaleza de los productos y del costo y tiempo de transporte. Esto provoca que muchas de las empresas que actualmente se dedican a la distribución y comercialización de productos sigan dependiendo de los importadores grandes para abastecerse de productos peruanos.

Guatemala es naturalmente un Hub de distribución para alimentos en la región y sur de México. Muchas de las empresas que importan, distribuyen y comercializan producto fresco tienen presencia en otros mercados como El Salvador y Honduras. Por ello se recomienda a las empresas peruanas conocer a su contraparte y sus alcances, ya que este tipo de empresas con presencia en la región pueden ser mucho más atractivas debido al tipo de volumen que manejan y la presencia de mercado que pueden abrirle a las empresas peruanas.

Para muchos el mayor competidor de Perú, para el segmento de frescos en Guatemala, es Estados Unidos, pues coinciden en estacionalidad. Otro tema relevante es que previo a la pandemia el tiempo de flete era similar, pues oscilaba entre 10 a 15 días. Al día de hoy Estados Unidos contaba con ventajas sobre el producto peruano, ya que, debido a su trayectoria en el mercado y el apoyo de un tratado de libre comercio, vigente desde el 2006, el producto estadounidense había tenido un mayor reconocimiento en el mercado, aunado a que Estados Unidos también es uno de los principales socios comerciales de Guatemala, por lo que cuenta con rutas logísticas directas y más expeditas, lo que suma competitividad en tiempos. A pesar de estas ventajas, Perú ha logrado ganar terreno en el mercado e irse adaptando al gusto del consumidor, mejorando la percepción de sus productos, esto hace que ante el desabastecimiento de Estados Unidos los clientes volteen a ver a este país como la alternativa más lógica para mantener surtido el mercado de frescos durante todo el año. Por ello se recomienda a las empresas peruanas ser agresivas en la promoción de sus productos a Guatemala, pues las complicaciones en el mercado de Estados Unidos abren una oportunidad que Perú debe de captar durante este fin de temporada del año 2022 y principios del año 2023.

En Guatemala los clientes como cadenas de supermercados, hoteles, restaurantes no exigen certificaciones, pues muchos únicamente requieren de un análisis de calidad de parte de los equipos internos de las empresas, esto facilita la compra de productos perecederos, pues muchos empresarios consideran que los productos peruanos que se importan al país ya

cumplen con mucho más de lo que se les solicita, ya que la percepción es que la mayor parte de exportadores peruanos cumplen con normas para exportar a países con mayores exigencias como la Unión Europea y Estados Unidos. Esto es una ventaja para Perú ya que los productos son percibidos como de gran calidad debido a la vocación agrícola que tiene el país.

Aún existe desconocimiento de la oferta exportable de Perú. En la actualidad, gran parte de los importadores reconocen al país por tres principales productos que son uvas, espárragos y cítricos (naranjas y mandarinas). A pesar de que Perú se ha posicionado como uno de los principales países proveedores a nivel mundial de berries, en Guatemala se desconoce que la oferta exportable peruana también incluye productos como el kiwi, la manzana, el mango, los melocotones, las cerezas, el ajo o la cebolla. El caso de los productos deshidratados y los Capsicum es distinto, pues han sido los países con tratados de libre comercio quienes han logrado posicionarse mejor en cuanto a precio, debido a que al no pagar arancel en el mercado. Por ello se recomienda realizar eventos que puedan difundir y dar a conocer toda la gama de oferta exportable peruana para que los importadores conozcan oportunidades más allá de los productos que actualmente importan de Perú.

Las empresas guatemaltecas con trayectoria en importación aún tienen la percepción que el producto fresco peruano no es de total aceptación para el mercado. Esto responde a que hace algunos años se realizaron las primeras importaciones de uva peruana, las cuales no gustaron al consumidor debido a la acidez del producto. A partir de ello los importadores, distribuidores y comercializadores indicaron que el consumidor guatemalteco gusta de los sabores más dulces. Derivado de esta experiencia es que algunos importadores aún tienen dudas a la hora de importar producto peruano. Mientras que otros, han reconocido la evolución del producto y su paso en ganar la aceptación del consumidor. Para ello se recomienda hacer el reconocimiento de la situación e indicar las nuevas variedades que posee Perú, así como intercambio de información técnica que permita asegurar que la fruta es dulce y se ajusta al paladar del guatemalteco.

A pesar de que Guatemala cultiva y exporta una gran cantidad de productos vegetales, similares a Perú, su estacionalidad es opuesta. Esto representa una oportunidad para empresas exportadoras guatemaltecas interesadas en hacer alianzas con exportadores peruanos que quieran maquilar las marcas que comercializa la exportadora con sus clientes en el extranjero (en su mayoría de Estados Unidos y Europa) durante todo el año. Se recomienda en este sentido ampliar la visión de oportunidad comercial que existe en el mercado y no considerar que únicamente se limita a un tema relacionado a importación /

exportación, pues existen diversas alternativas de generar alianzas comerciales a largo plazo, incluso con los exportadores del país.

Algunas empresas guatemaltecas perciben que las empresas peruanas únicamente buscan vender sus productos en el mercado y no les interesa desarrollar una relación comercial a largo plazo para el desarrollo del producto y la marca; esto hace que muchas veces los importadores opten por importar productos de otros orígenes, siempre y cuando exista este interés de trabajar en conjunto. Por ello se recomienda conocer de forma previa el tipo de relación comercial que busca el cliente con el objetivo de que ambas empresas estén de acuerdo con el modelo de negocio que quieren llevar a cabo.

Los supermercados en Guatemala no obligan a que las empresas promocionen sus productos en tienda. No obstante, la estrategia de comercializar frescos con una marca específica, resaltando su origen y los atributos organolépticos de la misma, ha tenido buena recepción por el consumidor. Se recomienda tener en mente el poder realizar estrategias conjuntas con su socio local, pues este tipo de iniciativas benefician y refuerzan la imagen país, pues el producto llega a posicionarse en el top of mind de compradores y clientes, lo que eventualmente evoluciona a que sea el cliente final quién comienza a buscar el producto específico.

Un tema relevante y transversal durante todo el estudio y las entrevistas realizadas a los importadores, distribuidores y comercializadores es la ausencia de un tratado de libre comercio entre Guatemala y Perú. En la actualidad este TLC se encuentra pendiente de ratificación por parte de las autoridades peruanas, razón por la cual aún no está vigente. Para las empresas esto representa un obstáculo para el crecimiento del intercambio comercial entre ambos mercados. Pues a pesar de que Perú ofrece productos con una buena relación precio-calidad, el pago de arancel les resta competitividad. Empresas comentaron que, en comparación a Chile y Estados Unidos, Perú es más caro en precio FOB y fletes, lo cual le resta atractivo cuando compite durante la misma temporada con países que sí tienen tratados de libre comercio con el país. El pago de impuestos de los productos peruanos se encuentra entre un 15 % a un 20 %, lo que suele anular la ventaja de los precios competitivos que ofrece Perú en sus productos perecederos y nuevamente reducir los márgenes de ganancia de los importadores. Adicional a que esta barrera limita la fluidez de la negociación comercial.

Para algunos la ausencia de este tratado implica trabajar en estrategias que permitan ahorrar costos a través de su operación logística. Sin embargo, un tema recurrente durante las entrevistas es el obstáculo que representa la conectividad logística entre Perú y Guatemala.

Algunos empresarios, especialmente los medianos y pequeños, describen que la importación de productos perecederos de Perú no es viable o es poco competitiva. Tras la interrupción en las cadenas de suministros, la percepción de algunas empresas es que Perú perdió competitividad, pues dejó de dar respuesta rápida a las demandas de sus clientes. Antes un flete de Perú a Guatemala tardaba 15 días en llegar de puerto a puerto. Ahora para el 2022 el tiempo es entre 25- 30 días, un incremento de tránsito que afecta a los productos perecederos; además de indicar que no existe un flete directo entre Perú y Guatemala, pues algunos expresan que se tiene que realizar un trasbordo en Panamá. Esto hace que la importación de productos peruano, a pesar de ser de excelente calidad, no sea atractiva a nivel comercial.

La recomendación es que tanto sector privado junto con gobierno a través de la embajada y la oficina de promoción comercial se puedan realizar estrategias conjuntas para mejorar la conectividad entre ambos mercados, con el interés de empresas locales en Guatemala que les interesa incrementar el comercio con Perú, como con empresas peruanas interesadas en el comercio con Guatemala. El trabajo interinstitucional e intersectorial también podría apoyar en la aprobación del tratado de libre comercio, el cual abriría muchas puertas para que los productos peruanos ganen competitividad y más espacio en las importaciones de Guatemala.

## Bibliografía

- Banco de Guatemala. (s.f.). *Nota al Comercio Exterior*. Recuperado el 20 de octubre de 2022, de Banco de Guatemala: <http://www.banguat.gob.gt/page/nota-al-comercio-exterior>
- Cámara del Agro de Guatemala. (2014). *Inteligencia*. Guatemala.
- Comisión de Frutas. (s.f.). Recuperado el 21 de Octubre de 2022, de Agexport: <https://www.export.com.gt/publico/comision-de-frutas>
- Comisión Nacional Portuaria. (2022). *El Sistema Portuario Nacional En Apoyo al Comercio Exterior Movimiento de Carga 2019-2022*. Guatemala.
- Connect Americas. (2014). *Connect Americas*. Obtenido de <https://connectamericas.com/es/content/c%C3%B3mo-obtener-la-certificaci%C3%B3ndeagricultura-org%C3%A1nica>
- Curruchich, S. (12 de Mayo de 2021). El 78% de la mercadería ingresa por mar. *El Diario de Centroamérica*.
- Diario de Centroamérica. (6 de Mayo de 2022). Agritrade, la feria agrícola más importante De C.A. *Diario de Centroamérica*.
- Espinoza, I. (2022). La ciudad de Guatemala y un mercado inmobiliario que factura Q15 Millardos. *El Periódico*.
- Gramajo, U. (5 de abril de 2017). Prensa Libre. *Mercado La Terminal, el gran depósito de Guatemala, cumple 59 años*.
- Gramajo, U. (25 de Febrero de 2020). *Prensa Libre*.
- Köllä the fruit company. (2020). *SEASONAL CALENDAR 2020 FRUITS*. Düsseldorf.
- MAGA. (NA). *Constancia de análisis de laboratorio, requerido que sean del lugar de origen Del producto*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería y Alimentación: <https://visar.maga.gob.gt/visar/ia/veg/RQLSTV2.pdf>
- Ministerio de Economía. (2021). *Ficha Alimentos y Bebidas*. Guatemala.
- SIICEX. (11 de abril de 2022). *SIICEX*. Obtenido de <https://rutasmaritimas.promperu.gob.pe/>
- Solórzano, A. (6 de mayo de 2022). Agexport, el Festival del Mango: Domingo en Avenida Las Américas. *La Hora*.
- Viceministerio de Integración Económica de Guatemala. (2019). *Perú-Guatemala: entendiendo cómo somos*. Guatemala.
- Vides, A. (1 de agosto de 2021). Obtenido de Data Export: <https://revista.dataexport.com.gt/2021/08/guatemala-la-puerta-al-comercio-nternacional-en-centroamerica/>

**SERVICIO DE REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO Y PROSPECCIÓN DE MERCADO SOBRE  
OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN PARA LA LÍNEA DE PRODUCTOS FRESCOS**

**COSTA RICA**

## I. Resumen ejecutivo

El presente estudio busca brindar un panorama amplio respecto al mercado costarricense de frutas y hortalizas analizando temas como la producción de las mercancías seleccionadas, el nivel de importación y exportación de éstas, requisitos arancelarios y no arancelarios para su ingreso a Costa Rica, entre otros factores, para así identificar oportunidades de exportación para frutas y hortalizas peruanas. En ese sentido, este estudio aborda también el intercambio comercial entre ambos países, la percepción que tienen los consumidores costarricenses sobre estas mercancías originarias de Perú.

Los productos en los que se centra este análisis consisten entonces en las siguientes frutas y hortalizas frescas: cebollas, ajos, guisantes, espárragos, frutos del género *capsicum*, bananos, aguacates, guayabas, mangos, mangostanes, naranjas, mandarinas, limones, limas, uvas, sandía, melón, cerezas, fresas, arándanos, pitahaya y jengibre.

Al respecto, se tiene que, dentro de la producción costarricense de dichas mercancías, destacan el banano, la naranja, el melón y la sandía. No obstante, en exportaciones, si bien el sector agrícola es de los más relevantes, siendo las frutas las que encabezan la lista, de los productos analizados, el banano es el que posee mayor participación. Si se habla de importaciones, se evidencia que el sector agrícola no posee tanta participación, y a lo interno de éste las frutas no tienen el protagonismo; se rescatan, sin embargo, las importaciones de aguacates, uvas naranjas y ajos, y como principales orígenes: Brasil, Chile y Perú.

Acercas de la comercialización de estas mercancías en el país, cuentan con gran popularidad las ferias del agricultor y el Centro Nacional de Abastecimiento y Distribución de Alimentos (CENADA), más éstos se enfocan principalmente en promocionar a los productores locales, para productos importados resultan importantes los establecimientos comerciales y los mercados locales.

En relación al perfil del consumidor costarricense, se debe decir que éste ha cambiado su mentalidad de compra, especialmente a causa de los cambios derivados por la pandemia; se destaca que han visto reducida su capacidad adquisitiva, no por disminuciones en los ingresos, sino producto de la inflación, debido a ello, aplican prácticas de ahorro y gasto y suelen realizar compras más inteligentes. En lo que respecta a los compradores, los importadores costarricenses muestran interés por: estabilidad en los precios, certificaciones con las que cuentan las empresas proveedoras, las condiciones de venta (créditos de entre 30 y 90 días) y empaques (identificados y de materiales resistentes). A pesar de ello, es necesario mencionar que, aun cuando los compradores y consumidores costarricenses

conocen de la oferta peruana y su calidad en ciertos de los productos de interés, muchos no han tratado con los mismo, por lo que resulta de interés el acceso a muestras o exhibiciones de éstos.

Finalmente, se debe decir que, más allá de las ferias del agricultor, algunas ferias especializadas y unas pocas revistas especializadas, en Costa Rica no se llevan a cabo grandes programas o actividades para la promoción de los productos que atañen a este estudio.

## **II. Alcance del estudio especializado**

El presente estudio analiza la situación comercial y productiva de productos frescos determinados, que se detallarán más adelante, del sector agrícola en Costa Rica. En este sentido, es importante remitir al Sistema Armonizado de Designación y Codificación de las Mercancías, mejor conocido como SA, el cual corresponde a la nomenclatura y sistema de codificación internacional de mercancías utilizado en el comercio internacional y en las operaciones de importación y exportación de los países, ya que es la base para una correcta clasificación arancelaria, que determina tanto los aranceles por cancelar derivados de las actividades del comercio internacional, así como las regulaciones de entrada o salida de un mercado.

La codificación del arancel nacional de Costa Rica se basa en 12 dígitos de los cuales los dos primeros representan el capítulo dentro del SA al que pertenece la mercancía en cuestión; los dos siguientes representan la partida y los dos siguientes la subpartida. Centroamérica abre un inciso centroamericano en los siguientes dos a cuatro dígitos y Costa Rica abre en los últimos dos dígitos una fracción arancelaria nacional. Las aperturas se dan según el interés comercial de una mercancía determinada para países o regiones particulares.

Para efectos de este estudio, las mercancías que se abordarán se ubican en la *Sección II* del SA sobre *Productos del Reino Vegetal*, de ésta interesan, particularmente, el *Capítulo 7: Hortalizas, Plantas, Raíces y Tubérculos Alimenticios*, el *Capítulo 8: Frutas y Frutos Comestibles; Cortezas de Agrios (Cítricos), Melones o Sandías*, y el *Capítulo 9: Café, Té, Yerba Mate y Especias*, ya que a ellos corresponden las clasificaciones arancelarias de los productos que atañen al análisis en cuestión.

Siguiendo esa línea, en la siguiente tabla se pueden apreciar los productos que se abordarán de manera específica, así como la respectiva clasificación arancelaria para cada uno de ellos a nivel de subpartida del SA.

Tabla 15 Productos Costa Rica

Subpartida arancelaria	Descripción
070310	Cebollas
070320	Ajos
070810	Guisantes "arvejas, chícharos" "Pisum sativum", frescos o refrigerados
070920	Espárragos frescos
070960	Frutos del género Capsicum
080390	Banano orgánico fresco
080440	Aguacates "paltas", frescos o secos
080450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos
080510	Naranjas, frescas o secas (Tangelo)
080521	Mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas, W.Murcott, Nova)
080529	Mandarinas wilkings e híbridos similares de agrios (cítricos), excepto tangelo
080550	Limonas "Citrus limon, Citrus limonum" y limas "Citrus aurantifolia, Citrus latifolia", frescos (Taithi, otros)
080610	Uvas frescas
080711	Sandía
080719	Melón
080929	Cerezas
081010	Fresas
081040	Arándanos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos
081090	Pitahaya
091011	Jengibre

Asimismo, se evidencian las fracciones arancelarias a las que corresponden los productos objeto de estudio dentro del Arancel de Importación Nacional; que resultan de suma relevancia a efectos de determinar los requisitos de acceso a mercado específicos para las mercancías, sean medidas arancelarias (MA) o medidas no arancelarias (MNA) aplicables en Costa Rica.

Tabla 16 Fracciones arancelarias de productos

Fracción arancelaria	Descripción
<b>Cebollas</b>	
070310110011	Cebollas amarillas presentadas enlatadas, envasadas o empacadas en plástico sellado
070310110019	Las demás cebollas amarillas
070310110020	Cebollas amarillas presentadas enlatadas, envasadas o empacadas en plástico sellado
070310110090	Las demás cebollas amarillas
070310120011	Cebollas blancas presentadas enlatadas, envasadas o empacadas en plástico sellado
070310120019	Las demás cebollas blancas
070310120020	Cebollas blancas presentadas enlatadas, envasadas o empacadas en plástico sellado
070310120090	Las demás cebollas blancas
070310130011	Cebollas rojas presentadas enlatadas, envasadas o empacadas en plástico sellado
070310130019	Las demás cebollas rojas
070310130020	Cebollas rojas presentadas enlatadas, envasadas o empacadas en plástico sellado
070310130090	Las demás cebollas rojas
070310190011	Las demás cebollas presentadas enlatadas, envasadas o empacadas en plástico sellado
070310190019	Las demás cebollas
070310190020	Las demás cebollas presentadas enlatadas, envasadas o empacadas en plástico sellado
070310190090	Las demás cebollas
<b>Ajos</b>	
070320000010	Ajos presentados enlatados, envasados o empacados en plástico sellado
070320000090	Los demás ajos
<b>Guisantes "arvejas, chícharos" "Pisum sativum"</b>	
070810000010	Guisantes "arvejas, chícharos" "Pisum sativum", frescos o refrigerados, presentados enlatados o envasados
070810000090	Los demás guisantes "arvejas, chícharos" "Pisum sativum", frescos o refrigerados
<b>Espárragos</b>	
070920000000	Espárragos frescos
<b>Frutos del género capsicum</b>	
070960100010	Pimientos (chiles) dulces presentados enlatados, envasados o empacados en plástico sellado
070960100090	Los demás pimientos (chiles) dulces
070960200010	Chile tabasco ( <i>Capsicum frutescens</i> L.) presentados enlatados, envasados o empacados en plástico sellado
070960200090	Los demás de chile tabasco ( <i>Capsicum frutescens</i> L.)
070960900011	Chiles picantes presentados enlatados, envasados o empacados en plástico sellado
070960900019	Los demás chiles picantes
070960900090	Los demás frutos del género capsicum, frescos

Fracción arancelaria	Descripción
<b>Banano orgánico</b>	
080390110000	Bananos frescos
<b>Aguacates (paltas)</b>	
080440000010	Aguacates (paltas) frescos
<b>Guayabas, mangos y mangostanes</b>	
080450100010	Mangos frescos
080450200011	Guayabas frescas
080450200012	Mangostanes frescos
<b>Naranjas</b>	
080510000011	Naranjas frescas certificadas como "orgánico"
080510000019	Las demás naranjas frescas
<b>Mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas, W.Murcott, Nova)</b>	
080521000010	Mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas) frescas
<b>Mandarinas wilkings e híbridos similares de agrios (cítricos), excepto tangelo</b>	
080529000010	Las demás mandarinas frescas
<b>Limonos (Citrus limon, Citrus limonum) y limas (Citrus aurantifolia, Citrus latifolia)</b>	
080550000011	Limonos (Citrus limon, Citrus limonum) y limas (Citrus aurantifolia, Citrus latifolia), frescos
<b>Uvas</b>	
080610000000	Uvas frescas
<b>Sandías</b>	
080711000000	Sandías frescas
<b>Melones</b>	
080719000000	Melones frescos
<b>Cerezas</b>	
080929000000	Cerezas frescas
<b>Fresas (frutillas)</b>	
081010000000	Fresas (frutillas) frescas
<b>Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género Vaccinium</b>	
081040000000	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género Vaccinium, frescos
<b>Pitahayas</b>	
081090510000	Pitahayas rojas con cáscara, frescas
081090520000	Pitahayas amarillas con cáscara, frescas
081090530000	Las demás pitahayas con cáscara, frescas
081090540000	Pitahayas sin cáscara, frescas
<b>Jengibre</b>	
091011100090	Jengibre

### **III. Análisis de la oferta en Costa Rica**

#### **3.1. Producción de Costa Rica**

Debido a la pandemia por COVID-19, a partir de marzo de 2020 la economía del país sufrió un cambio drástico a causa de la contracción de la economía mundial y las medidas de restricción y confinamiento por la declaratoria de emergencia sanitaria nacional, que llevó a un deterioro de la actividad económica. No obstante, en el 2021 se dio una rápida recuperación de la economía mundial, impulsada por una mejora de la demanda interna y un repunte de la demanda externa.

La economía costarricense, medida a través de Producto Interno Bruto (PIB), desde el segundo trimestre de 2021 superó los niveles previos a la pandemia, lo que se evidencia en la siguiente tabla, en la que se presentan los valores alcanzados por el PIB de Costa Rica desde el 2017 hasta el 2021.

En lo que se refiere al sector agrícola, que atañe este estudio, como se puede apreciar en dicha tabla, aun siendo considerado en conjunto con la silvicultura y la pesca, éste no posee un gran peso dentro de la estructura del PIB nacional en comparación con otros sectores. Esto se debe, principalmente, a que el país ha ido diversificando su oferta de bienes y servicios, especializándose en ciertos sectores que distan de las actividades agrícolas. A pesar de ello, no fue una excepción a la recuperación económica con valores mayores a los que se obtuvieron previo a la pandemia, esto como resultado de la reapertura de los mercados internacionales.

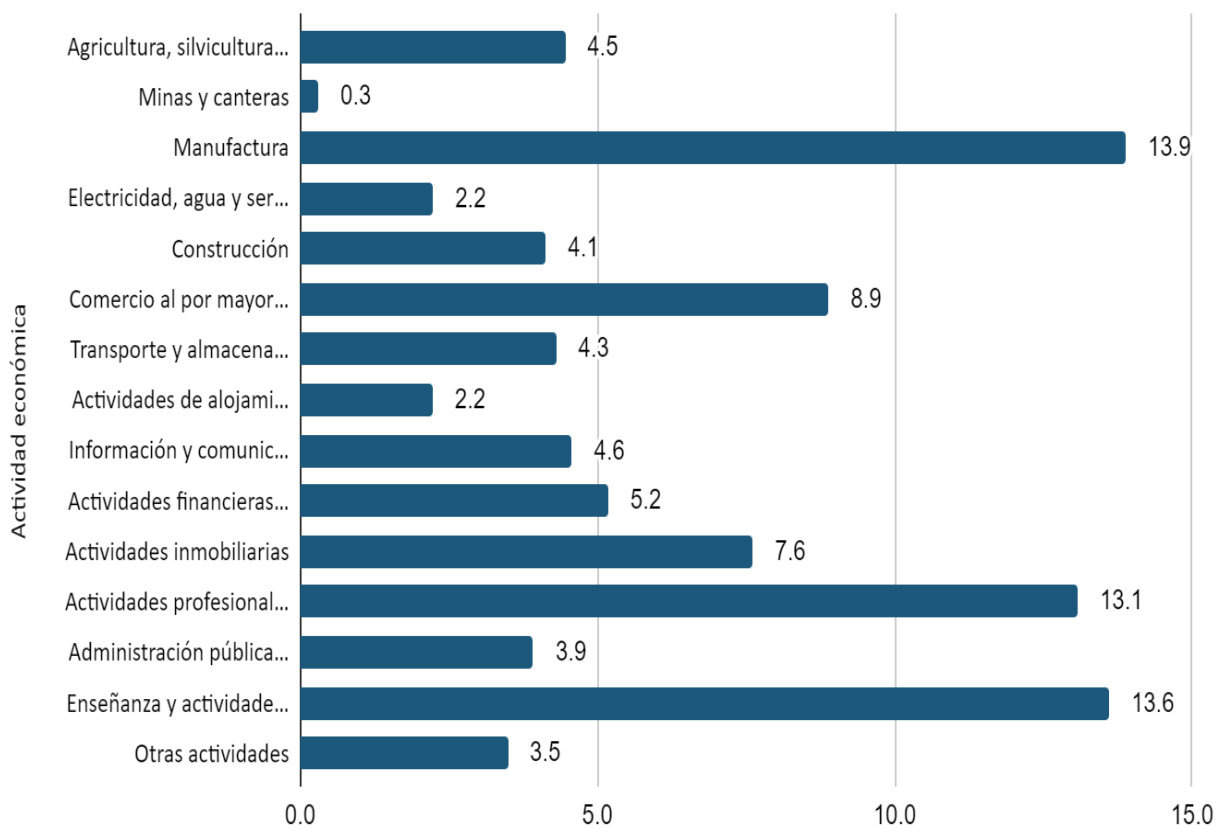
**Tabla 17 Actividad económica Costa Rica últimos 5 años**

Actividad económica	2017	2018	2019	2020	2021	Variación 2021-2020
<b>Producto Interno Bruto a precios de mercado</b>	<b>34,343,647</b>	<b>36,014,719</b>	<b>37,832,150</b>	<b>36,356,271</b>	<b>39,905,554</b>	<b>9.8</b>
Impuestos a los productos y las importaciones (netos de subvenciones)	2,624,776	2,624,543	2,784,181	2,572,907	3,244,301	26.1
<b>Producto Interno Bruto a precios básicos</b>	<b>31,718,872</b>	<b>33,390,176</b>	<b>35,047,969</b>	<b>33,783,365</b>	<b>36,661,253</b>	<b>9</b>
<b>Agricultura, silvicultura y pesca</b>	<b>1,614,075</b>	<b>1,614,838</b>	<b>1,589,726</b>	<b>1,604,865</b>	<b>1,777,478</b>	<b>10.8</b>
Minas y canteras	106,728	121,277	112,095	104,154	120,968	16.1
Manufactura	4,029,884	4,294,514	4,557,429	4,626,877	5,539,582	19.7
Electricidad, agua y servicios de saneamiento	899,342	963,347	1,046,603	1,078,883	890,926	-17.4
Construcción	1,597,363	1,664,672	1,560,379	1,510,977	1,648,432	9.1
Comercio al por mayor y al por menor	3,173,524	3,329,095	3,426,892	3,112,060	3,544,794	13.9
Transporte y almacenamiento	1,539,991	1,646,325	1,679,245	1,346,708	1,718,156	27.6
Actividades de alojamiento y servicios de comida	1,149,899	1,202,916	1,287,092	741,699	888,858	19.8
Información y comunicaciones	1,550,494	1,567,736	1,668,072	1,708,241	1,823,377	6.7
Actividades financieras y de seguros	1,923,881	1,987,753	2,080,518	1,996,477	2,067,099	3.5
Actividades inmobiliarias	2,818,481	2,931,719	2,993,371	2,938,231	3,037,229	3.4
Actividades profesionales, científicas, técnicas, administrativas y servicios de apoyo	3,902,522	4,218,018	4,696,439	4,710,832	5,218,144	10.8
Administración pública y planes de seguridad social de afiliación obligatoria	1,469,186	1,556,672	1,588,664	1,607,413	1,565,230	-2.6
Enseñanza y actividades de la salud humana y de asistencia social	4,782,881	4,987,095	5,398,819	5,380,735	5,428,281	0.9
Otras actividades	1,160,620	1,304,199	1,362,624	1,315,214	1,392,697	5.9

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Central de Costa Rica (BCCR).

Para el 2021, la agricultura, sumada a la silvicultura y pesca, representaron un 4,5% del PIB, como se observa en el gráfico que se presenta a continuación, siendo el octavo sector en orden de participación en el PIB, por lo que es claro que hay otras industrias que impactan en mayor medida en el desarrollo económico del país.

### Participación porcentual por rama de actividad económica en el PIB 2021



**Ilustración 78 Participación económica en PIB**

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Central de Costa Rica (BCCR).

Adicionalmente, evidencia el valor agregado de las principales actividades del sector agrícola costarricense, en millones de colones, entre los años 2017 y 2021, donde es posible ubicar individualmente a ciertos de los productos que interesan a este estudio como lo son el melón, la cebolla y el banano, así como otras categorías donde se pueden clasificar otras de las mercancías objeto de estudio.

**Tabla 18 Principal participación económica últimos 5 años**

Actividades	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Agrícola</b>	<b>1,115,625</b>	<b>1,069,520</b>	<b>1,075,515</b>	<b>1,098,343</b>	<b>1,222,515</b>
Frijol	4,413	5,423	4,389	6,125	6,693
Maíz	850	946	775	646	834
Otros cereales, legumbres y semillas oleaginosas	2,216	1,729	1,934	1,974	2,354
Arroz	11,245	13,693	12,470	12,873	12,172
<b>Melón</b>	<b>21,776</b>	<b>21,017</b>	<b>20,703</b>	<b>17,129</b>	<b>13,173</b>
<b>Cebolla</b>	<b>11,718</b>	<b>10,129</b>	<b>16,757</b>	<b>12,965</b>	<b>17,770</b>
Chayote	9,219	10,344	11,131	11,576	12,530
Papa	24,094	25,418	19,690	20,322	15,330
<b>Raíces y tubérculos</b>	<b>33,261</b>	<b>47,585</b>	<b>60,150</b>	<b>54,885</b>	<b>57,727</b>
<b>Otras hortalizas</b>	<b>43,390</b>	<b>39,245</b>	<b>36,935</b>	<b>39,169</b>	<b>36,071</b>
Caña de azúcar	19,906	19,999	18,052	19,249	17,861
Flores	17,021	15,002	15,859	14,905	19,583
Follajes	19,160	19,021	19,631	16,782	22,022
<b>Banano</b>	<b>367,086</b>	<b>359,458</b>	<b>361,395</b>	<b>389,706</b>	<b>403,521</b>
Plátano	13,498	17,964	20,525	19,643	19,341
Piña	312,401	277,958	273,174	273,993	324,718
Palma africana	39,261	30,109	24,496	46,529	102,200
Café	72,152	57,044	65,736	42,493	25,623
<b>Otras frutas, nueces y otros frutos oleaginosos</b>	<b>58,913</b>	<b>61,138</b>	<b>55,941</b>	<b>59,006</b>	<b>63,227</b>
Otras plantas no perennes y perennes	12,503	13,125	12,671	14,950	17,612
Propagación de plantas	21,541	23,175	23,100	23,423	32,152

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Central de Costa Rica (BCCR).

Ahora bien, respecto de la producción de los productos específicos, de acuerdo con los datos sobre áreas sembradas y producción recopilados en las siguientes tablas, respectivamente, resulta evidente que la producción de banano para la exportación es la de mayor relevancia para el país, seguido por el banano criollo y la naranja, que si bien presentan una diferencia notable en cuanto al área sembrada, poseen valores cercanos en lo que a niveles de producción se refiere. También, según la información obtenida, el mango y el aguacate son los bienes que, dentro del alcance del estudio, se producen en menor medida en Costa Rica.

**Tabla 19 Áreas sembradas en hectáreas por producto 2017-2021**

Áreas sembradas en hectáreas por producto 2017-2021						
Producto	2017	2018	2019	2020	2021	Variación % 2021-2022
Cebolla	1,268	1,323	1,181	1,287	1,243	-3.4
Banano para exportación	42,857	43,050	43,013	43,443	43,079	-0.8
Banano criollo	4,286	4,305	4,301	4,344	4,308	-0.8
Aguacate	-	3,750	4,072	3,570	3,167	-11.3
Mango	6,661	7,189	8,352	7,482	6,385	-14.7
Naranja	23,400	24,000	23,000	22,500	22,500	0.0
Sandía	2,895	3,228	3,462	1,869	1,857	-0.6
Melón	5,010	4,437	4,107	3,394	2,147	-36.7

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria (SEPSA), el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) y el Banco Central de Costa Rica (BCCR).

**Tabla 20 Producción en toneladas métricas según producto 2017-2021**

Producción en toneladas métricas según producto 2017-2021						
Producto	2017	2018	2019	2020	2021	Variación % 2021-2020
Cebolla	38,779	40,644	40,150	41,757	42,205	1.1
Banano para exportación	2,324,090	2,258,699	2,187,660	2,384,698	2,324,334	-2.5
Banano criollo	232,409	226,242	219,050	238,470	232,433	-2.5
Aguacate	-	11,376	17,353	13,286	12,996	-2.2
Mango	36,508	24,193	29,507	23,812	24,269	1.9
Naranja	234,877	236,774	226,908	221,975	219,509	-1.1
Sandía	123,011	136,756	164,906	60,544	57,926	-4.3
Melón	144,588	143,015	124,853	82,764	53,482	-35.4

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria (SEPSA), el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) y el Banco Central de Costa Rica (BCCR).

Acerca de los productos de interés para el estudio, que NO se abarcan en las tablas anteriores, se debe decir que las entidades competentes no contaban con la información requerida en correlación a producción ya que no se ha generado un trabajo oficial estatal o privado para su definición y determinación, sobre todo debido a la especificidad del producto que se trataba. Sin embargo, se poseen datos de interés para algunas de las mercancías, que corresponden a fechas fuera del periodo de estudio, mismos que se detallarán a continuación. En primer lugar, en el caso del jengibre, se posee información respecto de los años 2007, 2008 y 2009, donde el área de producción en hectáreas, respectivamente, correspondía a: 107, 66 y 96; y la producción en toneladas métricas, respectivamente, fue de: 1,044, 955 y 1,350.

Para 2014, se tienen datos sobre el chile, acerca de 1,058.6 hectáreas sembradas, de las cuales 978.5 fueron cosechadas; de la guayaba con 403.6 hectáreas sembradas; del limón cuya área de siembra correspondía a 1133.3 hectáreas; y de la mandarina con 403.7 hectáreas sembradas. Sobre la pitahaya, los datos más recientes de junio de 2021, indican un área sembrada de 112.85 hectáreas en el país. Asimismo, se tienen estimaciones<sup>1</sup> para 2022 respecto al área sembrada de mangostanes y fresas de aproximadamente 100 y 140 hectáreas, respectivamente.

Por otra parte, sobre la producción de ajo, si bien no hay datos oficiales, se sabe que ésta es escasa, representando entre el 1 y 2 por ciento del consumo interno de este bien en 2020.

---

<sup>1</sup> Datos obtenidos a partir de entrevistas con representantes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica (MAG).

### 3.2. Exportaciones Totales de Costa Rica

Costa Rica ha apostado por desarrollar una plataforma de comercio exterior robusta, con más de 16 tratados de libre comercio suscritos con los principales mercados alrededor del mundo, incluido Perú desde 2013, y otros más en procesos de negociación. En su conjunto, estos mercados representan más del 37% del PIB global.

En 2021, las exportaciones totales de bienes de Costa Rica registraron un valor de \$14.487 millones de USD, mostrando un crecimiento interanual de 19,7% con respecto al año anterior y una tasa de 8,1% de crecimiento anual promedio entre 2017 y 2021 (CAGR).

A continuación, se muestra la composición de las exportaciones del país, según sector productivo:

**Tabla 21 Exportaciones por sector Costa Rica**

Sector	Millones USD (2021)	% Part. (2021)	CAGR (2017-2021)
Equipo de precisión y médico	\$5 229	36,1%	16,8%
Agrícola	<b>\$3 047</b>	<b>21,0%</b>	<b>1,9%</b>
Alimentaria	\$2 052	14,2%	6,2%
Químico-farmacéutico	\$747	5,2%	2,7%
Eléctrica y electrónica	\$706	4,9%	6,5%
Metalmecánica	\$686	4,7%	12,4%
Plástico	\$456	3,1%	6,4%
Pecuario y pesca	\$398	2,7%	5,1%
Caucho	\$295	2,0%	3,1%
Prod. minerales no metálicos	\$158	1,1%	4,8%
Textiles, cuero y calzado	\$142	1,0%	4,9%
Papel y cartón	\$138	1,0%	3,6%
Joyería	\$78	0,5%	14,2%
Maderera	\$68	0,5%	-4,5%
Productos minerales	\$59	0,4%	2,1%
Otros	\$229	1,6%	22,0%
<b>Total general</b>	<b>\$14 487</b>	<b>100%</b>	<b>8,1%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

Del cuadro anterior, es posible evidenciar cómo Costa Rica ha diversificado su cartera de exportación basada históricamente en productos agrícolas (como café, banano y piña) hasta posicionar a la categoría de dispositivos médicos como el principal producto de exportación del país, representando más de \$5.229 millones de USD y el 36% del total del valor comercializado con el mundo. En promedio, ha crecido a una tasa anual de 16,8% durante los últimos cinco años, el rendimiento más elevado en comparación con los demás sectores.

### 3.2.1. Exportaciones agrícolas de Costa Rica

Para efectos de este análisis, el sector agrícola está compuesto por los siguientes capítulos del Sistema Armonizado, así como sus respectivas partidas y subpartidas arancelarias derivadas:

**Tabla 22 Exportaciones agrícolas**

Capítulo arancelario	Descripción
06	Plantas vivas y productos de la floricultura
07	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios
08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
09	Café, té, yerba mate y especias
10	Cereales
11	Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo
12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas-frutos diversos; plantas industriales-medicinales; paja, forraje
13	Gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales
14	Materias trenzables y demás productos de origen vegetal, no comprendidos en otra parte

Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema Armonizado.

Históricamente, el sector agrícola se posicionó como el principal sector de exportación de Costa Rica hasta 2018, cuando es superado por el sector de dispositivos médicos. **En 2021**, las exportaciones agrícolas registran un máximo histórico, alcanzando los **\$3.047 millones de USD**, un **crecimiento interanual del 6,1%** con respecto a 2020 (año marcado por la crisis socioeconómica provocada por la pandemia) y una tasa de **1,9% de crecimiento anual promedio entre 2017 y 2021 (CAGR)**.

A continuación, se muestra el comportamiento en las exportaciones agrícolas durante la última década:



**Ilustración 79 Exportaciones agrícolas por año**

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

En general, el sector agrícola aportó el 21% del valor total exportado por Costa Rica en 2021 y registró **336 productos comercializados** (líneas arancelarias de doce dígitos), **101 destinos** alrededor del mundo y **653 exportadores** (entre personas físicas y jurídicas).

A continuación, se muestra la composición de las exportaciones agrícolas según capítulo arancelario:

**Tabla 23 Descripción productos comercializados**

Capítulo	Descripción	Millones USD (2021)	% Part. (2021)	CAGR (2017-21)
08	Frutas y frutos comestibles; cítricos, melones o sandías	\$2 303,8	75,6%	1,2%
09	Café, té, yerba mate y especias	\$340,5	11,2%	2,4%
07	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	\$181,7	6,0%	5,3%
06	Plantas vivas y productos de la floricultura	\$165,8	5,4%	5,8%
12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas-frutos diversos; plantas industriales-medicinales; paja, forraje	\$26,5	0,9%	1,2%
11	Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	\$15,2	0,5%	-0,5%
10	Cereales	\$7,9	0,3%	21,7%
13	Gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales	\$3,5	0,1%	53,2%
14	Materias transables y demás productos de origen vegetal, no comprendidos en otra parte	\$1,6	0,1%	86,3%
<b>Total general</b>		<b>\$3 046,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>1,9%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

Las frutas (Capítulo 08) aportan el 76% del valor total comercializado en exportaciones agrícolas del país, seguido de café, plantas (flores, follajes, ornamentales), entre otros.

A continuación, se muestra la composición de las exportaciones agrícolas según producto:

Tabla 24 Descripción exportaciones agrícolas

Top 30	Descripción	Millones USD (2021)	% Part. (2021)	% Var. (2021-20)	CAGR (2017-21)	Toneladas (2021)
1	Banano	\$1 066	35,0%	1,9%	0,5%	2 507 485
2	Piña	\$1 014	33,3%	7,8%	1,9%	2 207 560
3	Café oro	\$326	10,7%	9,5%	2,3%	69 497
4	Frutos varios sin cocer, congelados	\$126	4,1%	59,1%	12,3%	83 225
5	Yuca	\$97	3,2%	22,2%	5,1%	125 919
6	Plantas ornamentales	\$91	3,0%	44,6%	9,7%	39 392
7	Flores y capullos	\$41	1,3%	21,7%	5,0%	6 337
8	Follajes, hojas y demás	\$33	1,1%	-8,1%	-2,1%	13 915
9	Melón	\$30	1,0%	-50,6%	-16,2%	54 670
10	Sandías frescas	\$26	0,8%	18,7%	4,4%	60 116
11	Chayote	\$21	0,7%	26,5%	6,1%	35 395
12	Semillas de plantas herbáceas p. siembra	\$13	0,4%	8,5%	2,1%	7
13	Hortalizas frescas o refrigeradas varias	\$11	0,4%	25,8%	5,9%	10 092
14	Piña orgánica	\$10	0,3%	-57,4%	-19,2%	18 523
15	Nuez y almendra de palma	\$9	0,3%	139,8%	24,4%	55
16	Ñame	\$9	0,3%	-1,8%	-0,4%	9 786
17	Ñampí	\$8	0,3%	44,2%	9,6%	7 719
18	Zanahorias	\$8	0,3%	7,7%	1,9%	12 462
19	Mangos	\$8	0,3%	347,1%	45,4%	10 730
20	Tiquisque	\$8	0,3%	-2,1%	-0,5%	9 425
21	Piñas deshidratadas	\$8	0,3%	68,4%	13,9%	937
22	Arroz partido	\$7	0,2%	97,7%	18,6%	17 917
23	Jengibre	\$6	0,2%	73,6%	14,8%	4 933
24	Ayotes	\$5	0,2%	67,2%	13,7%	11 358
25	Harina de trigo	\$5	0,2%	-52,5%	-17,0%	11 251
26	Harina de maíz	\$5	0,2%	213,0%	33,0%	6 651
27	Otros	\$5	0,2%	333,1%	44,3%	3 614
28	Café tostado sin descafeinar	\$5	0,2%	60,8%	12,6%	547
29	Plátano	\$4	0,1%	179,3%	29,3%	15 225
30	Granos aplastados o en copos de avena	\$3	0,1%	48,1%	10,3%	2 362
	Otros	\$40	1,3%	-	-	39 617
	<b>Total general</b>	<b>\$3 047</b>	<b>100%</b>	<b>7,7%</b>	<b>1,9%</b>	<b>5 396 726</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

Según valor, las exportaciones agrícolas tienen una alta **concentración** en tres principales productos que, en su conjunto, representan el 79% de las exportaciones totales de este sector. Estos productos son: **banano, piña y café oro**; todos con tasas de crecimiento positivas, aunque menos dinámicas que otros incipientes con menor participación.

Los productos con menor valor exportado son los que muestran las tasas de crecimiento más dinámicas en los últimos años, por ejemplo, el mango (+45% CAGR), jengibre (+15%), ayote (+14%), café tostado (+13%), o el plátano (+29%). Por otra parte, es también posible apreciar que las presentaciones con mayor nivel de valor agregado también han crecido notablemente, como el caso de las frutas varias congeladas (+12%), piñas deshidratadas (+14%) o moliendas varias.

Lo anterior refleja una progresiva **diversificación** de la oferta exportable costarricense, así como también la demanda por presentaciones de mayor valor agregado, más allá de solo presentaciones frescas, las cuales están más sujetas a dinámicas comerciales sensibles a precios, temporadas y volúmenes de escala.

**A continuación, se muestran las estadísticas de exportación de los productos de interés seleccionados para esta investigación:**

**Tabla 25 Estadística exportación prod. de interés**

Subpartida arancelaria	Descripción (cartera de productos de interés)	Millones USD (2021)	CAGR (2017-2021)	Part. Perú en exportaciones (2021)
080390	Banano orgánico fresco	\$1 066,5	0,5%	0,0%
080719	Melón	\$30,141	-16,2%	0,0%
080711	Sandía	\$25,703	4,4%	0,0%
080450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	\$8,206	13,6%	0,0%
091011	Jengibre	\$5,578	14,8%	0,0%
081010	Fresas	\$0,714	35,7%	0,0%
080610	Uvas frescas	\$0,388	8,2%	0,0%
080510	Naranjas, frescas o secas (Tangelo)	\$0,262	42,1%	0,0%
081090	Pitahaya	\$0,243	-16,5%	0,0%
070310	Cebollas	\$0,080	14,7%	0,0%
080440	Aguacates "paltas", frescos o secos	\$0,073	-36,5%	0,0%
080521	Mandarinas (incluidas tangerinas y satsumas, w. Murcott, Nova)	\$0,049	26,2%	0,0%
081040	Arándanos, mirtilos y frutos del género "Vaccinium", frescos	\$0,045	81,1%	0,0%
070320	Ajos	\$0,035	-30,6%	0,0%
070960	Frutos del género capsicum	\$0,018	-69,3%	0,0%
080929	Cerezas	\$0,015	-	0,0%
080550	Limonas "Citrus limon, Citrus limonum" y limas "Citrus aurantifolia, Citrus latifolia", frescos (Taithi, otros)	\$0,014	-	0,0%
070920	Espárragos frescos	\$0,012	-	0,0%
070810	Guisantes "arvejas, chícharos" "Pisum sativum", frescos o refrigerados	\$0,000	-100,0%	0,0%
080529	Mandarinas wilkings e híbridos similares de agrios(cítricos)excepto tangelo	-	0,5%	0,0%
<b>Total de esta selección</b>		<b>\$1 138,1</b>	<b>-0,1%</b>	<b>0,0%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

**La cartera de productos analizada en esta investigación** representa para Costa Rica \$1.138 millones de USD en exportaciones, sin embargo, el 94% de este valor corresponde específicamente al banano, uno de los productos históricos y emblemáticos del país, altamente reconocido en mercados internacionales. El melón, la sandía, las guayabas/mangos y el jengibre representan los demás productos representativos de esta selección; aunque particularmente son los primeros dos los que cuentan con volúmenes de escala, en comparación con los demás de este grupo.

**Es importante resaltar que Costa Rica no exporta actualmente ninguno de estos productos a Perú (2021).**

### 3.3. Importaciones Totales de Costa Rica

En 2021, las importaciones totales de bienes del país registraron un valor de \$18.431 millones de USD, mostrando un crecimiento interanual de 15,8% con respecto al año anterior y una tasa de 3,7% de crecimiento anual promedio entre 2017 y 2021 (CAGR).

A continuación, se muestra la composición de las importaciones del país, según sector productivo:

**Tabla 26 Importaciones totales Costa Rica**

Sector	Millones USD (2021)	% Part. (2021)	CAGR (2017-2021)
Eléctrica y electrónica	\$3 310,7	18,0%	-1,8%
Químico-farmacéutico	\$2 472,9	13,4%	0,6%
Metalmecánica	\$1 969,9	10,7%	6,0%
Productos minerales	\$1 745,3	9,5%	-0,6%
Plástico	\$1 571,6	8,5%	2,3%
Alimentaria	\$1 202,1	6,5%	-3,1%
Material de transporte	\$1 018,3	5,5%	-9,8%
Equipo de precisión y médico	\$1 008,2	5,5%	9,2%
<b>Agrícola</b>	<b>\$976,4</b>	<b>5,3%</b>	<b>3,6%</b>
Textiles, cuero y calzado	\$807,1	4,4%	-1,4%
Papel y cartón	\$799,2	4,3%	-0,7%
Pecuario y pesca	\$305,3	1,7%	-1,2%
Caucho	\$288,4	1,6%	3,4%
Muebles y aparatos de alumbrado	\$286,2	1,6%	-2,2%
Productos minerales no metálicos	\$262,8	1,4%	1,0%
Otros	\$406,6	2,2%	-
<b>Total general</b>	<b>\$14 487</b>	<b>100%</b>	<b>8,1%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

El sector eléctrica-electrónica es el principal sector en importaciones totales del país (18% del valor), seguido de químico-farmacéutico (con alta participación de combustibles), metalmecánica y otros. Por su parte, el sector agrícola es el noveno en el ranking total (2021).

### 3.3.1. Importaciones agrícolas de Costa Rica

Para efectos de este análisis, el sector agrícola está compuesto por los siguientes capítulos del Sistema Armonizado, así como sus respectivas partidas y subpartidas arancelarias derivadas:

**Tabla 27 Importaciones agrícolas**

Capítulo arancelario	Descripción
06	Plantas vivas y productos de la floricultura
07	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios
08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
09	Café, té, yerba mate y especias
10	Cereales
11	Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo
12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas-frutos diversos; plantas industriales-medicinales; paja, forraje
13	Gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales
14	Materias trenzables y demás productos de origen vegetal, no comprendidos en otra parte

Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema Armonizado.

**En 2021**, las exportaciones agrícolas registran un máximo histórico, alcanzando los **\$976 millones de USD**, lo cual significó el **crecimiento interanual más significativo en la última década, del 27,9%** con respecto a 2020. Este crecimiento estuvo estimulado por la recuperación económica en 2021 y el crecimiento en el gasto-consumo.

**En los últimos cinco años**, las importaciones agrícolas crecieron a una tasa anual promedio del **7,5%** (CAGR), una cifra mucho más dinámica que en el caso de las exportaciones agrícolas costarricenses, que se limitaron al 1,9% durante este mismo período.

A continuación, se muestra el comportamiento en las exportaciones agrícolas durante la última década:

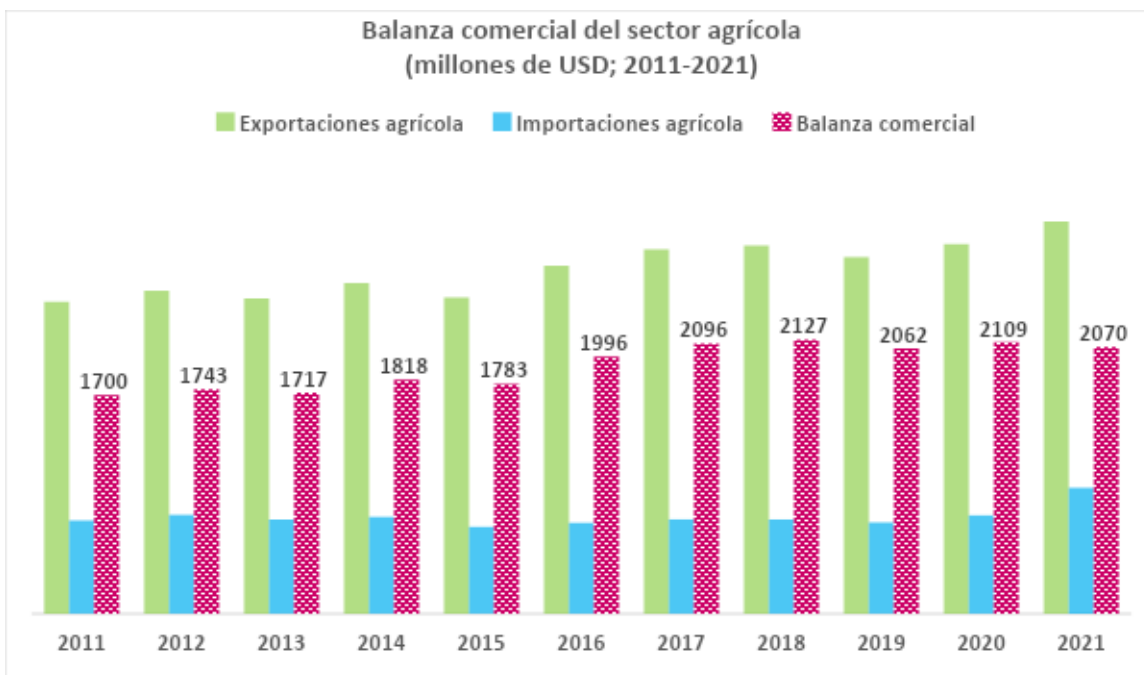


**Ilustración 80 Importaciones agrícolas por año**

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

En general, el sector agrícola aportó el **5,3%** del valor total exportado por Costa Rica en 2021 y registró **359 productos comercializados** (líneas arancelarias de doce dígitos), **184 orígenes** distintos y **358 importadores** (entre personas físicas y jurídicas). Con respecto a las exportaciones, hay una considerable menor cantidad de importadores vs exportadores (653 en 2021).

A continuación, se muestra la balanza comercial del sector agrícola durante la última década:



**Ilustración 81 Balanza comercial Costa Rica**

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

La balanza comercial agrícola ha sido históricamente positiva, esto significa que Costa Rica exporta mucho más de lo que importa. En 2021, el saldo comercial registró \$2.070 millones, mostrando una ligera tendencia hacia la baja desde 2017, cuando alcanzó un máximo en el período.

A continuación, se muestra la composición de las importaciones agrícolas según capítulo arancelario:

**Tabla 28 importaciones agrícolas por capítulo**

Capítulo	Descripción	Millones USD (2021)	% Part. (2021)	CAGR (2017-21)
10	Cereales	\$490,2	50,2%	12,7%
12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas-frutos diversos; plantas industriales-medicinales; paja, forraje	\$207,2	21,2%	7,2%
08	Frutas y frutos comestibles; cítricos, melones o sandías	\$99,2	10,2%	-0,5%
07	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	\$74,5	7,6%	-2,1%
11	Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	\$46,6	4,8%	1,4%
09	Café, té, yerba mate y especias	\$34,4	3,5%	10,2%
06	Plantas vivas y productos de la floricultura	\$16,6	1,7%	6,9%
13	Gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales	\$6,9	0,7%	-0,7%
14	Materias transables y demás productos de origen vegetal, no comprendidos en otra parte	\$0,7	0,1%	-3,3%
<b>Total general</b>		<b>\$976,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>7,5%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

Los cereales representan la mitad de todas las importaciones del país, según valor. Le siguen semillas o frutos oleaginosos (21%), frutas (10%) y hortalizas (8%), entre otros. Esto significa que, para efectos del presente análisis, que **Costa Rica ofrece un mercado base de importaciones de al menos \$174 millones de USD (2021)**, con un repunte interanual en 2021 de +1,1% en el caso de hortalizas, raíces, vegetales (Capítulo 07) y de +7% en frutas (Capítulo 08), con respecto al año anterior.

A continuación, se muestra la composición de las importaciones agrícolas según producto:

Tabla 29 importaciones agrícolas según producto

Top 30	Descripción	Millones USD (2021)	% Part. (2021)	% Var. (2021-20)	CAGR (2017-21)	Toneladas (2021)
1	Maíz amarillo	\$295,4	30,3%	62,7%	18,0%	1 010 097
2	Habas de soya	\$168,8	17,3%	40,3%	7,2%	286 781
3	Los demás trigos	\$78,8	8,1%	31,3%	12,3%	242 116
4	Arroz con cáscara	\$61,3	6,3%	-2,9%	8,2%	151 453
5	Frijoles comunes	\$48,6	5,0%	-8,0%	-2,0%	44 704
6	Manzanas frescas	\$22,0	2,2%	12,5%	2,4%	17 956
7	Arroz semi o blanqueado, incluso pulido	\$19,1	2,0%	-22,2%	-2,7%	27 198
8	Café oro	\$18,9	1,9%	6,2%	25,5%	9 502
9	Otros tipos de maíz	\$18,6	1,9%	55,4%	17,0%	55 232
10	Aguacates frescos	\$15,3	1,6%	26,8%	-2,4%	9 244
11	Uvas frescas	\$14,7	1,5%	3,5%	-2,5%	5 798
12	Trigo duro	\$14,5	1,5%	19,4%	-9,1%	33 811
13	Malta de cebada u otros cereales, tostada, en polvo	\$13,0	1,3%	24,0%	3,8%	24 546
14	Naranjas	\$12,9	1,3%	-12,7%	-4,9%	67 992
15	Bulbos, tubérculos y rizomas, de plantas productora	\$10,7	1,1%	37,4%	5,5%	3 951
16	Nuez y almendra de palma	\$9,9	1,0%	158,2%	33,5%	30 023
17	Ajos	\$7,4	0,8%	22,4%	0,9%	4 395
18	Almidón de maíz	\$7,1	0,7%	18,3%	6,6%	13 430
19	Las demás semillas, frutos y esporas, para siembra	\$6,6	0,7%	11,0%	2,5%	51
20	Maní sin tostar ni cocer de otro modo	\$6,3	0,6%	12,5%	1,4%	4 367
21	Harina de maíz	\$6,1	0,6%	3,3%	3,0%	8 654
22	Plantas ornamentales	\$5,5	0,6%	61,2%	12,6%	4 176
23	Semillas de hortalizas, para siembra	\$5,1	0,5%	5,9%	1,5%	75
24	Granos aplastados o en copos de avena	\$5,1	0,5%	-1,9%	10,2%	4 989
25	Café tostado sin descafeinar	\$4,4	0,5%	14,3%	5,1%	1 711
26	Mucílagos y espesativos de algarroba o su semilla	\$4,3	0,4%	28,9%	-0,6%	953
27	Almendras secas	\$4,2	0,4%	-28,4%	1,3%	752
28	Harina de trigo	\$3,7	0,4%	-19,3%	-7,4%	6 090
29	Peras frescas	\$3,5	0,4%	11,2%	-3,1%	2 380
30	Grañones y sémola de maíz	\$3,3	0,3%	9,4%	3,1%	6 065
	Otros	\$81,2	8%	-	-	60,9
	<b>Total general</b>	<b>\$976,3</b>	<b>100%</b>	<b>7,7%</b>	<b>1,9%</b>	<b>2 139 435</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

Según el cuadro anterior, el maíz amarillo representa el principal producto agrícola importado, representando el 30% del valor total en 2021. En general, los primeros cinco productos importados corresponden a **cereales**, lo cual es comprensible entendiendo que Costa Rica no es un productor de granos, con excepción de arroz y frijol principalmente, aunque complementa también la demanda de estos productos con producto importado mayormente por aspectos de precio.

Por otra parte, en las importaciones se refleja también la participación de **frutas**, ya que Costa Rica depende del abastecimiento de algunas en las que no se cuenta con producción de escala, como arándanos, cerezas, frutos varios del bosque, peras, manzanas, entre otros.

### 3.4. Importaciones de Costa Rica desde Perú

Este es el estado de las importaciones totales de Costa Rica con origen peruano en 2021:

- **Valor importado:** \$66,2 millones
- **Variación interanual (2021-20):** +13,4%
- **Tasa anual promedio de crecimiento entre 2017-2021:** 0,7%

A continuación, se muestra la composición de las importaciones desde Perú, según sector:

**Tabla 30 Importaciones desde Perú**

Sector	Millones USD (Perú; 2021)	% Part. (2021)	CAGR (2017-2021)
Agrícola	\$15,3	23,2%	-4,7%
Alimentaria	\$11,4	17,1%	6,5%
Químico-farmacéutico	\$10,4	15,8%	1,9%
Plástico	\$8,8	13,3%	-4,4%
Metalmecánica	\$7,6	11,5%	33,0%
Textiles, cuero y calzado	\$4,5	6,8%	4,7%
Eléctrica y electrónica	\$2,0	3,0%	-3,2%
Pecuario y pesca	\$1,3	2,0%	21,2%
Papel y cartón	\$1,3	1,9%	-8,0%
Productos minerales no metálicos	\$1,1	1,7%	4,1%
Caucho	\$0,8	1,7%	1,8%
Equipo de precisión y médico	\$0,2	1,2%	-0,5%
Maderera	\$0,1	0,3%	-22,7%
Productos minerales	\$0,1	0,1%	-32,6%
Muebles y aparatos de alumbrado	\$0,0	0,1%	-26,0%
Otros	\$0,0	1,8%	-
Total general	\$66,2	100%	0,7%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

**Agrícola es el principal sector en las importaciones que realiza Costa Rica desde Perú** (23% del valor total) con más de \$15 millones de USD en 2021, con un crecimiento muy ligero del 0,7% anualmente en promedio durante los últimos cinco años. Por otra parte, el sector **industria alimentaria** es el segundo en relevancia, con \$11 millones de USD en importaciones y una tasa de crecimiento promedio del 6,5% durante los últimos cinco años, es decir, un dinamismo comercial que amerita un análisis paralelo para evidenciar potenciales oportunidades también en este ámbito.

A continuación, se muestran las importaciones que Costa Rica realiza desde Perú según producto:

**Tabla 31 Importaciones por producto**

Top 30	Descripción	Millones USD (2021)	% Part. (2021)	% Var. (2021-20)	CAGR (2017-21)	Toneladas (2021)
1	<b>Uvas frescas</b>	<b>\$9,4</b>	14,2%	41,0%	9,0%	3 709
2	Láminas y placas de plástico	<b>\$5,6</b>	8,4%	-29,9%	-8,5%	1 110
3	Textiles y confección	<b>\$4,2</b>	6,3%	22,2%	5,1%	604
4	Medicamentos	<b>\$3,9</b>	5,9%	10,4%	2,5%	162
5	Harina de pescado	<b>\$3,4</b>	5,2%	111,4%	20,6%	1 881
6	Productos de panadería fina	<b>\$3,3</b>	5,0%	-7,6%	-2,0%	1 786
7	Artículos de plástico para el envasado	<b>\$1,7</b>	2,6%	19,1%	4,5%	254
8	Alimento para animales	<b>\$1,7</b>	2,6%	21,9%	5,1%	1 415
9	<b>Mandarinas</b>	<b>\$1,7</b>	2,5%	-1,3%	-0,3%	1 168
10	Alambres torcidos con púas	<b>\$1,5</b>	2,3%	-	-	935
11	Óxido de zinc, peróxido de zinc	<b>\$1,3</b>	2,0%	102,9%	19,3%	328
12	Calamares blancos y torpedos congelados	<b>\$1,3</b>	2,0%	177,2%	29,0%	705
13	Hojas y tiras de aluminio	<b>\$1,0</b>	1,5%	31,9%	7,2%	97
14	Las demás semillas, frutos y esporas, para siembra	<b>\$0,9</b>	1,4%	-63,4%	-22,2%	0
15	Las demás tintas de imprenta	<b>\$0,9</b>	1,4%	-52,2%	-16,8%	199
16	Pasta de cacao	<b>\$0,8</b>	1,3%	28,6%	6,5%	220
17	<b>Arándanos rojos</b>	<b>\$0,8</b>	1,2%	125,9%	22,6%	73
18	<b>Espárragos</b>	<b>\$0,7</b>	1,1%	26,8%	6,1%	131
19	Alambre de los demás aceros aleados	<b>\$0,7</b>	1,1%	-	-	600
20	Otros alimentos destinados a usos médicos	<b>\$0,7</b>	1,1%	179,4%	29,3%	16
21	Alambre de hierro o acero sin alear	<b>\$0,7</b>	1,1%	1238,3%	91,3%	489
22	Las demás manufacturas de hierro o acero	<b>\$0,7</b>	1,0%	88,5%	17,2%	384
23	Pañales	<b>\$0,7</b>	1,0%	-68,0%	-24,8%	201
24	Óxidos de boro, ácidos bóricos	<b>\$0,7</b>	1,0%	25,5%	5,8%	956
25	Placas y baldosas, de cerámica, para pavimentación o revestimiento, barnizadas o esmaltadas	<b>\$0,6</b>	1,0%	-17,0%	-4,6%	2 808
26	Vajillas y art. de plástico p. servicio de mesa o cocina	<b>\$0,6</b>	0,9%	93,2%	17,9%	97
27	Cinc en bruto, sin alear	<b>\$0,6</b>	0,9%	7,3%	1,8%	202
28	Papel higiénico	<b>\$0,6</b>	0,8%	-	-	258
29	Recipientes de aluminio	<b>\$0,5</b>	0,8%	-	-	41
30	Chocolate y demás preparaciones que contengan cacao	<b>\$0,5</b>	0,8%	619,1%	63,8%	114
	Otros	<b>\$14,4</b>	21,8	-	-	5 250
	<b>Total general</b>	<b>\$66,2</b>	<b>100%</b>	<b>13,4%</b>	<b>0,7%</b>	<b>26 196</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

Las **uvas frescas** son, sin duda, el principal producto de exportación de Perú a Costa Rica, con más de \$4 millones de USD en 2021 y un crecimiento anual promedio del 9% entre 2017-2021. Eso sí, cabe resaltar el incremento sustancial que tuvo en 2021 con respecto al año anterior (+41%), por lo que es posible prever que este salto estuvo estimulado por el contexto de recuperación postpandemia y que puede que sus niveles comerciales se estabilicen hacia 2022. En general solo **las uvas, las mandarinas, los arándanos y espárragos** son los productos agrícolas que participan en el Top 30 de productos importados (que representan el 80% del valor total).

### 3.4.1. Importaciones agrícolas desde Perú

Este es el estado de las **importaciones agrícolas** de Costa Rica con origen peruano en 2021:

- **Valor importado:** \$15,3 millones
- **Variación interanual (2021-20):** +16,7%
- **Tasa anual promedio de crecimiento entre 2017-2021:** -4,7%

A continuación, se muestra el historial de las importaciones agrícolas desde Perú:



Ilustración 82 Importaciones agrícolas desde Perú

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

Según el cuadro anterior, las importaciones agrícolas han fluctuado durante la última década y mostraban una tendencia clara de crecimiento hacia 2017, para posteriormente disminuir. En 2021 muestran una recuperación y un nivel superior al prepandemia, con una variación de +16,7% en 2021 con respecto al año anterior.

A continuación, se muestran las importaciones agrícolas totales que Costa Rica realiza desde Perú:

**Tabla 32 Importaciones agrícolas totales**

Top 30	Descripción	Miles USD (2021)	% Part. (2021)	% Var. (2021-20)	CAGR (2017-21)	Toneladas (2021)
1	Uvas frescas	\$9 404,1	61,3%	14,4%	9,0%	3 709
2	Mandarinas	\$1 661,1	10,8%	29,0%	-0,3%	1 168
3	Las demás semillas, frutos y esporas, para siembra	\$930,6	6,1%	31,4%	-22,2%	0
4	Arándanos rojos	\$768,8	5,0%	152,7%	22,6%	73
5	Espárragos	\$648,8	4,2%	72,3%	7,2%	98
6	Quinoa	\$428,3	2,8%	11,7%	30,6%	139
7	Semillas de hortalizas, para siembra	\$274,9	1,8%	-10,7%	15,8%	0
8	Aguacates frescos	\$265,5	1,7%	-68,7%	-53,3%	96
9	Otros frutos sin cocer congelados	\$138,2	0,9%	17,2%	-12,4%	72
10	Otras semillas y frutos oleaginosos	\$115,1	0,7%	-52,7%	12,2%	41
11	Las demás partes comestibles de plantas	\$97,2	0,6%	7,4%	77,5%	13
12	Cebollas	\$90,1	0,6%	6,2%	-	215
13	Naranjas	\$89,2	0,6%	111,6%	7,5%	66
14	Nueces del Brasil	\$63,4	0,4%	854,3%	-	12
15	Mucílago y espesativos de algarroba o de su semilla	\$48,2	0,3%	2751,2%	58,1%	3
16	Fresas (frutillas)	\$44,9	0,3%	-	-	10
17	Semillas forrajeras, para siembra	\$33,7	0,2%	115,8%	-	5
18	Frutos de los géneros capsicum o pimenta	\$30,3	0,2%	456,4%	322,3%	7
19	Melocotones, incl. Los griñones y nectarinas, peras, papayas, tamarindos y demás frutos comestibles, secos	\$29,9	0,2%	1372,6%	89,7%	1
20	Otros	\$27,8	0,2%	-36,9%	-	6
21	Limonos y limas frescos	\$26,9	0,2%	-	-	25
22	Mangos	\$25,0	0,2%	0,1%	60,4%	22
23	Harina de otros tubérculos	\$22,6	0,1%	45,7%	71,1%	2
24	Toronjas o pomelos	\$18,5	0,1%	90,9%	42,0%	15
25	Otros cereales	\$14,7	0,1%	171,4%	-13,2%	6
26	Café sin tostar ni descafeinar	\$12,9	0,1%	-	-59,7%	1
27	Harinas de los productos del capítulo 08	\$10,4	0,1%	324,2%	62,8%	2
28	Gomas, resinas, gomorresinas, bálsamos y otras oleorresinas, naturales	\$10,1	0,1%	-	38,4%	0
29	Café oro	\$6,3	0,0%	42,9%	4,7%	1
30	Jugos y extractos vegetales	\$6,0	0,0%	-12,0%	-	0
	Otros	\$5,5	0,0%	-	-	2,2
	<b>Total general</b>	<b>\$15 349</b>	<b>100%</b>	<b>16.4%</b>	<b>-4,7%</b>	<b>5 811</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

Del cuadro anterior, notar que las importaciones tienen una alta concentración en uvas frescas y mandarinas, que en conjunto representan el 72% del valor total comercializado (\$11 millones

de los \$15 millones en total importados). No obstante, **se observa una tendencia hacia la diversificación** de productos con crecimientos destacables durante los últimos cinco años, por ejemplo, de arándanos, espárragos, quinua, semillas para siembra, entre otros. Esta diversificación de la cartera resulta sumamente positiva y se alinea con los objetivos planteados en la presente investigación.

**Con respecto a la cartera de productos bajo análisis, se muestran las estadísticas de importación específicas a estos productos:**

**Tabla 33 Estadísticas de importación específicas**

Subpartida arancelaria	Descripción (cartera de productos de interés)	Importaciones totales C.R. 2021 (millones USD)	Importaciones desde Perú 2021 (millones USD)	Part. Perú en import. total
80610	Uvas frescas	\$14,738	<b>\$9,404</b>	<b>63,8%</b>
80529	Clementinas, mandarinas wilkings e híbridos (cítricos) menos tangelo	\$1,908	<b>\$1,280</b>	<b>67,1%</b>
81040	Arándanos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos	\$0,968	<b>\$0,769</b>	<b>79,4%</b>
70920	Espárragos frescos	\$0,654	<b>\$0,649</b>	<b>99,2%</b>
80521	Mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas, w. Murcott, Nova)	\$0,829	<b>\$0,380</b>	<b>45,8%</b>
80440	Aguacates "paltas", frescos o secos	\$15,312	<b>\$0,265</b>	1,7%
70310	Cebollas	\$1,116	<b>\$0,090</b>	8,1%
80510	Naranjas, frescas o secas (Tangelo)	\$12,945	<b>\$0,089</b>	0,7%
80550	Limonés "Citrus limón, Citrus limonum" y limas "Citrus aurantifolia, Citrus latifolia", frescos (Taithi, otros)	\$0,763	<b>\$0,027</b>	3,5%
80450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	\$0,320	<b>\$0,025</b>	7,8%
80929	Cerezas	\$0,193	<b>\$0,004</b>	2,2%
70320	Ajos	\$7,401	<b>\$0,000</b>	0,0%
80390	Banano orgánico fresco	\$0,720	<b>\$0,000</b>	0,0%
81090	Pitahaya	\$0,343	<b>\$0,000</b>	0,0%
80711	Sandía	\$0,101	<b>\$0,000</b>	0,0%
91011	Jengibre	\$0,011	<b>\$0,000</b>	0,0%
70810	Guisantes, arvejas, chícharos, "Pisum sativum", frescos o refrigerados	\$0,010	<b>\$0,000</b>	0,0%
70960	Frutos del género capsicum	\$0,002	<b>\$0,000</b>	0,0%
81010	Fresas	\$0,000	<b>\$0,000</b>	0,0%
80719	Melón	\$0,000	<b>\$0,000</b>	0,0%
Total de esta selección		<b>\$58,3</b>	<b>\$12,9</b>	<b>5,9%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

**La cartera de productos sujetos a análisis** tiene un valor total de mercado, en términos de importaciones, de \$58 millones de dólares en 2021, considerando todos los orígenes, monto del cual **Perú representó el 22% del valor total, es decir, cerca de \$13 millones de USD.** El principal producto importado desde Perú son las **uvas**, con compras por \$9,4 millones de USD, seguido de mandarinas (\$1,3 millones) y arándanos (\$0,8 millones), entre otros. **En general, Perú posee una buena participación con respecto a otros orígenes, por ejemplo, tiene el 79% de importaciones en arándanos; 67% en clementinas; 64% en uvas y 46% en mandarinas. En el caso de espárragos, representa el 99% de las importaciones (2021).**

La cartera de productos de interés representó en 2021 el 84% del valor agrícola total importado por Costa Rica desde Perú.

**A continuación, se presentará una relación valor-peso para determinar precios de referencia de dólares por tonelada. Es importante resaltar que este ejercicio es estrictamente referencial y no debe de tomarse como precios finales de transacciones internacionales:**

**Tabla 34 Subpartida arancelaria descripción**

<b>Subpartida arancelaria</b>	<b>Descripción (cartera de productos de interés)</b>	<b>Importaciones desde Perú 2021 (millones USD)</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Relación USD/Tonelada</b>
080610	Uvas frescas	\$9,404	3709	<b>\$2 535</b>
080529	Clementinas, mandarinas wilkings e híbridos (cítricos) menos tangelo	\$1,280	887,1	<b>\$1 443</b>
081040	Arándanos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos	\$0,769	73,3	<b>\$10 488</b>
070920	Espárragos frescos	\$0,649	97,9	<b>\$6 630</b>
080521	Mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas, w. Murcott, Nova)	\$0,380	280,2	<b>\$1 354</b>
080440	Aguacates "paltas", frescos o secos	\$0,265	95,8	<b>\$2 770</b>
070310	Cebollas	\$0,090	214,6	<b>\$420</b>
080510	Naranjas, frescas o secas (Tangelo)	\$0,089	66	<b>\$1 352</b>
080550	Limonos "Citrus limón, Citrus limonum" y limas "Citrus aurantifolia, Citrus latifolia", frescos (Taithi, otros)	\$0,027	25,2	<b>\$1 066</b>
080450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	\$0,025	22,2	<b>\$1 129</b>
080929	Cerezas	\$0,004	0,4	<b>\$10 687</b>
070320	Ajos	\$0,000	0	<b>\$80 000</b>
080390	Banano orgánico fresco	\$0,000	0	<b>\$59 167</b>
081090	Pitahaya	\$0,000	-	-
080711	Sandía	\$0,000	-	-
091011	Jengibre	\$0,000	-	-
070810	Guisantes, arvejas, chícharos, "Pisum sativum", frescos o refrigerados	\$0,000	-	-
070960	Frutos del género Capsicum	\$0,000	-	-
081010	Fresas	\$0,000	-	-
080719	Melón	\$0,000	-	-
<b>Total de esta selección</b>		<b>\$12,9</b>	<b>5 471,7</b>	-

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

### 3.5. Análisis de la Competencia

En 2021, Costa Rica importó productos agrícolas desde **184 países**, siendo Estados Unidos el principal proveedor con cerca de \$560 millones de USD; mientras que Perú es el #9 en el ranking.

A continuación, se muestra la participación de los principales proveedores agrícolas, según valor:

Importaciones de productos agrícolas, según procedencia (USD; 2021)

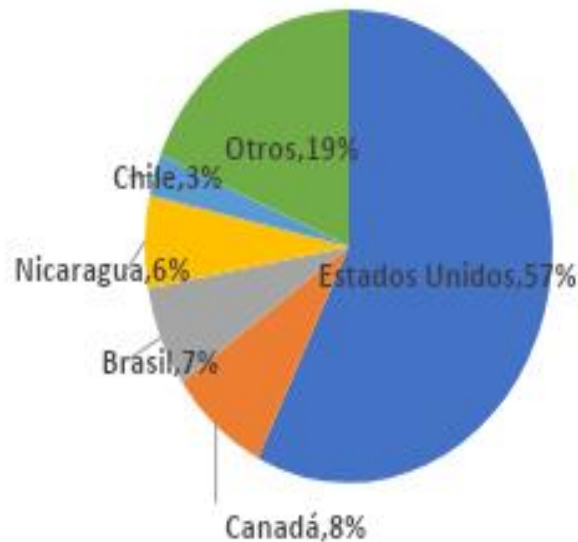


Ilustración 83 Importaciones agrícolas según procedencia

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

En términos de América del Sur, Perú se posicionó en 2021 en el puesto **#3 de esta región**, mientras que Brasil destacó como el principal proveedor para Costa Rica alcanzando los \$67 millones de USD y con un crecimiento notable entre 2017-2021 del 32,4%. Le sigue Chile con importaciones por \$27 millones, aunque con una tasa negativa durante este período (-5,8%), más que la mostrada por Perú. A continuación, se muestran las importaciones agrícolas totales realizadas desde América del Sur:

**Tabla 35 Importaciones agrícolas por procedencia**

Pos.	País procedencia	Millones USD (2021)	% Part.	CAGR (2017-2021)	Top 3 productos	Miles USD (2021)	% Part.
1.	Brasil	\$67,4	48,7%	32,4%	Arroz con cáscara Maíz amarillo Almidón de maíz	\$32,0 \$29,3 \$2,1	47,5% 43,5% 3,1%
2.	Chile	\$27,5	19,9%	-5,8%	Manzanas frescas Uvas frescas Granos de avena	\$10,9 \$3,0 \$2,1	39,8% 10,8% 7,7%
3.	<b>Perú</b>	<b>\$15,3</b>	<b>11,1%</b>	<b>-4,7%</b>	<b>Uvas frescas</b> <b>Mandarinas</b> <b>Semillas p. siembra</b>	<b>\$9,4</b> <b>\$1,7</b> <b>\$0,9</b>	<b>61,3%</b> <b>10,8%</b> <b>6,1%</b>
4.	Argentina	\$11,1	8,0%	-22,0%	Arroz Frijoles Uvas secas	\$4,1 \$2,7 \$1,1	37,2% 24,6% 10,3%
5.	Uruguay	\$6,3	4,5%	-14,0%	Arroz Café tostado Manzanas secas	\$6,1 \$0,1 \$0,0	97,8% 2,2% 0,0%
6.	Colombia	\$5,9	4,2%	1,4%	Harina de maíz Aguacates frescos Hongos y trufas	\$2,4 \$2,3 \$0,7	40,2% 38,9% 12,3%
7.	Paraguay	\$3,2	2,3%	66,6%	Arroz Semillas-frutos oleag. Fécula de yuca	\$3,1 \$0,1 \$0,1	93,7% 4,0% 2,3%
8.	Bolivia	\$0,9	0,6%	25,1%	Frijoles Quinoa Harinas de cereales	\$0,8 \$0,1 \$0,0	91,6% 6,2% 1,5%
9.	Ecuador	\$0,7	0,5%	16,8%	Arroz Té negro fermentado Mangos	\$0,5 \$0,1 \$0,1	60,7% 18,3% 16,5%
	<b>Total general</b>	<b>\$138 298,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>2,8%</b>	-	-	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

**Es importante considerar que los demás países sudamericanos abastecen a Costa Rica de productos agrícolas relativamente complementarios a los ofertados por Perú,** con excepción de Chile en el caso de uvas frescas que realizó ventas por \$3 millones de USD en 2021 (vs \$9,4 millones Perú). Colombia, por ejemplo, supera a Perú significativamente en el caso de aguacates, con ventas por \$2,3 millones (vs \$265 mil USD Perú).

**Además de Perú, Costa Rica posee Tratados de Libre comercio vigentes en América del Sur con Chile, Colombia y en negociación avanzada con Ecuador.**

A continuación, se muestra la competencia (según otros orígenes en importaciones) que posee la cartera de productos de interés en esta investigación:

Tabla 36 Competencia según origen importación

Subpartida arancelaria	Descripción (cartera de productos de interés)	País procedencia (2021)	Miles USD (2021)	% Part.
080610	Uvas frescas	Perú	\$9 404,1	63,8%
		Chile	\$2 973,4	20,2%
		Estados Unidos	\$1 784,6	12,1%
		México	\$385,6	2,6%
		España	\$190,6	1,3%
080529	Clementinas, mandarinas wilkings e híbridos (cítricos) menos tangelo	Perú	\$1 280,0	67,1%
		España	\$591,9	31,0%
		Chile	\$36,2	1,9%
081040	Arándanos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos	Perú	\$768,8	79,4%
		México	\$87,5	9,0%
		Colombia	\$75,7	7,8%
		Chile	\$31,7	3,3%
		Estados Unidos	\$4,7	0,5%
070920	Espárragos frescos	Perú	\$648,8	99,2%
		México	\$5,2	0,8%
080521	Mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas, w. Murcott, Nova)	España	\$380,4	45,9%
		Perú	\$379,5	45,8%
		Chile	\$54,9	6,6%
		México	\$14,5	1,7%
080440	Aguacates "paltas", frescos o secos	Honduras	\$6 541,0	42,7%
		Guatemala	\$3 127,0	20,4%
		Colombia	\$2 278,3	14,9%
		Chile	\$1 755,1	11,5%
		Rep. Dominicana	\$1 004,0	6,6%
		Nicaragua	\$341,0	2,2%
		Perú	\$265,5	1,7%
070310	Cebollas	Estados Unidos	\$822,6	73,7%
		Nicaragua	\$197,1	17,7%
		Perú	\$90,1	8,1%
		Colombia	\$6,5	0,6%
080510	Naranjas, frescas o secas (Tangelo)	Nicaragua	\$10 847,8	83,8%
		España	\$1 068,7	8,3%
		Chile	\$933,1	7,2%
		Perú	\$89,2	0,7%
		México	\$5,7	0,0%
		Estados Unidos	\$0,0	0,0%
080550	Limonos "Citrus limón, Citrus limonum" y limas "Citrus aurantifolia, Citrus latifolia", frescos (Taithi, otros)	El Salvador	\$682,7	89,5%
		España	\$31,4	4,1%
		Perú	\$26,9	3,5%
		Chile	\$20,7	2,7%
		Israel	\$1,3	0,2%
		Estados Unidos	\$0,0	0,0%
080450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	México	\$174,5	54,5%
		Ecuador	\$113,3	35,4%
		Perú	\$25,0	7,8%
		Nicaragua	\$6,5	2,0%
		Sudáfrica	\$0,8	0,2%
		Estados Unidos	\$0,1	0,0%
		Guatemala	\$0,1	0,0%
		Colombia	\$0,0	0,0%
080929	Cerezas	Chile	\$125,9	65,1%
		Estados Unidos	\$63,3	32,7%
		Perú	\$4,3	2,2%
070320	Ajos	China	\$7 401,0	100,0%
		Perú	\$0,0	0,0%
080390	Banano orgánico fresco	Panamá	\$682,5	94,7%
		Colombia	\$22,9	3,2%
		Estados Unidos	\$14,7	2,0%
		Alemania	\$0,2	0,0%
		México	\$0,0	0,0%
		Singapur	\$0,0	0,0%
		Guatemala	\$0,0	0,0%
		Perú	\$0,0	0,0%
081090	Pitahaya	Nicaragua	\$233,3	67,9%
		México	\$84,7	24,7%
		Estados Unidos	\$20,0	5,8%
		Guatemala	\$5,4	1,6%
		China	\$0,1	0,0%
080711	Sandía	Nicaragua	\$100,9	100,0%
091011	Jengibre	España	\$4,0	35,3%
		Estados Unidos	\$4,0	34,8%
		Nicaragua	\$3,4	29,8%
070810	Guisantes, arvejas, chícharos, "Pisum sativum", frescos o refrigerados	Guatemala	\$10,1	100,0%
070960	Frutos del género capsicum	Panamá	\$2,2	100,0%
081010	Fresas	Guatemala	\$0,1	100,0%
080719	Melón	-	-	-
<b>Total de esta selección</b>				

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER.

Notar que en el caso de uvas, clementinas, arándanos y espárragos Perú fue en 2021 el principal proveedor para Costa Rica de estos productos, esto en comparación con los demás países de América del Sur. Empata casi también en primer lugar en el caso de mandarinas. No sucede lo mismo para los demás productos, en donde posee una participación menor.

#### IV. Análisis del sector

##### 4.1. Variedades y formas de presentación

Respecto de las variedades y las formas de presentación se estudiaron tanto las mercancías producidas en el territorio costarricense como las importadas, acerca de lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:

- **Cebollas:** En el país existe un amplio número de variedades e híbridos disponibles. Los híbridos amarillos son los más sembrados y los más frecuentes son del tipo Yellow Granex. En cuanto a variedades, las de mayor uso son Bermuda Amarilla, Bermuda Roja y Red Creola C-5, más recientemente se introdujo la variedad Cladalan Brown. Se estima que en Costa Rica el 90% de la cebolla que se siembra y comercializa es amarilla y el restante 10% corresponde a variedades rojas (especialmente cebolla morada). En relación con su presentación, es común encontrarlas en mallas de plástico por kilogramo, conteniendo entre 5 y 8 unidades, aproximadamente, o sueltas para la selección de los consumidores, adicionalmente, se pueden presentar en trenzas de cerca de los 3 kg.
- **Ajos:** Predomina el consumo de ajos blancos, esencialmente importados; el ajo criollo, comprendido dentro de los ajos blancos, es la única variedad de éstos que se produce en el país. Comúnmente, se presenta en mallas conteniendo 3 cabezas de ajo o en trenzas o mallas de aproximadamente 1 kg.
- **Guisantes (petit pois), arvejas o chícharos:** Se consume, principalmente, el guisante verde enlatado en diversos tamaños: 173 g, 220 g, 240 g, 576 g. En menor medida, se pueden encontrar guisantes congelados empacados en bolsas herméticas.
- **Espárragos:** El espárrago verde es el tipo que se produce en el país. Para comercializarlo se suele presentar en rollo (varias unidades agrupadas con una liga de plástico). En ciertos casos puede encontrarse en conserva sea enlatado o envasado (205 g, 330 g, 360 g), tanto el espárrago verde como el blanco.
- **Frutos del género capsicum:** Estos productos pueden dividirse en dos categorías, los chiles dulces, cuyas variedades comprenden los: Morrón. Keystone

Resistant Giant, California Wonder, Mild California, Ruby King, Yolo Wonder, Florida Giant, Tres puntas, Mil frutos, Agronómico 10 G y Tropical Irazú; y los chiles picantes, donde se encuentran los del tipo: Cayenne, Jalapeño, Panamá y Tabasco. En este sentido, los chiles dulces suelen comercializarse empacados en mallas o individualmente, mientras que los chiles picantes en envases de plástico termoformados o bolsas de plástico herméticas.

- **Banano:** La variedad más cultivada de banano en Costa Rica es la Cavendish, que se conoce como banano de exportación, ya que es el que suele destinarse al mercado internacional, en segundo lugar, se cultiva el banano “criollo” (Gros Michel). No obstante, es posible encontrar otras variedades en el mercado interno como lo es el banano dátil o *baby banana*. Este producto puede venderse por unidad o en “manos” de 1 kg, que puede comprender entre 8 y 15 unidades, aproximadamente, dependiendo de la variedad que se trate.
- **Aguacates, “paltas”:** El aguacate Hass es la variedad más popular en el país, en menor medida se consume el aguacate criollo de bajura. Puede presentarse para su venta por unidad o bien empacado en malla por kilogramo, conteniendo alrededor de 5 unidades.
- **Guayabas:** Dentro de la producción de guayabas en Costa Rica pueden encontrarse las siguientes variedades: Tai-kuo-bar, Pai-bar, Lay-a-bar, Am-a-bar y Taiwan-yeh-bar, guayaba rosada (o criolla) y la guayaba Garita (cruce entre guayaba criolla y la guayaba Pearl de Taiwán); de éstas la más producida y comercializada en el mercado nacional es la Tai-kuo-bar, también conocida como guayaba taiwanesa o guayaba china. En relación con su presentación, se vende en mallas de 1 kg, con aproximadamente 4 a 5 unidades, según la variedad.
- **Mangos:** En el caso de los mangos, es posible identificar una variedad más amplia del producto en el mercado costarricense, dentro de ellas están, principalmente, las variedades Keitt, Palmer y Tommy Atkins, seguidas de los tipos Cavallini, Marichal, Kent, Mora, Irwin, el llamado Hacen Amarillo, el Caribe y el mango mecha (turpentine). Sobre su presentación se puede decir que este producto puede encontrarse maduro o verde, generalmente, para su venta individual y, en muy pocos casos, en trozos en envases de plástico termoformados.
- **Mangostanes:** El mangostán o mangostina no es una especie muy común en Costa Rica, no obstante, es posible encontrar mangostanes de la variedad *Garcinia mangostana* en el mercado de Costa Rica, mismos que suelen venderse sueltos por unidad o por kilogramo.
- **Naranjas:** Destacan las naranjas sin semilla del tipo Washington Navel, Navel Nucelar, Frost Navel, así como las naranjas Valencia, Pineapple, Hamlin y Parson

Brown. Respecto a sus formas de presentación, puede ser sueltas para su venta individual o por kilogramo, o bien empacadas en mallas, donde se presentan diversas opciones en cuanto a la cantidad de unidades que pueden contener.

- **Mandarinas:** En el mercado de Costa Rica destacan las mandarinas del tipo dancy, Satzuma, Criolla y Clementina. Pueden venderse individualmente o en mallas en función de unidades o kilogramos.
- **Limonos o limas:** Los limones o limas que se presentan en el mercado nacional corresponden a las variedades Mesina (o Persa), Criollo, Frost 165roduct, Eureka, y el limón mandarina. Comúnmente, se venden en malla, conteniendo entre 8 o 15 unidades, en algunos casos pueden venderse por unidad.
- **Uvas:** En el país se produce y comercializa una diversa variedad de uvas, entre ellas las de tipo: Isabella (*Vitis labrusca*), Isaac, Moldavia (*Vitis 165roducto*), Arcadia (*Vitis 165roducto*) y *Labrusca americana*, y en menor medida las variedades Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Merlot, Garnacha, Tempranillo, Zinfandel y Torontel. Es posible encontrarlas empacadas tanto en bolsas de plástico, herméticas o no, como en envases plásticos termoformados, en función de su peso, generalmente 1 kg o 500 g.
- **Sandía:** Las sandías de los tipos Mickey Lee, Sugar Baby, Mikayo, Crimson, Crisby, Allsweet y Quetzali, se pueden encontrar en el mercado de Costa Rica. En cuanto a la presentación del producto, suele venderse individualmente, en promedio su peso alcanza los 5 kg, aunque también se puede vender partida por kilogramo, envuelto en papel film para su conservación.
- **Melón:** Las variedades de melón más comercializadas en Costa Rica corresponden a la variedad Cantalupo y la Honeydew (o Melón Verde), otras especies menos comercializadas son el Melón amarillo o Melón de Oro, el Melón Santa Claus o Melón piel de sapo y el Melón Galia. Al igual que la sandía, puede venderse entero por unidad o partido envuelto en papel film.
- **Cerezas:** Dentro de las variedades de cerezas que se ofertan en el mercado nacional se tienen las cerezas al marrasquino y las sweet cherries. Es una fruta que tiende a ofrecerse en conserva envasada o enlatada, pero, en algunos casos, se puede encontrar fresca en envases plásticos termoformados.
- **Fresas:** Las principales variedades de fresas que se comercializan en el mercado costarricense corresponden a las siguientes: Tioga, Douglas (la más cultivada en Costa Rica), Chandler, Brighton y Selva. La presentación de éstas en el mercado consiste en envases plásticos termoformados de 250 g, 00 g y 1 kg, en menor medida se pueden ver congeladas en bolsas plásticas herméticas.

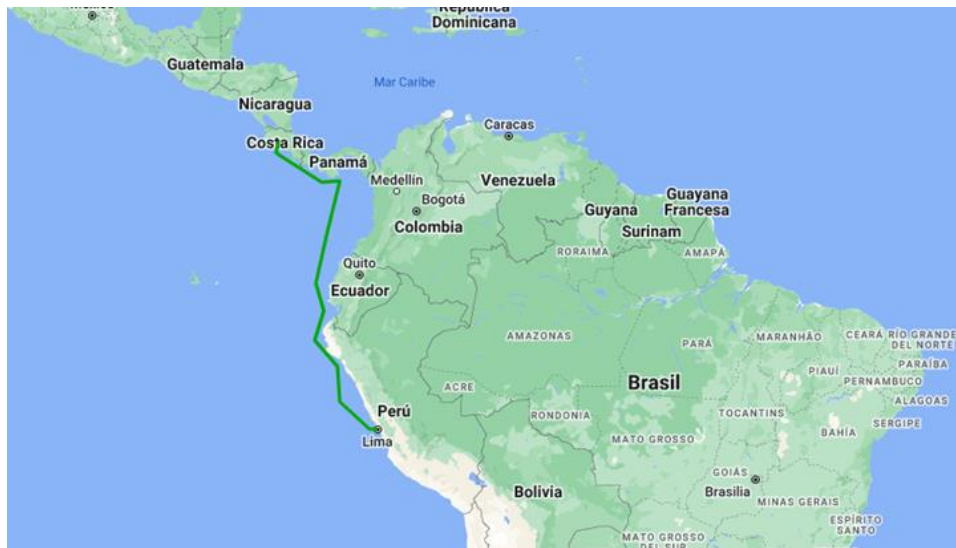
- **Arándanos, mirtilos y demás frutos del género “Vaccinium”:** La mayoría de los arándanos que se pueden encontrar en territorio costarricense corresponden a frutos importados, pues los arándanos del tipo silvestre producidos a nivel nacional no cuentan con el tamaño para ser comercializados; no obstante, se habla de un arándano nativo de Costa Rica, el *Vaccinium consanguineum*. Asimismo, en lugares determinados del país se produce el llamado arándano azul o *blueberry*, a partir de plantas de arándanos de la variedad biloxi, que es también la variedad más importada, dada la preferencia de los consumidores. Esta mercancía suele presentarse fresca en envases de plástico termoformados de 125 g o 300 g; en menor medida, pueden verse congelados en bolsas herméticamente cerradas.
- **Pitahaya:** La pitahaya o pitaya, también conocida como fruta del dragón, más popular en el país es la roja de las variedades *american beauty* y *hylocereus costaricensis* (o Pitahaya de Costa Rica), así como la vietnamense 166rodu; la pitahaya amarilla goza de menor popularidad. Suele venderse suelta de forma individual o por kilogramo.
- **Jengibre:** El jengibre chino es el que más se comercializa en el país, mismo que puede ofrecerse de manera individual o empacado en malla por kilogramo.

#### 4.1. Canales de Distribución

##### 4.2.1. Rutas de Acceso

Costa Rica posee rutas consolidadas de transporte marítimo desde y hacia el sur de América, no solo por el comercio que se mantiene entre estos países sino también por la cercanía con el canal de Panamá, una ruta logística clave para el flujo de mercancías a nivel global. Se identifican diferentes rutas logísticas para el comercio entre Costa Rica y Perú, no obstante, se muestran a continuación únicamente aquellas marítimas que resultan más viables para el transporte entre ambos países:

- **(Perú) Puerto Callao, Pacífico – (Costa Rica) Puerto Caldera, Pacífico**



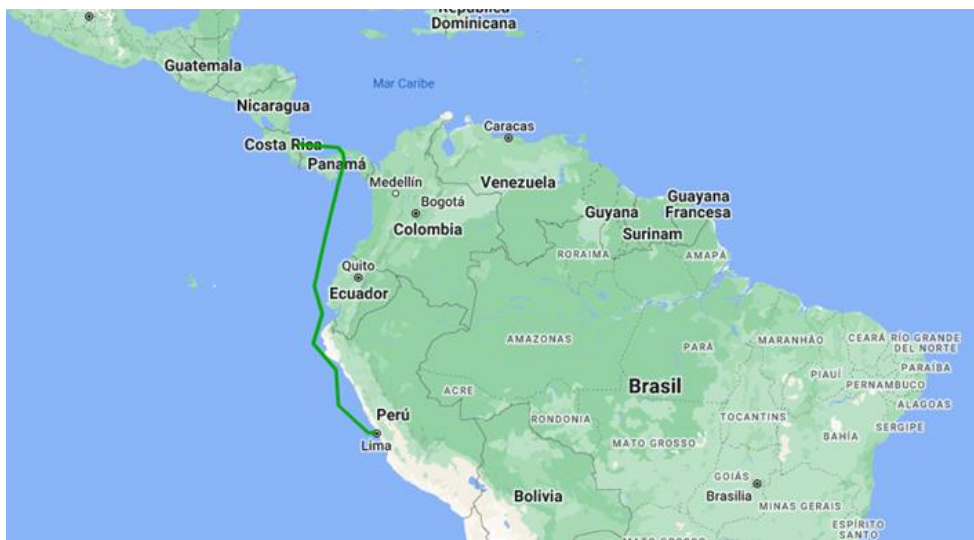
**Ilustración 84 Puerto Callao – Puerto Caldera**

Fuente: Sistema Integrado de Logística, PROCOMER

*Tiempo en tránsito promedio: 10 a 18 días (puerto a puerto)*

Esta es la principal ruta comercial utilizada actualmente para el comercio entre ambos países, principalmente por tratarse de la más práctica en términos de distancia al ubicarse ambos puertos en el Océano Pacífico, lo cual evita tener que transitar por el canal de Panamá.

- **(Perú) Puerto Callao, Pacífico – (Costa Rica) Puerto Moín/Limón, Atlántico**



**Ilustración 85 Puerto Callao- Puerto Moín**

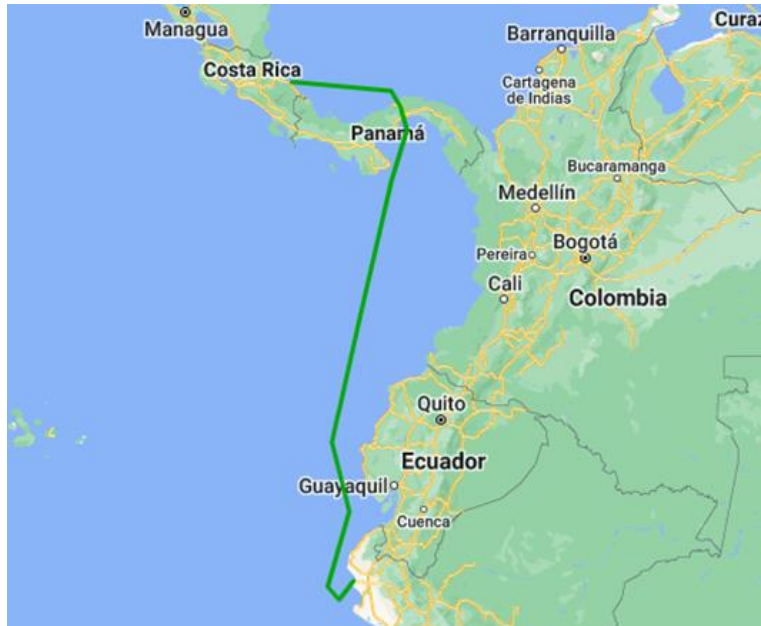
Fuente: Sistema Integrado de Logística, PROCOMER

*Tiempo en tránsito promedio: 7 a 22 días (puerto a puerto)*

Si bien esta no es la principal, es una ruta igualmente utilizada para el comercio entre ambos mercados, aunque debe transitarse por el Canal de Panamá para viajar del Pacífico al Atlántico y viceversa.

Puerto Moín y Puerto Limón son dos de los puertos marítimos más utilizados para las exportaciones de Costa Rica, distanciados ambos a tan solo 9 kilómetros, lo cual explica que, dependiendo de la oferta logística brindada por diferentes transportistas (en precio y calendario), esta sea también una ruta viable para el comercio entre Costa Rica y Perú.

- **(Perú) Puerto Paita, Pacífico – (Costa Rica) Puerto Moín/Limón, Atlántico**



**Ilustración 86 Puerto Paita-Puerto Moín**

Fuente: Sistema Integrado de Logística, PROCOMER

*Tiempo en tránsito promedio: 7-18 días (puerto a puerto)*

La oferta marítima desde el Puerto Paita en Perú ofrece mayormente rutas hacia el Atlántico (Moín o Limón), aunque puede haber posibilidad hacia Puerto Caldera, probablemente con precios por encima del promedio.

#### **4.2.2. Costos Logísticos Aproximados y Principales Oferentes de Transporte**

A continuación, se muestran cotizaciones logísticas aproximadas para el transporte marítimo entre ambos mercados:

Tabla 37 Cotización logística

Ruta	Precio promedio USD Contenedor 40 pies	Principales oferentes logísticos
(Perú) Puerto Callao (Costa Rica) Puerto Caldera	Carga seca: \$1.500 a \$1.800 Carga refrigerada: \$3.000 a \$3.600	Hamburg Süd MSC NYK
(Perú) Puerto Callao (Costa Rica) Puerto Moín/Limón	Carga seca: \$ 1.800 a \$2.160 Carga refrigerada: \$3.000 a \$3.600	Hamburg Süd MSC
(Costa Rica) Puerto Caldera (Perú) Puerto Callao	Carga seca: \$ 2.250 a \$2.500 Carga refrigerada: \$3.550 a \$3.800	Hamburg Süd Hapag Lloyd Sealand MSC
(Costa Rica) Puerto Moín/Limón (Perú) Puerto Callao	Carga seca: \$3.000 a \$3.340 Carga refrigerada: \$4.000 a \$4.471	Hamburg Süd Hapag Lloyd Sealand MSC

Fuente: Elaboración propia según consultas a oferentes logísticos en Costa Rica

#### 4.2. Canales de comercialización

Dentro de los canales de comercialización para los productos agrícolas destaca, en primer lugar, el **Centro Nacional de Abastecimiento y Distribución de Alimentos**, conocido por sus siglas como CENADA, del Programa Integral de Mercadeo Agropecuario (PIMA), el cual corresponde al primer y más grande mercado mayorista del país, cuyo objetivo es facilitar servicios y condiciones para el abastecimiento de productos perecederos al por mayor para su posterior distribución a los mercados paralelos del país; a pesar de ello, realizan ferias minoristas una vez a la semana. A través del CENADA se comercializan productos hortofrutícolas, alimentos frescos, secos y conservados, flores, carnes blancas y rojas, huevos y productos lácteos.

También, como parte del PIMA, se cuenta con el **Mercado Regional Mayorista Chorotega** (MRMRCH), que tiene por objetivo el mejorar las condiciones de comercialización y distribución de los productos agropecuarios de la región, diversificar la producción local, empoderar al comercio minorista, y apoyar la proveeduría con una mayor oferta de productos y mejores condiciones de calidad y precio. El Mercado Chorotega se constituye como un dinamizador de la economía regional a través de la generación de un proceso de desarrollo

productivo, comercial y empresarial. El PIMA estima concentrar en el Mercado Regional un 60% de las frutas y las verduras que se comercialicen y consumen en Guanacaste.

Asimismo, se tiene el **Programa de Abastecimiento Institucional** (PAI), el cual se desarrolla bajo la ley que manifiesta la obligatoriedad que tienen las instituciones públicas de abastecerse mediante un proceso de contratación directa del Consejo Nacional de Producción (CNP), y a su vez la facultad de esta institución, como agente intermediario de darle prioridad de acceso a este mercado a los micro, pequeños y medianos productores agropecuarios, agroindustriales, pesqueros y acuícolas del país.

Por otra parte, se cuenta con **establecimientos comerciales generales** como los locales tradicionales en los mercados y de los negocios periféricos (“surtidores”), pulperías, abastecedores, fruterías y verdulerías, así como también se pueden encontrar las grandes cadenas de hipermercados como Walmart y PriceSmart, supermercados como Auto Mercado, Perimercados, Megasuper, Maxi Palí, Supercompro, Palí, entre otros. La ventaja en estos lugares es que los clientes pueden adquirir no sólo los productos agropecuarios necesarios, sino pueden aprovechar para comprar otros tipos de mercadería, pueden escoger su compra y acceder a ofertas.

Adicionalmente, están los **establecimientos comerciales especializados**, como, por ejemplo, Mayca Food Service, que proveen productos alimenticios a cadenas de comida rápida y franquicias en Costa Rica y, en general, a todo negocio del segmento de servicios de alimentación y panadería o pastelería. Además, ofrecen asesoría técnica y cursos de capacitación a establecimientos gastronómicos y brindan servicio de despacho a las empresas.

Por último, las **ferias del agricultor** son un canal de distribución minorista para uso exclusivo de pequeños y medianos productores, ya sea de forma individual u organizada, incluyendo el sector agropecuario, pesquero, avícola y pequeña industria y artesanía. Éstas se realizan cada fin de semana en sitios específicos, generalmente plazas o espacio públicos. Estas ferias han promovido enormemente el proceso de comercialización que involucra solamente productores y consumidores, eliminando a una serie de intermediarios que intervienen en este proceso y que suelen incrementar el costo de los productos.

### **4.3. Precios**

En el siguiente cuadro se recopilan los promedios anuales para 2021 de los precios de venta de los productores, en las Ferias del Agricultor, en CENADA; en el caso de los comercios, el análisis se realizó partiendo de los precios aplicados en éstos para el mes de octubre de 2022, ya que no se cuenta con registros históricos al respecto.

Tabla 38 Comparativo de precios

Comparativo de precios por mercado según producto, 2021. En colones por unidad de venta.					
Producto	Unidad de venta	Promedio de Productor	Promedio de Feria	Promedio de CENADA	Promedio de Comercios <sup>2</sup>
Aguacate criollo (nacional)	Kg	1600.00	1777.27	-	3142.95
	Unidad	288.54	690.90	576.67	684.69
Aguacate Hass importado	Kg	1800.00	3000.56	-	3416.75
	Unidad	-	-	-	731.67
Aguacate Hass nacional	Kg	325.00	2010.95	2406.05	3207.93
Ajos	Unidad	-	-	-	133.33
	Trenza	-	-	-	3540.29
Arándanos	Kg	-	-	-	18387.62
Banano maduro criollo	Unidad	19.08	37.06	52.67	80.75
Banano maduro exportación	Unidad	23.07	48.79	-	98.75
Cebolla morada	Kg	1231.89	1656.43	-	2712.64
Cebolla amarilla suelta	Kg	777.62	1040.21	1169.01	1889.12
Cebolla amarilla trenza	Kg	808.20	1034.85	1163.77	1138.72
Cerezas	Kg	-	-	-	18711.45
Chile Dulce	Unidad	152.36	245.55	285.73	524.97
Chile Morrón	Unidad	-	-	-	787.02
Chile Jalapeño	Kg	-	-	-	4271.43
Espárragos	Rollo	-	-	-	5482.83
Fresa	Kg	2021.43	3000.41	3123.05	4544.07
Guayaba china	Kg	469.89	1209.52	-	1525.98
Guayaba criolla	Kg	-	-	-	1685.00
Guisantes, arvejas, chícharo	Kg	-	-	-	4859.00
Jengibre	Kg	372.27	1242.24	-	2086.28
Lima	Kg	-	-	-	2750.00
Limón dulce	Unidad	91.67	125.52	-	192.78
Limón Mandarina	Unidad	57.86	63.45	86.30	128.87
Limón Mesino	Unidad	74.43	92.50	151.32	157.92
Mandarina	Unidad	66.51	205.20	-	258.52
Manga	Kg	-	581.76	872.45	2383.76
Mangostán	Kg	-	-	-	5500.00
Melón cantalupe	Kg	400.00	851.75	1067.95	1436.88
Naranja	Unidad	69.29	96.54	109.88	129.14
Pitahaya	Kg	-	2013.62	-	7500.00
Sandía grande	Kg	277.97	545.98	692.93	2786.21
Sandía mediana	Kg	196.56	528.34	-	923.05
Sandía pequeña	Kg	140.00	515.71	-	670.69
Uvas globo	Kg	-	-	-	3990.04
Uvas negras	Kg	-	-	-	6266.85
Uvas verdes	Kg	-	-	-	5861.78

Fuente: Elaboración propia con datos del CNP, PIMA y diversos comercios.

<sup>2</sup> Promedio correspondiente a precios aplicados al mes de octubre del año 2022.

Asimismo, resultan de utilidad los calendarios de estacionalidad de hortalizas y frutas que indican los meses donde los precios tienden a aumentar o bajar en el CENADA, basándose en el Índice Estacional de Precios de 2018 del PIMA, el cual se obtiene a través de una serie histórica de datos de precios mayoristas dados en el CENADA, los cuales indican el comportamiento tradicional en un período de años determinado. Normalmente se utiliza una serie de datos de 8 años (en este caso del 2010 al 2017) para realizar los cálculos de los índices.

HORTALIZAS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Ajo Importado	-7.90%	-7.54%	-5.28%	11.36%	3.55%	3.09%	8.30%	8.70%	3.27%	-2.09%	-8.46%	-7.01%
Apio Verde	-3.71%	0.76%	-6.06%	-8.01%	-6.44%	2.63%	8.93%	7.81%	-0.23%	-3.70%	-0.67%	8.70%
Ayote Sazón	2.88%	0.35%	1.91%	1.32%	2.63%	0.06%	2.89%	-0.09%	-6.65%	-3.61%	4.46%	4.86%
Ayote Tierno	23.11%	24.86%	19.64%	-7.67%	-6.36%	-10.91%	-4.72%	-11.43%	-21.82%	-18.90%	4.40%	18.62%
Berenjena	14.34%	16.50%	8.83%	-3.71%	-3.80%	-0.19%	2.24%	-4.69%	-8.83%	-10.72%	-7.94%	2.44%
Brócoli	30.65%	30.30%	0.64%	-21.90%	-24.74%	-7.02%	20.98%	-13.43%	-24.56%	80.77%	1.78%	26.53%
Camote	9.33%	-1.03%	-1.00%	-6.25%	-9.80%	-12.77%	-5.73%	4.92%	3.15%	-2.00%	2.54%	18.63%
Cebolla Morada	32.45%	18.21%	3.37%	-13.94%	-15.19%	9.03%	6.16%	17.02%	-9.33%	23.48%	-15.11%	15.61%
Cebolla Seca Amarilla	34.14%	10.90%	-10.76%	-16.63%	-12.08%	7.12%	18.29%	8.78%	-23.74%	-29.02%	-12.69%	25.69%
Cebolla Seca Trenza	34.91%	11.88%	-10.99%	-16.64%	-12.34%	6.96%	18.10%	8.50%	-23.95%	-29.25%	-13.07%	25.89%
Cebollino	42.48%	-3.05%	-6.19%	-8.00%	-9.93%	-9.24%	-10.32%	-11.13%	-7.73%	4.37%	4.59%	14.16%
Chayote Criollo Blanco	24.21%	10.83%	15.91%	0.11%	2.56%	5.06%	4.10%	13.15%	19.24%	5.61%	-23.70%	-28.65%
Chayote Tierno Criollo	-14.80%	12.46%	7.78%	-1.29%	7.61%	28.36%	11.14%	19.76%	0.61%	-16.73%	-27.85%	-27.03%
Chayote Tierno Quelite	-12.90%	12.66%	18.15%	2.71%	2.40%	6.28%	2.27%	4.71%	1.14%	-3.25%	-12.22%	-11.99%
Chile Dulce	7.19%	2.50%	-1.58%	-0.61%	-19.48%	-13.48%	-1.60%	-0.14%	-11.93%	-3.94%	10.36%	32.69%
Coliflor	3.72%	14.13%	13.92%	-10.60%	-19.41%	-10.70%	13.25%	1.94%	-6.62%	-8.26%	-3.07%	11.69%
Culantro Castilla	23.18%	-11.53%	-5.40%	-11.39%	24.44%	24.86%	-19.42%	-27.37%	6.21%	32.63%	9.91%	0.25%
Culantro Coyote	-13.87%	-6.71%	15.90%	-7.76%	-6.39%	-5.51%	-11.44%	12.86%	12.25%	10.90%	9.96%	21.61%
Elote	9.33%	2.52%	7.11%	-2.05%	-1.86%	-2.11%	-0.62%	-2.85%	-2.79%	-3.00%	-2.99%	-0.70%
Espinaca	1.74%	0.78%	-1.30%	-2.68%	-4.56%	-1.71%	-0.81%	-1.26%	-3.60%	2.56%	5.49%	5.35%
Frijol Tierno	1.09%	-1.63%	0.24%	1.12%	1.31%	-1.34%	-0.74%	0.26%	0.64%	-1.27%	-0.09%	0.41%
Jengibre	6.87%	4.32%	5.31%	2.27%	1.00%	11.34%	11.56%	12.08%	3.72%	5.26%	7.49%	8.17%
Lechuga Americana	-0.69%	2.11%	4.50%	4.23%	4.80%	0.98%	-0.43%	4.20%	3.16%	4.45%	7.08%	11.59%
Ñampi	-12.59%	-10.52%	-4.97%	0.47%	12.41%	20.25%	18.01%	11.01%	4.85%	-7.51%	-13.88%	-17.52%
Papa Amarilla	5.00%	7.79%	5.19%	5.45%	3.23%	5.33%	14.97%	-10.86%	-19.69%	-16.45%	0.39%	-0.34%
Papa Blanca	6.05%	8.90%	1.62%	2.47%	0.58%	2.69%	11.88%	-5.54%	-13.84%	-14.34%	1.15%	-1.62%
Pepino	23.01%	6.82%	10.89%	-5.72%	-15.04%	-8.47%	-5.45%	-13.35%	-11.15%	-0.42%	9.92%	8.95%
Remolacha	8.33%	6.13%	0.56%	-5.86%	-12.36%	-17.95%	-10.20%	5.70%	2.16%	-3.82%	9.58%	17.73%
Repollo Morado	5.29%	28.06%	26.07%	0.04%	-17.06%	-21.63%	-12.16%	4.39%	-1.40%	-10.27%	-1.75%	0.40%
Repollo Verde	2.53%	12.81%	5.86%	-1.08%	-11.35%	-11.25%	-3.15%	6.02%	3.78%	5.89%	7.21%	2.08%
Suquini	20.18%	38.85%	23.16%	-19.97%	-16.45%	-5.79%	-10.21%	-19.45%	23.16%	9.83%	3.78%	18.90%
Tiquisque	-2.20%	-7.22%	10.74%	9.12%	-7.24%	-5.65%	-3.75%	8.47%	13.90%	13.28%	8.85%	1.42%
Tomate	27.05%	4.10%	-16.94%	-15.02%	-19.38%	-14.75%	8.44%	9.05%	-19.34%	-6.94%	14.25%	29.48%
Vainica	13.13%	14.19%	1.17%	-12.28%	-1.97%	0.98%	-16.88%	-1.41%	-2.74%	3.30%	6.02%	-3.51%
Yuca Parafinada	2.99%	2.32%	2.91%	2.31%	1.23%	1.22%	3.54%	2.26%	0.17%	-1.92%	-1.47%	-0.48%
Zanahoria	-2.78%	-15.41%	-7.07%	-4.91%	-11.44%	-5.64%	10.01%	21.23%	4.16%	-19.86%	-17.00%	-9.39%
Zapallo	18.95%	36.77%	28.35%	-17.69%	-16.53%	-5.70%	-11.16%	-19.92%	-21.97%	-10.89%	2.68%	17.10%

Ilustración 87 Calendario hortalizas

Fuente: PIMA, 2018.

Como se puede apreciar, en cada uno de los meses se indica el porcentaje de acercamiento al precio promedio anual esperado. Por ejemplo, un porcentaje (-) indica que el precio está por debajo del precio promedio anual, o sea, que el precio en ese mes está más bajo en relación a otros meses. Contrariamente un porcentaje (+) indica que el precio de ese mes está por encima del precio promedio anual esperado. Considerando la señalización por colores, se puede decir que cuanto más se acerque el color al verde, más tiende a bajar el precio, en contraste, conforme más se acerque al rojo más tiende a subir el precio.

FRUTAS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Aguacate Criollo		-13,62%	2,53%	0,79%	-4,41%	-6,98%	-4,90%	26,59%				
Aguacate Hass Costa Rica	-13,71%	-9,37%	-1,17%	13,17%	15,95%	11,24%	5,29%	3,18%	-1,21%	-6,02%	-7,07%	-9,47%
Banano Maduro Criollo	-2,23%	-2,60%	-1,96%	-1,76%	-1,64%	-1,59%	-1,08%	1,98%	2,33%	2,94%	3,11%	2,52%
Banano Maduro Rech Export	-2,54%	-3,38%	-0,59%	-1,89%	-0,35%	-0,80%	-0,19%	3,67%	2,44%	2,08%	1,07%	0,49%
Banano Verde Rech Export	-2,55%	-3,39%	-0,72%	-1,85%	-0,20%	-0,81%	-0,22%	3,65%	2,47%	2,03%	1,05%	0,52%
Carambola	-8,00%	-3,06%	9,09%	13,92%	6,29%	-0,18%	-5,20%	-8,92%	-4,23%	1,75%	-0,75%	-0,72%
Cas	1,23%	6,02%	3,88%	2,36%	3,13%	0,34%	-5,43%	-6,04%	-3,57%	-2,35%	0,09%	0,34%
Coco	2,61%	3,40%	6,44%	4,39%	3,66%	-4,15%	-3,13%	-3,75%	-4,86%	-1,34%	-3,22%	-0,05%
Fresa	8,27%	-1,24%	-7,13%	-10,11%	-11,16%	-6,83%	-3,52%	-5,92%	-3,03%	6,21%	17,14%	17,33%
Granadilla	-11,72%	-11,27%	-5,73%	-9,46%	-8,27%	6,17%	38,40%	40,13%	18,09%	-0,50%	8,13%	-2,43%
Guanábana	-3,77%	-3,99%	-4,58%	-0,64%	-2,61%	-3,67%	0,62%	3,46%	3,13%	3,87%	5,69%	3,41%
Guayaba China/Taiwanesa	-26,63%	-24,82%	3,14%	3,81%	2,96%	4,25%	0,48%	-9,70%	-9,28%	-11,03%	6,13%	10,70%
Limón Mandarino	-32,54%	-15,27%	31,57%	82,62%	62,11%	19,41%	-5,22%	-20,44%	-27,79%	-31,26%	-32,63%	-30,56%
Limón Mesino	36,38%	64,23%	83,28%	69,71%	8,17%	-30,02%	-44,59%	-52,36%	-54,46%	-52,07%	-33,35%	5,08%
Mamón Chino injertado						75,21%	29,39%	22,86%	-22,45%	-15,30%	-3,73%	-8,08%
Mandarina Dulce	-163,87%	-37,62%	-27,57%	-22,70%					32,76%	25,82%	29,38%	36,06%
Manga	20,08%	3,13%	-37,97%	-49,02%	-53,38%	-55,39%	-54,46%	-30,88%	36,24%	76,07%	80,88%	64,72%
Manzana Anna de CR	-4,47%	-2,25%	16,28%	2,75%	-3,21%	-5,47%	-5,64%	-5,59%	-2,58%	2,23%	7,41%	5,13%
Maracuyá	-2,58%	4,51%	5,65%	-1,56%	-3,19%	0,23%	-0,11%	1,45%	0,32%	-0,53%	-2,22%	-1,98%
Melón Cantaloupe	-16,96%	25,18%	-26,92%	-20,34%	-12,41%	4,60%	6,54%	8,86%	8,88%	15,87%	30,78%	33,56%
Mora	20,44%	-19,26%	-18,92%	-16,66%	-2,40%	10,33%	18,80%	30,45%	25,68%	5,41%	-2,81%	-10,17%
Naranja	-11,49%	-11,13%	-10,05%	-7,68%	0,13%	1,68%	10,61%	13,99%	10,63%	3,93%	-0,54%	-0,08%
Naranja	-5,03%	-5,39%	-5,10%	-4,41%	-0,81%	1,27%	1,53%	1,87%	1,56%	4,56%	5,03%	4,91%
Papaya Criolla	15,09%	-7,99%	-19,61%	-20,10%	-16,34%	-0,43%	-9,50%	19,15%	23,85%	-0,49%	-0,99%	17,37%
Papaya Híbrida	19,89%	-7,91%	-22,03%	-22,72%	-16,62%	-1,03%	-10,07%	24,87%	24,52%	-5,77%	-1,99%	18,86%
Pejibaye		35,12%	19,93%	10,89%	11,91%	-1,97%	-18,50%	25,88%	-20,99%	-14,56%	5,54%	
Piña	1,60%	-0,76%	-0,87%	-4,88%	-8,51%	-3,05%	5,03%	9,03%	3,87%	-3,17%	-1,55%	3,26%
Plátano Maduro	10,15%	4,55%	0,53%	-4,21%	-10,25%	-12,94%	-7,09%	-1,97%	-2,72%	1,54%	8,95%	13,48%
Plátano Verde	10,09%	4,54%	0,52%	-4,22%	-10,04%	-12,99%	-7,30%	-1,62%	-2,73%	1,33%	8,94%	13,48%
Sandía Grande de Campo	-9,81%	-25,31%	-16,06%	-15,07%	-19,21%	-1,61%	-2,61%	-0,63%	14,84%	27,01%	33,34%	15,11%
Sandía Mediana de Campo	0,37%	23,91%	33,01%	-29,80%	-25,73%	1,75%	14,23%	7,70%	10,98%	26,34%	37,73%	13,34%
Tamarindo	1,65%	-4,33%	-5,71%	-2,08%	-1,98%	-1,90%	-2,29%	-1,75%	1,83%	3,03%	6,30%	7,25%

Ilustración 88 Calendario frutas

Fuente: PIMA, 2018.

## V. Análisis de la demanda

### 5.1. Perfil del consumidor

Para comprender el perfil del consumidor costarricense actual, es necesario primero entender el contexto socioeconómico local reciente, marcado en gran medida por la pandemia, el cual ha provocado cambios importantes en la mentalidad de compra del consumidor, así como un reajuste en sus hábitos y canales de compra.

#### ¿Qué explica al consumidor actual?

Tabla 39 Perfil consumidor actual

2019 La última "normalidad":	2020 La normalidad impuesta:	2021 La normalidad reinventada:	2022 La normalidad es el cambio:
<p>Repunte económico posterior a eventos sociopolíticos recientes (reforma tributaria, huelga general, protestas).</p> <p>Predominancia del PDV físico, poca diversificación de canales digitales locales.</p>	<p>Crisis sanitaria, caída del consumo, cierre de negocios, restricciones a libertad de tránsito.</p> <p>Centralización del consumo, teletrabajo, entretenimiento y deporte en el <b>hogar</b></p> <p>Escasez relativa de productos. Ajuste en formatos y tamaños.</p> <p>Caída del canal On-Trade. Digitalización del PDV.</p> <p><b>Cambios estructurales</b> en el mindset del consumidor.</p> <p>Mentalidad de guerra. Compra más <b>racional</b> que emocional, aunque nostálgica.</p>	<p><b>Vacunas</b>, mayor reapertura comercial y tránsito.</p> <p>Consolidación del teletrabajo con <b>retorno</b> parcial a oficinas.</p> <p>Reactivación de eventos sociales, y consumo On-Trade.</p> <p>Retorno progresivo al PDV físico.</p> <p>Consolidación del <b>PDV digital</b>. Consumidor no renuncia a facilidades de pago y entrega.</p> <p>Mindset acepta una nueva normalidad y se ajusta. Compras se vuelven más <b>prácticas y astutas</b>.</p>	<p>Economía global y C.R. crece, pero menor a lo proyectado.</p> <p>Disrupciones en <b>cadena de valor</b>, congestión en puertos y escasez de mano de obra impactan el abastecimiento.</p> <p>Demanda de bienes es superior a la <b>capacidad</b> productiva.</p> <p>Ajustes en tasas de crédito, especialmente por EEUU. <b>Se dispara la inflación</b>.</p> <p>Guerra Rusia-Ucrania impacta costos materias primas como trigo, fertilizantes, acero.</p> <p><b>Devaluación</b> del colón. Incremento en combustibles.</p>

Fuente: Elaboración propia.

## ¿Cómo es entonces el consumidor costarricense?

Tabla 40 Perfil consumidor costarricense

2019 "normalidad":	2020 El mindset pandémico:	2021 Retomando el control	2022 cambio:
Es la base sociocultural del consumidor moderno.	<p>Emocionalmente afectado, incierto sobre el futuro y nostálgico sobre el pasado.</p> <p>Redujo sus ingresos y ahorros.</p> <p>Realiza compras más inteligentes, aunque marcadas inicialmente por acumulación y pánico Invierte más en hogar y mascotas.</p> <p>Menor gasto en experiencias.</p> <p>Busca marcas más económicas.</p> <p>Es cambiante y ocasionalmente menos leal a las marcas.</p> <p>Espera que empresas y marcas sean empáticas y solidarias.</p>	<p>Buscan tener el control de la narrativa de ecuación = más valor por su dinero.</p> <p>Consumidores empiezan por agruparse según circunstancias de consumo, no por edad.</p> <p>Algunos hábitos adoptados durante la pandemia se mantienen.</p> <p>Un consumidor más tecnológico, con facilidades de pago digitales.</p> <p>Retorno al exterior, a la libertad de tránsito y a la libertad de elección de marcas.</p>	<p>El mindset colectivo deja atrás la pandemia.</p> <p>Ingresos no disminuyen, pero la inflación reduce su capacidad adquisitiva.</p> <p>Nuevamente, se retoman algunas prácticas de ahorro y gasto de 2020.</p> <p>Nuevamente, debe realizar compras más inteligentes.</p> <p>Nuevamente, debe sustituir algunas marcas.</p> <p>Diferente a 2020, hay diversificación en canales.</p> <p>Lo básico se estabilizó y ahora se busca el factor "extra".</p>

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con una investigación de Unimer de 2021 (muestra estadísticamente representativa de 800 entrevistas presenciales, 95% de confianza y entre población de 18 a 65 años de edad) se determinan los siguientes perfiles del consumidor costarricense:

### 1. Perfil comprador "consumista":

Este es el grupo mayoritario con una representación del 33% del total, poseen más ingresos que el resto, visitan centros comerciales, compran ropa, equipos tecnológicos, tecnología y utilizan servicios de salud privados. Según puntos de venta, se orienta hacia formatos que aporten orden, limpieza y amplitud.

En términos de alimentos, acostumbran a consumir fuera de casa, exploran productos de salud, de bienestar y se sienten atraídos por las novedades, así como por productos importados, los cuales pueden considerar que son de mejor calidad. En punto de

venta, el precio bajo no representa la variable determinante de mayor importancia para la compra. Este es sin duda un segmento de mercado de interés para efectos de la presente investigación.

## 2. Perfil comprador “fiel”:

Es un grupo más representado por mujeres de condición socioeconómica más bajo, además de ser habitualmente jóvenes. Frecuentan normalmente los mismos puntos de venta y acostumbran adquirir una canasta de productos recurrentes, tanto en variedad como en marca o presentación, lo cual está en la mayoría de casos explicado por aspectos de precio o presupuesto.

En punto de venta, es normalmente más comparativo, no necesariamente sobre atributos de valor agregado, sino especialmente sobre rendimiento, tamaños, precio, descuentos y beneficios complementarios. Lo anterior marca sus compras de alimentos, frecuenta menos el consumo fuera del hogar y en frescos habitúa adquirir en ferias de agricultores, mercados o tiendas de descuento.

## 3. Perfil comprador “racional”:

Es un grupo representado más por hombres y personas de 40 años o más, pertenecientes a un nivel socioeconómico medio. Comparan precios y tiendas, pero se mantienen en las mismas marcas por seguridad.

En sus decisiones de compra son menos emocionales, ya que priva más las condiciones de mercado, los atributos de producto y los beneficios complementarios obtenidos. Su principal limitante no es siempre el presupuesto, sino el obtener la mejor relación de precio y valor en sus compras.

## 5.2. Análisis de Tendencias

### a. La ecuación de valor ha cambiado, menos consumidores consideran que los productos valen menos de lo que cuestan.

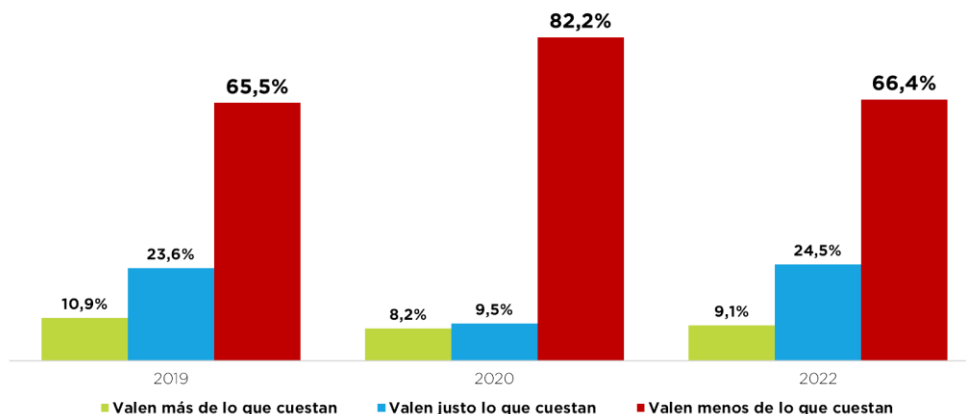


Ilustración 89 Evaluación consumidores

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de White Rabbit (2022).

Por costo debe entenderse a este como algo más que solo el precio. Este comprende además el tiempo que demanda el traslado y la compra del producto, el costo psicológico (la pérdida de lo que se entrega en compensación), el esfuerzo, el costo del cambio de marca/producto, etc.

Actualmente, el contexto ha provocado que la “pérdida psicológica” por la compra de un producto o servicio sea mayor e incremental. La pregunta recurrente entre consumidores es, “¿si compro esto qué dejo de comprar en consecuencia?”.

- b. **El gasto ha cambiado, la compra impulsiva juega un papel clave y crece en 2022 un 28% con respecto al nivel prepandemia (2019).**

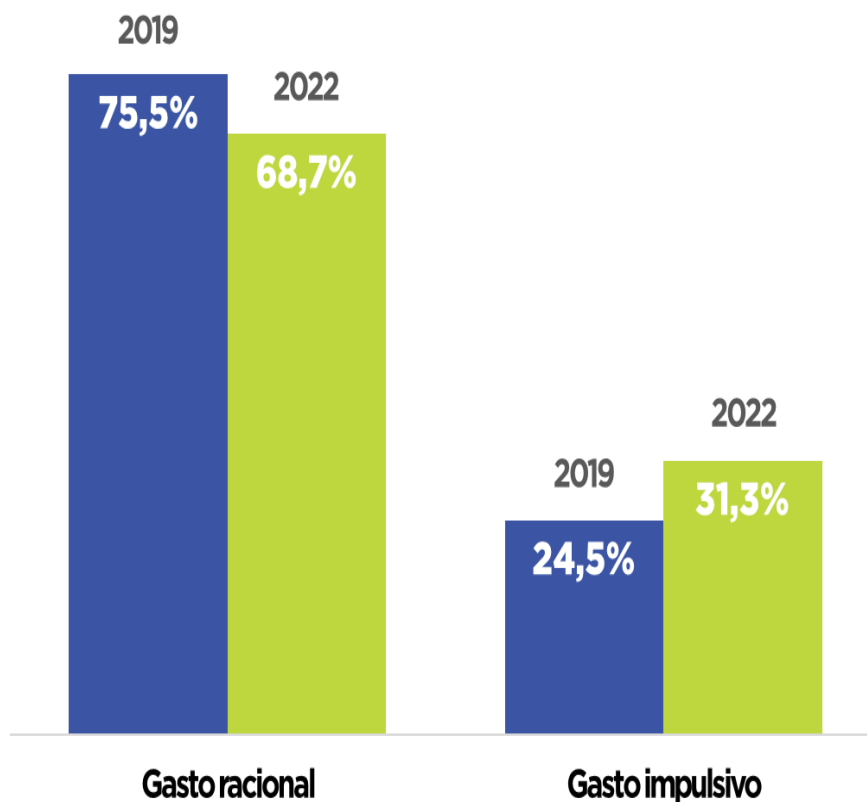


Ilustración 90 Tipos de gastos

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de White Rabbit (2022).

A pesar del contexto económico, los consumidores incrementan sus **compras emocionales** inclusive a niveles superiores a la pre-pandemia. Esto demuestra que las vivencias de 2020-2021 moldearon a un consumidor que piensa menos en el pasado, que vive más el momento

y que prevé un futuro relativamente más estable. El consumidor comprende ahora mucho mejor la volatilidad e incertidumbre de la vida.

**c. La inflación actual podría disminuir el poder adquisitivo hasta en un 20%.**

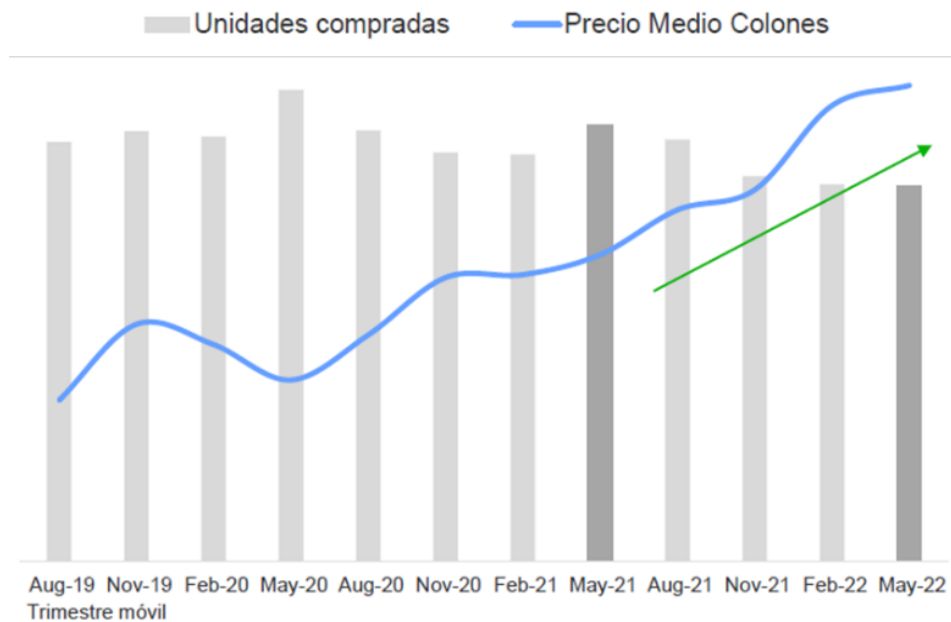
En general 9 de cada 10 personas considera en 2022 que su capacidad adquisitiva es menor que el año pasado, el comprador destina una menor parte de su gasto a deseo y ocio. Esto refleja carencias en la autosatisfacción emocional.



**Ilustración 91 Tipos de ingresos**

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de White Rabbit (2022).

**d. Ante la inflación la canasta de compras crece en valor (por precio medio), por lo que el comprador resuelve disminuyendo las unidades adquiridas por visita.**



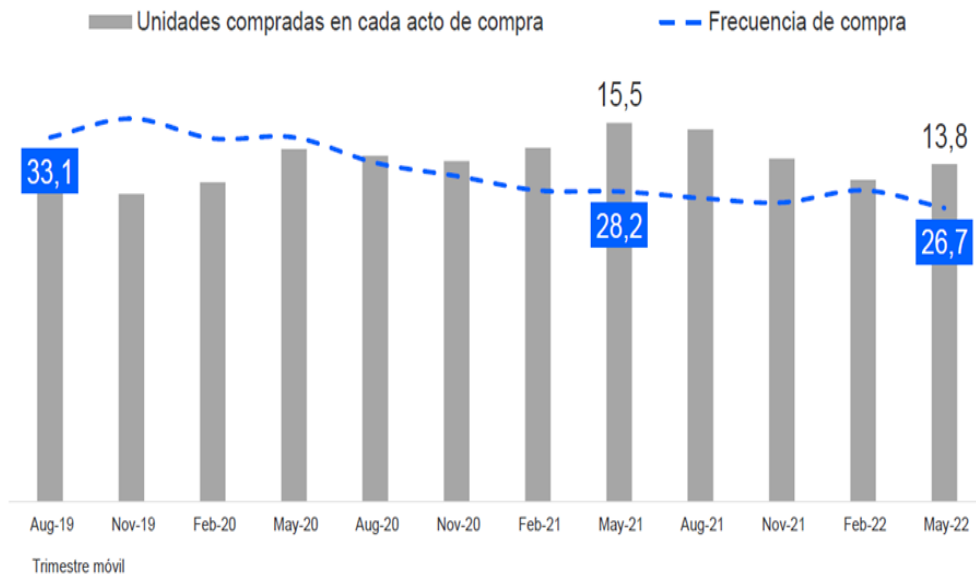
**Ilustración 92 Comparación canasta de compras**

Fuente: Kantar (2022).

En perspectiva, el comprador costarricense está pagando más del doble del precio medio que en el mismo período de 2020, por una menor cantidad de artículos. En general se detecta:

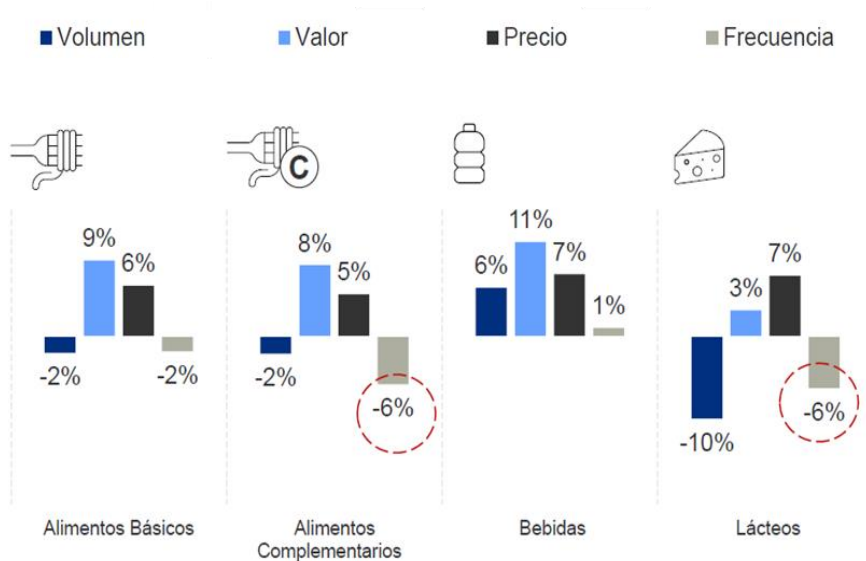
- +4% precio medio en colones
- -2% volumen de compra
- -4% frecuencia de compra
- +8% desembolso por cada compra

**e. En alimentos, lo complementario pasa a un segundo plano y el gasto se concentra en lo esencial.**



**Ilustración 93 Compra alimento**

Fuente: Kantar (Agosto 2022)



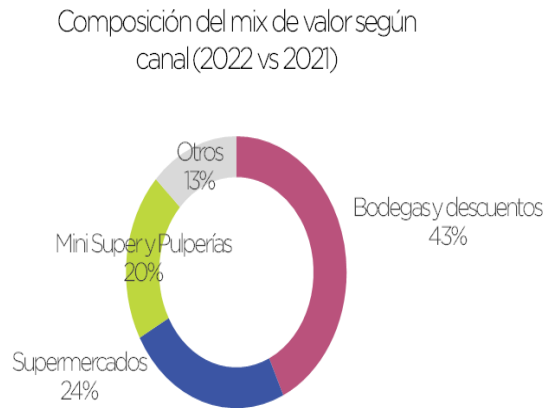
**Ilustración 94 Comparación compras**

Fuente: Kantar (Agosto 2022)

En perspectiva, la frecuencia de compra es menor que la evidenciada en el mismo período durante la pandemia (2020). En 2022, bebidas representa el 13% del valor de la canasta (+1%), lácteos 14% (-1%), alimentos complementarios 9% (-2%) y alimentos básicos 40% (+1%).

El comprador comienza a reducir la cantidad de categorías compradas por visita, dándole prioridad a las visitas de reposición (6-9 categorías).

**f. El comprador diversifica sus canales de compra en busca de mejores precios e impulsa el canal tradicional (supermercados independientes y mini súper).**



**Ilustración 95 Diversificación de compras**

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Kantar (2022)

Para las marcas, el mercado meta se sostiene pero el ancho de banda con respecto a los canales en donde interactúa con el consumidor se amplía. Según canal, los supermercados independientes y la cadena Maxi Palí (perteneciente a Walmart) concentran una media de consumidores variada, de nivel socioeconómico balanceado. Ver a continuación:



**Ilustración 96 Canales de compra**

Fuente: Kantar (2022).

### 5.3. Percepción del producto peruano

Partiendo de las entrevistas realizadas se tiene que aproximadamente la mitad de las empresas entrevistadas tienen conocimiento de los productos peruanos, y conocen la oferta que tienen. Reconocen la calidad de los productos como los espárragos, las uvas y otros. Sin embargo, la mitad del porcentaje entrevistado no ha logrado tener experiencias previas del producto peruano e indican que sería un elemento importante tener acceso a muestras y exhibiciones de la diferente oferta exportadora de Perú. Otro elemento a destacar es el valor agregado que se le puede brindar a los diferentes productos, como el ultra congelado, conservado o refrigerado de los productos, lo cual beneficia la conservación del producto y facilita la comercialización.

## VI. Requisitos de acceso al mercado

### 6.1. Medidas arancelarias

Primeramente, se debe recordar que las medidas arancelarias (MA) o barreras arancelarias (BA) hacen referencia a un impuesto aplicado a la importación o exportación de mercancías, lo que se conocen como aranceles o derechos de aduana. En otras palabras, los aranceles son gravámenes aplicados en frontera a mercancías que ingresan o salen de forma definitiva de un territorio aduanero.

Para el presente estudio, resultan de interés exclusivamente los aranceles de importación de los productos frescos detallados en la tabla No. 2 según su clasificación arancelaria. En ese sentido, es importante mencionar que en Costa Rica existen solo dos aranceles a la importación: el Derecho Arancelario de Importación (DAI) y el impuesto derivado de la Ley 6946.

A continuación, se presentan los aranceles aplicados en el país tanto a nivel de Nación Más Favorecida (NMF), es decir, el arancel aplicado a todos los Miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC), así como a nivel preferencial en el marco de los Tratados de Libre Comercio suscritos por Costa Rica<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> **Siglas:** **AELC:** TLC entre los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) y los Estados Centroamericanos / **CAFTA-DR:** TLC República Dominicana-Centroamérica-Estados Unidos / **CAN:** TLC entre el Gobierno de la República de Costa Rica y el Gobierno de Canadá / **CARICOM:** Tratado de Libre Comercio entre el Gobierno de la República de Costa Rica y la Comunidad de Estados del Caribe (CARICOM) / **CA:** Tratado General de Integración Económica Centroamericana / **CL:** Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Chile y del Protocolo Bilateral Adjunto Celebrado entre las Repúblicas de Costa Rica y de Chile / **CN:** Tratado de Libre Comercio entre el Gobierno de la República de Costa Rica y el Gobierno de la República Popular China / **CO:** Tratado de Libre Comercio entre el Gobierno de la República de Costa Rica y el Gobierno de la República de Colombia / **KR:** Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y la República de Corea / **MX:** Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y las Repúblicas de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua / **PAN:** Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Panamá y Protocolo Bilateral entre Costa Rica y Panamá al Tratado de Libre Comercio / **PE:** Tratado de Libre Comercio entre el Gobierno de la República de Costa Rica y el

Tabla 41 Aranceles aplicados

Fracción arancelaria	Arancel NMF		Aranceles Preferenciales en el marco de un TLC1)													IVA			
	DAI	Ley 6946	AELC	CAFTA-DR	CAN	CARICOM	CA	CL	CN	CO	KR	MX	PAN	PE	ACCRU		DO	SG	AACUE
<b>Cebollas</b>																			
70310110011	45	1	N/N	0	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	0	N/N	1
70310110019	45	1	N/N	0	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	0	N/N	1
70310110020	45	1	N/N	0	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	0	N/N	1
70310110090	45	1	46	46	N/N	0	0	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	45	N/N	0	45	1
70310120011	45	1	N/N	0	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	0	N/N	1
70310120019	45	1	N/N	0	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	0	N/N	1
70310120020	45	1	46	46	N/N	0	0	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	45	N/N	0	45	1
70310120090	45	1	46	46	N/N	0	0	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	45	N/N	0	45	1
70310130011	45	1	N/N	0	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	0	N/N	1
70310130019	45	1	N/N	0	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	0	N/N	1
70310130020	45	1	46	46	N/N	0	0	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	45	N/N	0	45	1
70310130090	45	1	46	46	N/N	0	0	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	45	N/N	0	45	1
70310190011	45	1	N/N	0	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	0	N/N	1
70310190019	45	1	N/N	0	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	0	N/N	1
70310190020	45	1	N/N	0	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	0	N/N	1
70310190090	45	1	46	46	N/N	0	0	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	N/N	45	N/N	0	45	1
<b>Ajos</b>																			
70320000010	14	1	15	0	0	0	0	N/N	0	9	0	0	0	0	N/N	0	0	0	
70320000090	14	1	15	0	0	0	0	N/N	0	9	0	0	0	0	N/N	0	0	0	
<b>Guisantes "arvejas, chicharos" "Pisum sativum"</b>																			
70810000010	14	1	15	0	0	0	0	N/N	0	11	0	0	0	0	0	0	0	0	
70810000090	14	1	15	0	0	0	0	N/N	0	11	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Espárragos</b>																			
70920000000	14	1	1.5	0	0	0	0	0	4.5	9	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Frutos del género capsicum</b>																			
70960100010	14	1	1.5	0	N/N	0	0	N/N	N/N	8	N/N	N/N	0	0	N/N	0	0	0	
70960100090	14	1	1.5	0	N/N	0	0	0	N/N	8	N/N	N/N	0	0	N/N	0	0	0	
70960200010	14	1	1.5	0	0	0	0	0	N/N	4.5	11	N/N	0	0	0	0	0	0	
70960200090	14	1	1.5	0	0	0	0	0	N/N	4.5	11	N/N	0	0	0	0	0	0	
70960900011	14	1	1.5	0	0	0	0	0	N/N	4.5	11	0	0	0	0	0	0	0	
70960900019	14	1	1.5	0	0	0	0	0	N/N	4.5	11	0	0	0	0	0	0	0	
70960900090	14	1	1.5	0	0	0	0	0	N/N	4.5	11	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Banano orgánico</b>																			
80390110000	14	1	0	0	0	0	0	3	4.5	3	N/N	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Aguacates (paltas)</b>																			
80440000010	14	1	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Guayabas, mangos y mangostanes</b>																			
80450100010	14	1	0	0	0	0	0	0	0	6.4	0	0	0	0	0	0	0	0	
80450200011	14	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	
80450200012	14	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Naranjas</b>																			
80510000011	14	1	0	0	0	N/N	0	0	0	N/N	0	0	0	0	0	0	0	0	
80510000019	14	1	0	0	0	N/N	0	0	0	N/N	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas, w.Murcott, Nova)</b>																			
80521000010	14	1	0	0	0	N/N	0	0	0	N/N	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Mandarinas wilkings e híbridos similares de agrinos (cítricos), excepto tangelo</b>																			
80529000010	14	1	0	0	0	N/N	0	0	0	N/N	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Limonos (Citrus limon, Citrus limonum) y limas (Citrus aurantifolia, Citrus latifolia)</b>																			
80550000011	14	1	0	0	0	N/N	0	0	0	11.2	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Uvas</b>																			
80610000000	14	1	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Sandias</b>																			
80711000000	14	1	0	0	0	0	0	0	4.5	9	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Melones</b>																			
80719000000	14	1	0	0	0	0	0	0	4.5	9	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Cerezas</b>																			
80929000000	14	1	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Fresas (frutillas)</b>																			
81010000000	14	1	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género Vaccinium</b>																			
81040000000	14	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Pitahayas</b>																			
81090510000	14	1	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	
81090520000	14	1	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	
81090530000	14	1	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	
81090540000	14	1	0	0	0	0	0	0	0	9	0	N/N	0	0	0	0	0	0	
<b>Jengibre</b>																			
91011100090	9	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Hacienda de la República de Costa Rica.

[\[1\] El porcentaje de arancel preferencial corresponde a la suma del DAI y la Ley 6946.](#)

[\[2\] Se debe recordar que los impuestos internos no se comprenden dentro de las medidas arancelarias, sin embargo, se añaden en la tabla al ser un requisito de ingreso al mercado.](#)

Gobierno de la República del Perú / **ACCRU**: Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte / **DO**: Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y República Dominicana / **SG**: Tratado de Libre Comercio entre la República de Costa Rica y la República de Singapur / **AACUE**: Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica / **N/N**: No negociado / **IVA**: Impuesto al Valor Agregado.

De la tabla anterior interesan, particularmente, los aranceles correspondientes a NMF, es decir, los porcentajes de las columnas correspondientes al DAI y la Ley 6946, en caso de que no se opte por una certificación de origen para la subsecuente aplicación del trato arancelario preferencial.

No obstante, resulta evidente que, para el caso de mercancías originarias de Perú, y con excepción de las cebollas que no fueron negociadas dentro del TLC en cuestión, los demás productos en estudio tienen libre arancel respecto a su ingreso al mercado costarricense. Lo anterior quiere decir que, si se realiza el proceso de certificación de origen, el importador no debe cancelar un monto por concepto de aranceles para la nacionalización de las mercancías. A pesar de ello, se debe recordar que esto no exime la cancelación de los impuestos internos al nacionalizar las mercancías; para el caso, esto se refiere al Impuesto al Valor Agregado IVA, cuyo porcentaje aplicable puede variar en función de la mercancía que se trate.

## **6.2. Regulaciones**

Además de cumplir con el pago de los aranceles e impuestos según corresponda a los productos de origen vegetal en cuestión, se debe entender que previo a realizar la importación de éstos en Costa Rica, de conformidad con la **Ley No. 7664, Ley de Protección Fitosanitaria**, es necesario contar con una autorización del Servicio Fitosanitario del Estado (SFE), ente adscrito al Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).

Para obtener dicha autorización es necesario, en primer lugar y previo a la importación, enviar el Formulario de Requisitos Fitosanitarios<sup>4</sup>, documento oficial mediante el cual se le da a conocer al importador los requisitos fitosanitarios que Costa Rica exige a la importación de plantas, productos vegetales y demás artículos reglamentados. Sin este documento los productos no pueden ingresar al país. Este trámite debe hacerse. A través de una agencia aduanal por el Sistema de Notas Técnicas de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER). El costo de la emisión de dicho formulario es de ¢12.684 (sin IVA). El SFE tiene un plazo de 8 días para dar respuesta.

Del mismo modo, de acuerdo con el **Decreto Ejecutivo No. 3699-MAG, Crea Registro de Importadores de productos de origen vegetal, y el establecimiento de controles de unidades de transportación y bodegas como medida de trazabilidad de productos agrícolas importados**, se establece que la persona física o jurídica que desee importar productos vegetales a Costa Rica debe estar inscrita en el Registro de Importadores del SFE.

---

<sup>4</sup> Para acceder al documento seguir el siguiente [enlace](#).

De conformidad con la norma mencionada, para la inscripción en el registro de importadores las personas físicas o jurídicas deberán cumplir con los siguientes requisitos:

1.- Presentar ante el SFE la solicitud de inscripción en el registro de importadores<sup>5</sup>, que tendrá valor de declaración jurada. La solicitud debe incluir la siguiente información:

- a. Fecha.
- b. Tipo de solicitud (Nuevo registro o renovación del registro).
- c. Cantidad de años por los cuales solicita el registro de importador (máximo 5 años y mínimo 1 año).
- d. Nombre completo del registrante (persona física o jurídica).
- e. Número de documento de identificación (Número de cédula de identidad, cédula de residencia, pasaporte o cédula jurídica).
- f. Información de contacto en la que se incluya dirección (provincia, cantón, distrito y dirección exacta del domicilio y las oficinas), número de teléfono de domicilio y oficinas, así como número celular y correo electrónico para notificaciones.
- g. Nombre completo y número de identidad del o los representantes legales y sus facultades conforme la personería jurídica vigente.
- h. Indicación de si los productos a importar son de consumo humano por ingesta.
- i. Ubicación exacta de las instalaciones o bodegas aptas técnicamente para el almacenamiento de productos vegetales a importar, indicando provincia, cantón, distrito y dirección exacta.
- j. Capacidad de almacenamiento en metros cúbicos de la bodega o lugar de almacenamiento.
- k. Número de teléfono y nombre de la persona a contactar para visita de inspección del lugar de almacenamiento o la bodega.
- l. Indicación de si las bodegas son propias o arrendadas o prestadas, y en estos dos últimos casos, indicar el nombre completo (persona física o jurídica) y el número de identificación de quien arrienda o presta, así como la fecha de finiquito del contrato de arriendo o préstamo.
- m. Número de permiso sanitario de funcionamiento vigente del local o bodega de almacenamiento, así como la fecha de renovación establecida en el mismo.
- n. Nombres de los productos a importar, sobre los que se basará su registro, especificando nombre común en español, nombre científico (mínimo a nivel de género), clase, presentación, uso previsto y país de origen.

---

<sup>5</sup> Para acceder a la solicitud seguir el [enlace](#).

2.- Estar inscrito, al día o con arreglo de pago en el Sistema de Información de la Caja Costarricense del Seguro Social. En el caso de personas jurídicas sin empleados registrados, declarar si el representante legal está al día en el pago de su seguro, todo conforme a la Ley No. 17, Ley Constitutiva de la Caja Costarricense del Seguro Social y otras disposiciones normativas de esta entidad.

- b. Presentar el documento de identidad del representante legal que firma la solicitud en caso de personas jurídicas.
- c. Presentar el documento de identidad en caso de personas físicas.
- d. Estar inscrito, al día o con arreglo de pago en Tributación Directa.
- e. Firmar la solicitud en la que indica que su bodega o lugar de almacenamiento, cumple con los requisitos técnicos establecidos en el instructivo para la inspección in situ de bodegas o instalaciones de almacenamiento y su lista de verificación.
- f. Cancelar el monto correspondiente a la inscripción, y presentar el comprobante del depósito bancario o transferencia, según la tarifa denominada “Cuota Anual de Inscripción y Registro de Importadores”, misma que, para 2022, es de  $\text{¢}65.640$ .<sup>6</sup>

Es importante mencionar que, en el caso de los productos para ingesta humana, deben cumplir además con los límites máximos de residuos (LMR), que según el Reglamento Técnico de Costa Rica **RTCR 424-2008 Reglamento Técnico de Límites Máximos de Residuos de Plaguicidas en Vegetales**, el país aplica los LMR establecidos por el Codex Alimentarius, y en los casos en que no existan LMR establecidos por Codex Alimentarius, se aplicarán los LMR establecidos por EPA<sup>7</sup> y de la Unión Europea. Cuando los LMR establecidos por la EPA y la UE sean diferentes, se adoptará el de mayor valor nominal. Actualmente se tienen los siguientes LMR:

**Tabla 42 LMR**

<b>Plaguicida</b>	<b>Uso agroquímico</b>	<b>Producto Vegetal</b>	<b>Límite</b>
Pirimicarb	Insecticida	Sandía (Citrullus vulgaris Var. N.I.)	0.500000 mg/Kg
Fluazifop-P-Butil	Herbicida	Sandía (Citrullus vulgaris Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Quizalofop -P-Etil	Herbicida	Sandía (Citrullus vulgaris Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Iprodiona	Fungicida	Sandía (Citrullus vulgaris Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Linurón	Herbicida	Chile Picante (Capsicum frutescens Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Tebuconazol	Fungicida	Chile Picante (Capsicum frutescens Var. N.I.)	1.300000 mg/kg

<sup>6</sup> Las tarifas por los servicios del SFE se actualizan el 1° de febrero de cada año según lo especifica el [Decreto 35753-MAG](#) (en esa fecha se publicarán las nuevas tarifas).

<sup>7</sup> Environmental Protection Agency, por sus siglas en inglés, Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos de Norteamérica (por sus siglas en inglés).

Plaguicida	Uso agroquímico	Producto Vegetal	Límite
Clorpirifós	Insecticida	Chile Picante (Capsicum frutescens Var. N.I.)	1.000000 mg/Kg
Iprodiona	Fungicida	Chile Picante (Capsicum frutescens Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Metil Tiofanato	Fungicida	Chile Picante (Capsicum frutescens Var. N.I.)	0.100000 mg/Kg
Tiabendazol	Fungicida	Chile Picante (Capsicum frutescens Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Spinetoram	Insecticida	Chile Picante (Capsicum frutescens Var. N.I.)	0.400000 mg/Kg
Piriproxifén	Insecticida	Chile Picante (Capsicum frutescens Var. N.I.)	0.600000 mg/Kg
Clorfenapir	Insecticida	Chile Picante (Capsicum frutescens Var. N.I.)	0.300000 mg/Kg
Clorotalonil	Fungicida	Chile Picante (Capsicum frutescens Var. N.I.)	7.000000 mg/Kg
Clorantraniliprol	Insecticida	Chile Picante (Capsicum frutescens Var. N.I.)	0.600000 mg/Kg
Acetamiprid	Insecticida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Bitertanol	Fungicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Butilato	Herbicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Dimetomorf	Fungicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Diurón	Herbicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Fenamifós	Insecticida, Nematicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.020000 mg/Kg
Fenarimol	Fungicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.020000 mg/Kg
Fenbuconazol	Fungicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg

Plaguicida	Uso agroquímico	Producto Vegetal	Límite
Fentión	Insecticida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Flutolanil	Fungicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Hexaconazol	Fungicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Indoxacarb	Insecticida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.020000 mg/Kg
Miclobutanil	Fungicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.200000 mg/Kg
Acefato	Insecticida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Azinfos Metil	Insecticida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.050000 mg/Kg
Benalaxil	Fungicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.050000 mg/Kg
Epoxiconazol	Fungicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.050000 mg/Kg
Fosmet	Insecticida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.050000 mg/Kg
Imazalil	Fungicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Linurón	Herbicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.050000 mg/Kg
Mancozeb	Fungicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	1.500000 mg/Kg
Metamidofós	Insecticida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Metil Paratión	Insecticida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Metoxifenoazida	Insecticida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Pirimifós metil	Insecticida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Procloraz	Fungicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.030000 mg/Kg
Propiconazol	Fungicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Tebuconazol	Fungicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.400000 mg/Kg
Tiabendazol	Fungicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Triadimefón	Fungicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg
Triadimenol	Fungicida	Jengibre (Zingiber officinale Var. N.I.)	0.010000 mg/Kg

Fuente: Elaboración propia con datos del SFE.

También, debe mencionarse que, en aquellos casos que se importen productos capaces de transportar plagas, estos productos pueden ser objeto de inspección, según lo dicta el **RTCR 379:2000 Procedimientos para la aplicación de los requisitos fitosanitarios para la importación de plantas, productos vegetales y otros productos capaces de transportar plagas**; se determinarán las medidas fitosanitarias que fueran necesarias tales como, muestreo y análisis de laboratorio para diagnóstico de plagas o residuos de plaguicidas para el cumplimiento de la reglamentación correspondiente; además, se deberá presentar, cuando corresponda, el Certificado Fitosanitario del país de origen o cualquier otro tipo de certificación y cuando sean requeridos requisitos específicos, la importación debe acompañarse de una declaración adicional en el Certificado Fitosanitario del país de origen, en la cual se indique las plagas de las cuales el producto está libre o proviene de áreas libres de las mismas así como de los tratamientos exigidos u otras observaciones solicitadas.

En ese sentido, el SFE establece los siguientes requisitos por producto:

**Tabla 43 Requisitos por producto**

Producto	Requisito
Aguacate antillano (Persea americana)	142-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario.
Aguacate antillano (Persea americana)	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Aguacate hass (Persea americana)	142-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario.
Aguacate hass (Persea americana)	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Ajo (Allium sativum)	106-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario Oficial del país de origen, donde se indique en el renglón de declaraciones adicionales que está libre de Ditylenchus dipsaci, Ditylenchus destructor, Urocystis cepulae.
Ajo (Allium sativum)	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Ajo (Allium sativum)	106-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario Oficial del país de origen, donde se indique en el renglón de declaraciones adicionales que está libre de Ditylenchus dipsaci, Ditylenchus destructor, Urocystis cepulae.
Ajo (Allium sativum)	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Arándano (Vaccinium myrtillus)	39-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario Oficial del país de origen.
Arándano (Vaccinium myrtillus)	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.

Producto	Requisito
Arándano azul ( <i>Vaccinium corymbosum</i> )	39-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario Oficial del país de origen.
Arándano azul ( <i>Vaccinium corymbosum</i> )	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Arveja ( <i>Pisum sativum</i> )	39-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario Oficial del país de origen.
Banano ( <i>Musa x paradisiaca</i> )	17-Prohibida la importación por presencia de Foc R4T Resolución 096-2022-NR-ARP-SFE <sup>8</sup>
Cebolla amarilla ( <i>Allium cepa</i> )	143-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario Oficial del país de origen, donde se indique en el renglón de declaraciones adicionales que está libre de <i>Naupactus leucoloma</i> , <i>Ditylenchus dipsaci</i> , <i>Ditylenchus destructor</i> , <i>Puccinia asparagi</i> , <i>Urocystis cepulae</i> .
Cebolla amarilla ( <i>Allium cepa</i> )	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Cebolla blanca ( <i>Allium cepa</i> )	143-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario Oficial del país de origen, donde se indique en el renglón de declaraciones adicionales que está libre de <i>Naupactus leucoloma</i> , <i>Ditylenchus dipsaci</i> , <i>Ditylenchus destructor</i> , <i>Puccinia asparagi</i> , <i>Urocystis cepulae</i> .
Cebolla blanca ( <i>Allium cepa</i> )	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Cebolla morada ( <i>Allium cepa</i> )	143-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario Oficial del país de origen, donde se indique en el renglón de declaraciones adicionales que está libre de <i>Naupactus leucoloma</i> , <i>Ditylenchus dipsaci</i> , <i>Ditylenchus destructor</i> , <i>Puccinia asparagi</i> , <i>Urocystis cepulae</i> .
Cebolla morada ( <i>Allium cepa</i> )	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Espárrago ( <i>Asparagus officinalis</i> )	855-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario Oficial del país de origen, donde se indique en el renglón de declaraciones adicionales que está libre de <i>Puccinia asparagi</i> .
Espárrago ( <i>Asparagus officinalis</i> )	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Fresa ( <i>Fragaria x ananassa</i> )	39-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario Oficial del país de origen.
Fresa ( <i>Fragaria x ananassa</i> )	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Fresa silvestre ( <i>Fragaria vesca</i> )	39-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario Oficial del país de origen.
Fresa silvestre ( <i>Fragaria vesca</i> )	653-Inspección en el punto de entrada.

<sup>8</sup> Para más información acceder al siguiente [enlace](#).

Producto	Requisito
Fresa silvestre ( <i>Fragaria vesca</i> )	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Limón ácido ( <i>Citrus aurantiifolia</i> )	144-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario.
Limón ácido ( <i>Citrus aurantiifolia</i> )	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Limón persa ( <i>Citrus x latifolia</i> )	144-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario.
Limón persa ( <i>Citrus x latifolia</i> )	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Mandarina ( <i>Citrus reticulata</i> )	144-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario.
Mandarina ( <i>Citrus reticulata</i> )	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Mandarina Clementina ( <i>Citrus clementina</i> )	144-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario.
Mandarina Clementina ( <i>Citrus clementina</i> )	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Mango ( <i>Mangifera indica</i> )	144-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario.
Mango ( <i>Mangifera indica</i> )	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Naranja ( <i>Citrus sinensis</i> )	144-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario.
Naranja ( <i>Citrus sinensis</i> )	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Tangelo ( <i>Citrus reticulata</i> X <i>C. grandis</i> )	144-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario.
Tangelo ( <i>Citrus reticulata</i> X <i>C. grandis</i> )	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Tangelo ( <i>Citrus reticulata</i> x <i>C. paradisi</i> )	144-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario.
Tangelo ( <i>Citrus reticulata</i> x <i>C. paradisi</i> )	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.
Uva ( <i>Vitis</i> 190producto)	146-Se permite el uso de cajas de madera únicamente si se cumple con lo establecido en la NIMF N° 15 sobre embalaje de madera
Uva ( <i>Vitis</i> 190producto)	39-El envío debe venir acompañado de un Certificado Fitosanitario Oficial del país de origen.
Uva ( <i>Vitis</i> 190producto)	9999-Requisitos generales para productos para consumo fresco: Debe venir debidamente empacado e identificado y libre de residuos vegetales, suelo, caracoles y babosas.

Fuente: Elaboración propia con datos del SFE.

Por último, se debe cumplir con la **Nota Técnica (NT) 35**, que corresponde a la **verificación y aprobación fitosanitaria por parte del servicio fitosanitario del estado en el punto de ingreso para la nacionalización, tránsito nacional o tránsito internacional de productos vegetales y otros productos reglamentados**. Con esta NT el SFE busca prevenir la introducción al territorio nacional de plagas cuarentenarias de plantas, mediante el establecimiento de medidas fitosanitarias para la importación de plantas, productos vegetales y otros productos capaces de transportarlas.

### **6.3. Otras Regulaciones**

Existen otras normas que deben ser consideradas antes que importar productos vegetales a Costa Rica, por ejemplo, se tiene la Ley No. 5292, Uso Exigido Sistema Internacional Unidades Medida “SI” Métrico Decimal, mediante la cual se adopta en Costa Rica el uso obligatorio, con exclusión de cualquier otro sistema, el Sistema Internacional de Unidades (SI), basado en el Sistema Métrico Decimal, en sus unidades básicas, derivadas y suplementarias de medición; esta ley expresa que los empaques, envases y etiquetas que se empleen para la comercialización de cualquier producto, deben expresar la capacidad, longitud, superficie, volumen, peso o cualquier otra característica del producto que constituya la base principal sobre la cual se expende. Es posible utilizar conjuntamente cualquier otro sistema de medidas. Del mismo modo, se tiene el **Reglamento Técnico Centroamericano RTCA 67.06.55:09 Buenas Prácticas de Higiene Para Alimentos No Procesados y Semiprocados y su Guía de Verificación**, en el cual se establece, respecto al envasado de estos productos, que los materiales de los envases deben ofrecer una protección adecuada a los alimentos para prevenir la contaminación, evitar daños y permitir un etiquetado apropiado, no deben tener efectos tóxicos ni representar una amenaza para la inocuidad y la aptitud de los alimentos en las condiciones de almacenamiento y uso especificadas. Los envases o recipientes deben inspeccionarse antes del uso, a fin de tener la seguridad de que se encuentren en buen estado. Los envases no deben ser utilizados para otro uso diferente para el que fueron diseñados. En las actividades que se permita la reutilización de envases, estos deben inspeccionarse y tratarse inmediatamente antes del uso. En la zona de envasado o llenado sólo deben permanecer los recipientes necesarios.

Por otra parte, existen ciertos Reglamentos Técnicos Nacionales que establecen las características y grados de calidad que deben presentar algunas frutas o verduras frescas, nacionales e importadas, para su consumo humano en Costa Rica, estos son:

- **RTCR 489: 2018 Productos Agropecuarios. Cebolla seca. Especificaciones<sup>9</sup>:**

Dentro de las disposiciones de este RTCR, se destacan las siguientes características de calidad:

- a. Características físicas:
  - i. La cebolla debe tener un tallo seco de hasta 3 cm.
  - ii. El tamaño de la raíz debe ser de 2 cm máximo;
  - iii. Cuando el brote interno ha emergido del bulbo, observándose a simple vista, se denominará brote externo.
- b. Daño por insecto:
  - i. Se admitirán bulbos con una sola lesión por picadura, y una profundidad no mayor de 2 mm.
- c. Daño por hongo:
  - i. Se admitirán bulbos que presenten daño por hongo cuando la lesión afecte solamente la capa superficial (cáscara).
- d. Daño por quemadura de sol:
  - i. Se admitirán bulbos con quemaduras cuando la lesión cubra menos del diez por ciento (10%) y solo afecte la capa superficial (cáscara).

Asimismo, se establece que cuando ésta se comercialice pre-empacada, los materiales usados en el interior del empaque deben ser nuevos, limpios y de una calidad que evite cualquier daño externo o interno al producto. El uso de materiales, particularmente de papeles o sellos con indicaciones comerciales está autorizado siempre que la impresión o etiquetado se haya realizado con tintas o colas no tóxicas. Los empaques deben estar exentos de materias extrañas que comprometan la calidad del producto.

También, respecto al marcado o etiquetado, además de que éste debe ir en idioma español, se indica que:

- a. La cebolla que se comercialice empacada, incluyendo la trenza, debe etiquetarse con la siguiente información: Nombre del producto; origen del producto; y contenido neto expresado en unidades del Sistema Internacional de Unidades de Medida (SI).
- b. Tratándose de productos no empacados previamente incluyendo la presentación en trenza, el nombre y origen del producto deberá consignarse en un lugar visible y claramente legible de la góndola o el anaquel del establecimiento comercial donde se encuentren ubicados. Asimismo, el centro de distribución debe contar con la documentación respectiva, que permita identificar la trazabilidad del producto desde el

---

<sup>9</sup> Para acceder al contenido completo del Reglamento visitar el siguiente [enlace](#).

origen. Asimismo, en todos estos casos, los productos nacionales deberán identificarse con la frase: “Producido en Costa Rica” u otra que permita identificar claramente el origen del producto, de conformidad con la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor.

- **RTCR 399:2006 Chile Dulce para Consumo en Estado Fresco<sup>10</sup>:**

En todos los grados de calidad, sin perjuicio de las disposiciones especiales para cada uno de ellos y las tolerancias admitidas, los chiles dulces deben ser:

- a. De aspecto fresco, entero y con madurez fisiológica.
- b. Limpios y sin olor y sabor extraños.

Acerca del marcado o etiquetado, se establece que el chile dulce que se comercialice pre-empacado debe cumplir con lo que establece la legislación para el etiquetado de alimentos pre-empacados, aclarando el grado de calidad. En el caso del chile dulce que no se comercialice pre-empacado debe cumplir con la siguiente información: origen del producto y grado de calidad (primera, segunda o tercera).

- **Decreto Ejecutivo N° 18461, Norma Oficial para Melón Cantaloupe de Consumo en Estado Fresco<sup>11</sup>:**

Los melones para el consumo en estado fresco, deben proceder de variedades o cultivares legítimos y sanos. El fruto debe ser de cosecha reciente, firme, compacto y suficientemente desarrollado, presentando color, olor y sabor típicos de la variedad o cultivar. Los melones deben estar sanos, libres de plagas y microorganismos causantes de enfermedades, así como de residuos agroquímicos y otros contaminantes. Además, no deben de presentar daños o lesiones de origen físico y mecánico, que afecte la apariencia del producto.

En caso de empaque, la etiqueta debe especificar la denominación MELÓN CANTALOUPE, seguido de su grado de calidad y calibrado.

- **Decreto Ejecutivo N° 18172, Norma de Calidad para Fresa en Estado Fresco para Consumo:**

Para las fresas, el reglamento señala que deben ser enteras, sin heridas de la misma variedad con características varietales similares. Las frutas deben ser firmes y no sobremaduras o con poco desarrollo, deben tener el cáliz adherido, y en caso de permanecer el pedúnculo éste debe ser verde y no desecado. Asimismo, deben estar limpias, exentas en particular de

---

<sup>10</sup> Para acceder al contenido completo del Reglamento visitar el siguiente [enlace](#).

<sup>11</sup> Para acceder al contenido completo del Reglamento visitar el siguiente [enlace](#).

residuos de abonos y plaguicidas o de daños causados por congelamiento, desprovistas de olores y sabores extraños. Deben presentarse frescas pero sin lavar y libres de humedad exterior anormal. Las fresas deberán estar sanas, libres de daños mecánicos y no podrán contener insectos, hongos ni microorganismos que causen podredumbre. Cada fresa debe tener por lo menos tres cuartas partes de su superficie mostrando un color rosado o rojo, el grado de madurez deberá permitir a los frutos un transporte y una manipulación para que puedan llegar a su destino en condiciones satisfactorias.

En lo que se refiere a su etiquetado, se determina que el embalaje deberá estar etiquetado. La etiqueta debe traer la denominación FRESA, seguido de su grado de calidad y opcionalmente de su variedad.

- **Decreto Ejecutivo N° 18816, Norma de Calidad para Sandía de Consumo en Estado Fresco:**

Las sandías para el consumo en estado fresco, deberán proceder de variedades (cultivares) legítimas y sanas. El fruto debe ser fresco, de cosecha reciente, entero, firme, compacto y suficientemente desarrollado. Además de presentar aroma, color y sabor típico de la variedad o cultivar. El fruto deberá estar sano, libre de parásitos, insectos, residuos de agroquímicos. Debe excluir también, todo daño o lesión de origen físico y mecánico que afecte la apariencia del producto.



En caso de empaque, la etiqueta deberá traer la denominación SANDÍA, seguido de su grado de calidad, las tintas de las etiquetas nunca deberán estar en contacto con el producto.

#### **6.4. Certificaciones o Normas Técnicas**

Por otra parte, es necesario tratar acerca de las normas técnicas que, se debe recordar, si bien su cumplimiento no es de carácter obligatorio, tal y como se expresó líneas arriba, en muchos mercados éstas pueden otorgar una ventaja comparativa para con productos idénticos o similares que compitan en un mismo mercado, pues pueden desviar la preferencia de los consumidores por cuestiones de intereses, seguridad, confianza, entre otros.

En este sentido, PROCOMER identifica que las siguientes certificaciones resultan importantes dentro del mercado costarricense para la comercialización de productos agrícolas.

Tabla 44 Certificaciones importantes

Norma técnica	Sello	Descripción
ISO 14001:2015		<p>Su objetivo es proporcionar a las organizaciones un marco de referencia para proteger el medio ambiente y responder a las condiciones ambientales cambiantes, en equilibrio con las necesidades socioeconómicas.</p>
GLOBALG.A.P.		<p>Norma con reconocimiento internacional para la producción agropecuaria. Busca fomentar la producción segura y sostenible con el fin de beneficiar a los productores, minoristas y consumidores en todas partes del mundo. La norma demanda, entre otras cosas, una mayor eficiencia en la producción. Mejora el desempeño del negocio y reduce el desperdicio de recursos necesarios. También requiere un enfoque general en la producción agropecuaria que desarrolle las mejores prácticas para las próximas generaciones.</p>
Rainforest Alliance		<p>El sello de certificación Rainforest Alliance significa que el producto (o un ingrediente específico) fue producido por agricultores, silvicultores y/o empresas que trabajan juntas para crear un mundo donde las personas y la naturaleza prosperen en armonía.</p>
Fair Trade		<p>Ofrece una alternativa al comercio convencional y está basado en un acuerdo entre productores y consumidores con el objetivo de mejorar las vidas y reducir la pobreza mediante prácticas comerciales éticas. El sistema de certificación Fairtrade tiene como propósito garantizar a los consumidores que el producto que adquieren cumple con especiales estándares sociales, económicos y medioambientales.</p>
USDA Organic		<p>Avala que un producto orgánico, sea importado o nacional, cumple los requisitos legales para merecer ese calificativo. La cada vez más extendida producción sostenible, trata de reducir su impacto y cuidar la biodiversidad y el medio natural.</p>
FSSC 22000		<p>Es un esquema de certificación completo para sistemas de gestión de seguridad alimentaria basado en las normas existentes ISO 22000, ISO 22003 y especificaciones técnicas para Programas de Prerrequisitos del sector correspondiente (producción de alimentos, fabricación de envases para la industria alimentaria o para el transporte y almacenamiento de alimentos).</p>

Fuente: Elaboración propia.

## **VII. Actividades de promoción**

### **7.1. Ferias**

En relación con las ferias resulta importante enfatizar en los elementos desarrollados en el apartado 4.3 de este estudio, especialmente en las Ferias del Agricultor y el Centro Nacional de Abastecimiento y Distribución de Alimentos, los cuales no solo son un medio de comercialización importante sino que también permiten promocionar y visibilizar al sector agrícola del país.

Como se dijo anteriormente, las Ferias del Agricultor consisten en un mercado minorista para uso exclusivo de pequeños y medianos productores, en forma individual u organizada, de los sectores de la producción agropecuaria, pesquera, avícola, pequeña industria y artesanía en donde venden directamente sus productos al consumidor; se llevan a cabo los fines de semana en lugares determinados de diversas zonas del país.

Por el contrario, CENADA es un mercado mayorista que, como se expresó líneas atrás, busca simplificar las condiciones para el abastecimiento de productos perecederos para su distribución en el país. Sus plazas operan todos los días de la semana en horarios determinados, siendo que los sábados se destinan a una Feria Minorista.

Cabe mencionar que en ciertos lugares se llevan a cabo ferias especializadas, por ejemplo, se cuenta con la Feria Nacional del Aguacate de Bajura, que se realiza en la comunidad de San Jerónimo de Esparza, Puntarenas, con el fin de promover el aguacate de la bajura. Esta feria es aprovechada por los productores locales para que vendan sus frutos, también para brindar trabajo ocasional a los vecinos del distrito y poner nuestro cantón en el mapa nacional. Esta feria se realiza en los meses de mayo y junio en dicha localidad.

También, está la Feria de la Naranja que se lleva a cabo en el mes de febrero en el cantón de Mora en Ciudad Colón, San José, y es una de las ferias promocionales más conocidas en todo el territorio nacional. En el mes de febrero, las comunidades dedicadas a la producción de esta fruta se han organizado para celebrar la tradicional Expo Feria de la Naranja.

### **7.2. Exhibiciones**

Las exhibiciones del sector agrícola no son una actividad común en el país, ya que la promoción y comercialización de los productos de este sector se realiza principalmente en ferias o mediante comercios.

### 7.3. Publicaciones especializadas

En Costa Rica son muy pocas las publicaciones especializadas que se realizan en relación con el sector agrícola; sin embargo, se identificaron cuatro revistas especializadas destacadas: *Agronomía Costarricense*, *Alcances Tecnológicos*, *e-Agronegocios* y *Agronomía Mesoamericana*, mismas que se detallarán seguidamente.

Empezando por la **Revista Agronomía Costarricense**, se puede decir que ésta se creó en 1997 con el objetivo de publicar, visibilizar y facilitar el acceso de la investigación agropecuaria y forestal con temas de interés y actualidad científica del sector. Consiste en una publicación semestral editada y financiada por la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Costa Rica (UCR), funciona con el respaldo de profesionales de la Universidad de Costa Rica, el Colegio de Ingenieros Agrónomos y el Ministerio de Agricultura y Ganadería que conforman el Consejo Editorial.

Por su parte, la **Revista Alcances Tecnológicos** es editada y financiada por el Instituto Nacional de Innovación y Transferencia en Tecnología Agropecuaria (INTA), ente adscrito al Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) de Costa Rica. Se creó en 2020, con el fin de hacer el proceso de publicación científica más expedito y transferir las opciones tecnológicas generadas y validadas por el INTA, que es el instituto oficial de investigación agrícola de Costa Rica.

Es una publicación internacional de carácter académico y científico, en la cual se pueden encontrar artículos científicos, notas técnicas, revisiones bibliográficas, análisis y comentarios, informaciones técnicas y comunicaciones cortas referentes al sector en cuestión. Su formato y publicación es electrónico. Dentro de los temas que contempla se pueden mencionar: extensionistas del sector agropecuario, productores líderes, organizaciones de productores, empresas privadas y estudiantes, entre otros.

Asimismo, la **Revista e-Agronegocios** consiste en una publicación semestral, gratuita y de acceso abierto editada por el Tecnológico de Costa Rica (TEC), específicamente la Escuela de Agronegocios, en colaboración con el Centro de Investigación en Economía Agrícola y Desarrollo Agroempresarial (CIEDA). Con ésta se pretende difundir los resultados de investigaciones en las disciplinas del conocimiento relativas a la economía agrícola, agronegocios, la gerencia agroempresarial y áreas afines. El contenido de la revista está dirigido a investigadores, especialistas, docentes, profesionales y estudiantes universitarios de las áreas de economía agrícola y los agronegocios.

Cabe mencionar que esta revista publica dos tipos de manuscritos. Artículos científicos, que incluye resultados de trabajos de investigación académica, estudios de caso, estudios de mercadeo, análisis de costos, estudios de rentabilidad, análisis de procesos agroindustriales, de análisis organizacionales o investigación participativa con grupos organizados; y Notas

Técnicas, que se refiere a trabajos avances o resultados paralelos de investigaciones en marcha.










Por último, la **Revista Agronomía Mesoamericana** es una publicación continua con cierres en enero, mayo y septiembre, editada por la Universidad de Costa Rica. Su fin es difundir información científica en idioma español o inglés, a través de la publicación de artículos, comunicaciones breves, notas técnicas y reseñas bibliográficas, relacionadas con las ciencias agroalimentarias de cualquier parte del mundo, enfatizando en zonas tropicales y subtropicales, especialmente de Mesoamérica y el Caribe.















## VIII. Contactos de interés

### 8.1. Instituciones

A continuación, se presenta un cuadro con la información de algunos contactos institucionales de interés para la importación, distribución y comercialización de productos agrícolas en Costa Rica.

**Tabla 45 Contactos de interés**

Nombre	Contacto	Descripción
<b>Cámara de Comercio de Costa Rica (CCCR)</b>	 (506) 4052-4400  asistenteadministrativo@camara-comercio.com  <a href="https://camara-comercio.com">https://camara-comercio.com</a>	<p>La Cámara de Comercio prepara adecuadamente a sus asociados y les brinda las condiciones ideales para que su negocio pueda prosperar sanamente en el país, velando siempre por los intereses de éstos. También, interviene de forma sistemática y continua para lograr una actividad neta global razonable para el sector comercial.</p>
<b>Cámara de Comercio Exterior de Costa Rica y de Representantes de Casas Extranjeras (CRECEX)</b>	 (506) 2253-0126  crecex@crecex.com  <a href="https://crecex.com/">https://crecex.com/</a>	<p>Es la Cámara de Comercio Exterior de Costa Rica, cuyo objetivo es velar por las mejores condiciones del mercado para garantizar un comercio competitivo local que permita ampliar las oportunidades empresariales en el país.</p>
<b>Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria (CACIA)</b>	 (506) 2220-3031  cacia@cacia.org  <a href="https://www.cacia.org/">https://www.cacia.org/</a>	<p>Organización empresarial sin fines de lucro, constituida y organizada por los productores de industrias de alimentos y bebidas, locales e internacionales, con operaciones de manufactura en Costa Rica. De ella también pueden participar los proveedores de insumos, maquinaria, equipos y servicios especializados que son parte de la cadena de producción.</p>

Nombre	Contacto	Descripción
<b>Cámara Nacional de Agricultura y Agroindustria (CNAACR)</b>	 (506) 2280-1569 / 2280-0996  camaradeagricultura@cnaacr.com  <a href="https://cnaacr.com/">https://cnaacr.com/</a>	<p>Organización sin fines de lucro que agrupa a productores, empresarios y entes del sector agropecuario, pesca y acuicultura y agroindustrial de Costa Rica; siendo vocero en materia agropecuaria e interlocutor ante diferentes comisiones, gremios, cámaras empresariales y Gobierno.</p>
<b>Centro Nacional de Abastecimiento y Distribución de Alimentos (CENADA)</b>	 (506) 2239-9931  cenada@pima.go.cr  <a href="https://www.pima.go.cr/cenada/">https://www.pima.go.cr/cenada/</a>	<p>Primer Mercado Mayorista de Costa Rica el cual tiene como objetivo facilitar servicios y condiciones para el abastecimiento de productos perecederos al por mayor para su posterior distribución a los mercados paralelos del país.</p>
<b>Consejo Nacional de Producción (CNP)</b>	 (506) 2257-9355  contactenos@cnp.go.cr  <a href="https://www.cnp.go.cr/">https://www.cnp.go.cr/</a>	<p>Órgano altamente especializado, con carácter de unidad operativa del Sector Agropecuario, para la promoción del desarrollo agroindustrial, el mercadeo agropecuario y la administración estratégica y social de las reservas alimentarias, al servicio del consumidor, del pequeño y mediano productor agrícola y agroindustrial. Adicionalmente, es la institución estratégica del Estado que administra las políticas de seguridad alimentaria.</p>
<b>Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)</b>	 (506) 2105-6100  informacion@mag.go.cr  <a href="https://www.mag.go.cr/">https://www.mag.go.cr/</a>	<p>Responsable de promover la competitividad y el desarrollo de las actividades agropecuarias y del ámbito rural, en armonía con la protección del ambiente y los recursos productivos, como un medio para impulsar una mejor calidad de vida, permitiéndole a los agentes económicos de la producción, mayor y mejor integración al mercado nacional e internacional.</p>
<b>Ministerio de Comercio Exterior (COMEX)</b>	 (506) 2505-4000  <a href="https://www.comex.go.cr/">https://www.comex.go.cr/</a>	<p>Ente rector que define, diseña e implementa las políticas públicas de comercio exterior e inversión extranjera de Costa Rica.</p>

Nombre	Contacto	Descripción
<b>Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC)</b>	 (506) 2549-1400  infotramites@meic.go.cr  <a href="https://www.meic.go.cr/">https://www.meic.go.cr/</a>	Ente encargado de fomentar el comercio interno costarricense por medio del sistema de comercialización, para estimular el consumo de los productos nacionales, así como de formular, dirigir y coordinar la política de precios, pesas y medidas, y de abastecimiento de mercado en el comercio interno.
<b>Ministerio de Salud (MINSa)</b>	 (506) 2223-0333  <a href="https://www.ministeriodesalud.go.cr/">https://www.ministeriodesalud.go.cr/</a>	Institución que dirige y conduce a los actores sociales para el desarrollo de acciones que protejan y mejoren el estado de salud físico, mental y social de los habitantes, mediante el ejercicio de la rectoría del Sistema Nacional de Salud, con enfoque de promoción de la salud y prevención de la enfermedad.
<b>Programa Integral de Mercadeo Agropecuario (PIMA)</b>	 (506) 2239-9931  acambronero@pima.go.cr  <a href="https://www.pima.go.cr/">https://www.pima.go.cr/</a>	Institución pública que promueve y contribuye al mejoramiento del sistema agroalimentario, mediante el desarrollo y venta de servicios para el mercadeo de productos agroalimentarios, dirigidos a agentes de comercialización, para satisfacer las necesidades de los clientes que participan en la agrocadena.
<b>Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER)</b>	 800 7762 6637 / (506) 2505 4700  info@procomer.com  <a href="https://www.procomer.com/">https://www.procomer.com/</a>	Entidad pública de carácter no estatal, que tiene a su cargo la promoción de las exportaciones costarricenses.
<b>Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria (SEPSA)</b>	 (506) 2231-1051  direccionsepsa@mag.go.cr  <a href="http://www.sepsa.go.cr/">http://www.sepsa.go.cr/</a>	Instancia de carácter sectorial, responsable de apoyar y asesorar al Ministro Rector, en la conducción eficaz y eficiente del desarrollo agropecuario nacional.
<b>Servicio Fitosanitario del Estado (SFE)</b>	 (506) 2549-3400  shutt@sfe.go.cr  <a href="https://www.sfe.go.cr/">https://www.sfe.go.cr/</a>	Controla y regula el intercambio comercial de productos agrícolas tanto en la importación como para la exportación.



















Fuente: Elaboración propia.

## 8.2. Comerciales

A continuación, se presenta un cuadro con la información de algunos contactos institucionales de interés para la distribución y comercialización de productos agrícolas en Costa Rica.

**Tabla 46 Contactos comerciales**

Nombre	Contacto	Descripción
<b>Auto Mercado</b>	 (506) 2257-4242  atencionproveedor@automercado.biz  <a href="https://automercado.cr/">https://automercado.cr/</a> <a href="https://redauto.cr/">https://redauto.cr/</a>	Supermercado; comercializa productos frescos, nacionales e importados. Comprendido por más de 40 supermercados de las marcas Auto Mercado y Vindi distribuidos en el país.
<b>Frutacent</b>	 (506) 2293-6260 / 8746-8181  <a href="https://www.frutacent.com/">https://www.frutacent.com/</a>	Empresa ubicada en Heredia, que se dedica a comercializar productos perecederos tanto nacionales como importados.
<b>Interfrutd Costa Rica</b>	 (506) 2509-9000  info@interfrutd.com / integrate@interfrutd.com  <a href="https://www.interfrutd.com/">https://www.interfrutd.com/</a>	Empresa dedicada a la distribución de frutas tanto nacionales como importadas.
<b>MÁS+</b>	 (506) 6268-6959  info@mascr.com  <a href="https://www.mas-cr.com/">https://www.mas-cr.com/</a>	Proveedor y distribuidor de frutas, verduras y hortalizas en Costa Rica.
<b>Maxi Palí / Palí</b>	 800-8000-722  sac@wal-mart.com  <a href="https://maxipali.co.cr/">https://maxipali.co.cr/</a>	Supermercados que cuentan con más de 100 sucursales entre Costa Rica y Nicaragua. Se considera el supermercado con más bajos precios en Costa Rica, mas ofrece poca variedad de productos.
<b>Mayca Food Service</b>	 (506) 4100-4200  serviciocliente@mayca.com  <a href="https://www.mayca.com/">https://www.mayca.com/</a>	Empresa especializada en la venta, mercadeo y distribución de productos alimenticios y no alimenticios a todo tipo de segmentos incluyendo restaurantes, hoteles, sodas, pizzerías, panaderías, catering service, entre otros. Cuentan con un portafolio de más de 4.000 productos nacionales e importados.
<b>Megasuper</b>	 800-6342-722  <a href="https://www.megasuper.com/">https://www.megasuper.com/</a>	Cadena de supermercados costarricense enfocada a ofrecer a sus clientes mayores oportunidades de compra a través de precios bajos y ofertas permanentes en la amplia variedad de productos que maneja.

<b>Mercado Mayoreo</b>	<p> (506) 8504 1731</p> <p> <a href="mailto:info@mercadomayoreo.com">info@mercadomayoreo.com</a></p> <p> <a href="https://www.mercadomayoreo.com/">https://www.mercadomayoreo.com/</a></p>	El Mercado de Mayoreo fue creado, por normativa nacional, para la venta al por mayor de productos agropecuarios y de pesca, en San José.
<b>Novafruit Costa Rica</b>	<p> (506) 8974-4912</p> <p> <a href="mailto:info@novafruitcr.com">info@novafruitcr.com</a></p> <p> <a href="https://novafruitcr.com/">https://novafruitcr.com/</a></p>	Empresa costarricense, ubicada en Cartago, dedicada a la venta y distribución de frutas, verduras y legumbres desde hace 36 años.
<b>Perimercados</b>	<p> (506) 2247-2300</p> <p> <a href="mailto:servicioalcliente@gessacr.com">servicioalcliente@gessacr.com</a></p> <p> <a href="https://peri.cr/">https://peri.cr/</a></p>	Supermercado regional perteneciente a GESSA, enfocado en el Gran Área Metropolitana, cuenta con 17 supermercados distribuidos en posiciones estratégicas.
<b>PriceSmart</b>	<p> (506) 4035-1500</p> <p> <a href="mailto:jevargas@pricesmart.com">jevargas@pricesmart.com</a> (B2B Country Manager)</p> <p> <a href="https://www.pricesmart.com/site/cr/es">https://www.pricesmart.com/site/cr/es</a></p>	Operador más grande de clubes de tiendas de autoservicio de ventas al por mayor por membresía de América Central y el Caribe, y recientemente incursionó en el mercado suramericano con la apertura de sus clubes en Colombia.
<b>Super Compro</b>	<p> (506) 2247-2300</p> <p> <a href="mailto:servicioalcliente@gessacr.com">servicioalcliente@gessacr.com</a></p> <p> <a href="https://www.supercompro.cr/">https://www.supercompro.cr/</a></p>	Supermercado regional perteneciente a GESSA, enfocado en la zona de Guanacaste y también presentes en el GAM, Alajuela, Heredia y Cartago.
<b>Walmart</b>	<p> (506) 2582-8400</p> <p> <a href="mailto:Wilbert.Guzman@walmart.com">Wilbert.Guzman@walmart.com</a> (Gerente Costa Rica)</p> <p> <a href="https://www.walmart.co.cr/">https://www.walmart.co.cr/</a></p>	Walmart de México y Centroamérica es una empresa dedicada al sector comercio. Cuentan con 866 en Centroamérica, con tiendas en Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua. Éstas están divididas en cuatro formatos: Descuentos (Despensa Familiar y Palí), Bodegas (Maxi Despensa y Maxi Palí), Supermercados (Paiz, La Despensa de Don Juan, La unión y Masxmenos) y Supercenter (Walmart).

Fuente: Elaboración propia.

## IX. Perfil de compradores

A partir de las entrevistas realizadas se obtuvieron los siguientes resultados respecto al perfil de los compradores:

- **Estabilidad:** Diversos importadores costarricenses solicitan estabilidad principalmente en los precios de las exportaciones, ya que algunos alegan que tienen cambios repentinos los cuales pueden afectar las negociaciones en proceso. El producto, la generalidad de las empresas lo cataloga como estable en su calidad.
- **Certificaciones:** La mayoría de las empresas entrevistadas prefieren trabajar con proveedores que tengan certificaciones internacionales como normas ISO.
- **Condiciones de venta:** Se puede notar como la mayor parte de las empresas importadoras costarricenses trabajan bajo la modalidad de crédito, los cuales van en rangos de entre 30 a 90 días, algunos pocos trabajan de contado. Y un porcentaje aproximado de 15% de las empresas entrevistadas indican que es necesario una sólida estabilidad financiera de los exportadores peruanos, esto para que logren amortiguar elementos transaccionales como el deterioro de la fruta y que deba reembolsarse o compensarse por algún valor monetario.
- **Empaque:** Muchas de las empresas entrevistadas no tienen altos requerimientos en materia de empaque, lo que solicitan mayormente es que los empaques vengán identificados con la información necesaria y solicitada, como lotes, marcas y otros. Esto ya que muchos hacen procesos de empackado. Las empresas que comercializan producto ya empackado solicitan materiales resistentes, que logren mantenerse en todo el proceso de comercialización, para con esto no afectar el interés de compra.
- **Apoyo en el mercado:** Los importadores costarricenses no consideran altamente necesaria la presencia comercial de representantes de la empresa. Ya que trabajan mucho contra la calidad de los productos, y es lo que realmente les interesa. Se ven soportados por las certificaciones de calidad y auditorías que realicen las mismas empresas exportadoras.

A continuación, se presenta el resumen de las conclusiones de las entrevistas realizadas a los potenciales compradores:

Tabla 47 Conclusiones entrevistas

Id	Empresa	Resumen de conclusiones
1	Grupo del Oro	<p>Dicha empresa tiene un alto interés en poder entablar conversaciones comerciales con Perú. La empresa indica que lo que les atrae es su calidad y su cercanía para poder realizar importaciones. Por este motivo, solicita el apoyo de Promperú para la búsqueda de exportadores peruanos en las siguientes categorías:</p> <p>a) Papaya fresca o procesada Actualmente, la empresa está enfocada principalmente en la importación de papaya fresca o procesada</p> <p>b) Cítricos Por otro lado, la empresa está interesada, sin apuros, en analizar proveedores y precios de cítricos que son producidos en Perú.</p>
2	Lucema	<p>Esta empresa tiene una gran presencia a nivel comercial en el mercado costarricense, y sus marcas propias son bastante consumidas en el país. Si bien no centra sus operaciones en productos frescos, ven 2 oportunidades de negocio. Por este motivo, la empresa está interesada en que Promperú pueda apoyar para conocer exportadores peruanos de las siguientes categorías:</p> <p>a) Palmitos, espárragos envasados u otros productos listos para consumir La empresa está interesada en conocer el portafolio de estos productos que posean empresas exportadoras peruanas.</p> <p>b) Otros productos procesados que puedan ser reprocesados en Costa Rica La empresa está interesada en conocer que otros productos peruanos procesados puedan ser importados desde Costa Rica, para reprocesarlos en este último país. Por este motivo, le gustaría recibir recomendaciones para tomar contacto con las empresas peruanas más apropiadas para estos fines.</p>
3	Megasuper	<p>Esta empresa tiene una alta presencia en el mercado costarricense por su alta cantidad de puntos de venta. Actualmente no importan de forma directa los productos frescos. Sin embargo, indican que es un proyecto prioritario en la empresa en estos momentos ya que les permite aumentar competitividad, reducir costos y mejorar la calidad de sus productos.</p> <p>La empresa solicita el apoyo a Promperú para planificar su proceso de importación 2023. Por este motivo, solicita este apoyo en las siguientes categorías:</p> <p>a) Identificación de exportadores peruanos de alimentos procesados</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Melocotones en almíbar enlatados</li> <li>- Hongos enlatados conservados en vinagre</li> <li>- Maíz dulce enlatado conservado en vinagre</li> <li>- Coctel de frutas en almíbar, con 5 diferentes variables de fruta</li> <li>- Aceituna en frasco de cristal conservada en vinagre</li> </ul>
4	Interfrud	<p>Interfrud es una empresa con un alto volumen de productos a nivel costarricense. Esta empresa tiene un alto nivel de compra y comercialización en el país. Por lo anterior es que se considera es uno de los socios más fuertes para poder proveer de frutas y vegetales frescos al mercado costarricense. Esta empresa ha solicitado el apoyo de Promperú en el siguiente asunto:</p> <p>a) Exportadores peruanos de uvas, aguacates y naranjas Dado el gran volumen de comercialización de estos productos en Costa Rica, la empresa necesita tener un portafolio de nuevos proveedores peruanos de estos productos con una calidad aceptable y precios competitivos.</p>

Id	Empresa	Resumen de conclusiones
5	Grupo Samsa	<p>Esta empresa costarricense utiliza constantemente producto fresco para su principal operación como comercializadora mayorista. Por este motivo, es un potencial comprador de fruta de otros orígenes como lo es Perú. De igual manera su incorporación en el mercado con el giro de negocio de las pulpas y los refrescos, también puede ser un potencial comprador. Por ultimo adicionar que Samsa está en pleno proceso de apertura para iniciar importaciones de fruta desde diferentes países. Por este motivo, la empresa solicita el apoyo de Promperú en los siguientes asuntos:</p> <p>a) Identificación de exportadores peruanos de maracuyá La búsqueda de proveedores peruanos de este producto es prioridad para la empresa.</p> <p>b) Conocimiento de exportadores peruanos de otras frutas La empresa está interesada en explorar otras frutas para importar desde Perú, así como también los principales proveedores peruanos.</p>
6	Pura Fruta	<p>Pura fruta es una empresa que se encuentra en crecimiento. Esta empresa actualmente exporta a una cadena de supermercados en Nicaragua y distribuye sus productos en Costa Rica. En este proceso, depende de grandes importadores para poder satisfacer la demanda de sus clientes. Para poder asegurar el suministro de sus productos, la empresa solicita el apoyo de Promperú en los siguientes temas:</p> <p>a) Búsqueda de proveedores peruanos de mandarina, el limón persa, cebolla y uvas. Se desea tomar contactos con exportadores peruanos de estos productos interesados en exportar a Costa Rica. Se solicita que dichos exportadores se preocupen no solo de cerrar un negocio, sino también de ofrecer el servicio de postventa necesario para que el producto llegue en buenas condiciones a Costa Rica. Se solicita el apoyo de Promperú para este proceso de validación.</p> <p>b) Invitación a ruedas de negocios para conocer a productores y exportadores Pura fruta tuvo una excelente experiencia con ProChile. Esta institución invito a la empresa a reuniones de negocios, exposiciones y muestras de productos para visualizar las diferentes ofertas y con esto concretar nuevos negocios. Pura fruta espera que PromPeru la invitara a actividades similares para conocer la oferta peruana y poder concretar negocios.</p>
7	Alimentos Kamuk	<p>Alimentos Kamuk es una empresa que pertenece a un grupo importante en el país, por lo cual es un socio comercial muy serio. Por este motivo, la empresa está interesada en recibir el apoyo de PromPeru en los siguientes temas:</p> <p>a) Identificar exportadores peruanos de mango En este caso, se buscan proveedores peruanos de este producto a un precio competitivo y disponibilidad de stock en periodo de demanda en Costa Rica. Además, se busca que estos proveedores tengan una disposición a tener programas de abastecimiento anual.</p> <p>b) Identificar exportadores peruanos de como mostaza, comino, almidones, chiles deshidratados Es importante la calidad homogénea de estos productos, dado que los clientes están distribuidos en Europa y EE.UU. Del mismo modo, es importante que se consideren precios competitivos y condiciones de proveduría estable de estos productos.</p> <p>c) Identificación de exportadores peruanos de otros frutos frescos y especias Alimentos Kamuk también está interesada en conocer que otros productos exportadores peruanos pueden ofrecer a precios competitivos, calidad aceptada en Costa Rica y aseguramiento de suministro.</p> <p>d) Identificación de exportadores peruanos de material de empaque de vidrio Complementariamente, la empresa busca proveedores peruanos de material de empaque de vidrio para sus diferentes líneas de productos.</p> <p>Por este motivo es importante que las empresas peruanas no solo aborden las necesidades ya indicadas, sino que también muestren su oferta para ampliar los productos a comercializar.</p>

Id	Empresa	Resumen de conclusiones
8	Fresh Garden	<p>Fresh Garden se ha visualizado como uno de los máximos referentes de este mercado en Costa Rica, siendo una de las empresas más consolidadas. Ya han trabajado constantemente con proveedores peruanos y están siempre interesados en seguir expandiendo sus contactos en este mercado. Por este motivo, la empresa solicita apoyo a PromPeru en dos asuntos:</p> <p>a) Diversificación de proveedores peruanos de alimentos frescos consolidados A la empresa le interesa identificar nuevos exportadores peruanos consolidados en los siguientes productos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Naranjas</li> <li>- Mandarinas</li> <li>- Pomelos</li> <li>- Limones</li> <li>- Uvas</li> <li>- Arándanos</li> <li>- Espárragos</li> <li>- Aguacate</li> </ul> <p>b) Nuevos productos frescos peruanos exportables La empresa está interesada en explorar nuevos exportadores de otros productos de los que importa normalmente desde Perú. Le gustaría incorporar estos productos al portafolio que comercializa en Costa Rica, por lo quiere iniciar el proceso de evaluación de nuevos proveedores peruanos.</p>
9	Jimap	<p>Esta empresa y su representante han trabajado durante varios años en la industria de los productos frescos, en frutas y vegetales. Esto la convierte en una empresa que conoce el mercado costarricense. Aunque esta empresa no es una empresa grande, si se encuentra en crecimiento y desarrollo. Es un potencial socio comercial debido a que en la actualidad está intentado ajustarse a la nueva situación de la economía mundial y diversificando su oferta de importación. Por este motivo, solicita a PromPeru apoyo en los siguientes temas:</p> <p>a) Búsqueda de exportadores peruanos de cebolla Solo le interesa contactar a exportadores peruanos de cebollas que ofrezcan su producción a precios competitivos.</p> <p>b) Conocimiento de proveedores peruanos de vegetales frescos La empresa está interesada en conocer a los exportadores peruanos de vegetales. Le interesa iniciar el proceso de evaluación y selección de proveedores.</p>
10	Pulpas Cañón	<p>Esta es una empresa que maneja un importante sector, y es el de generarle valor agregado a las materias primas, convirtiéndolas como tal en pulpas o purés. La empresa tiene importantes aliados en Costa Rica como lo es FIFCO. Por los motivos antes expuestos, Pulpas Cañón, solicita el apoyo de PromPeru en los siguientes temas:</p> <p>a) Identificación de exportadores peruanos de maracuyá Actualmente, la empresa tiene una urgencia por importar de este producto. Por este motivo, está interesada en contactar a empresas de Perú capaces de proveer este producto en los volúmenes requeridos. Es prioridad para la empresa concretar importaciones de este producto. Esta oportunidad existe, debido a la baja producción en Costa Rica. Por lo tanto, siempre existe desabastecimiento. La empresa está interesada en conocer precios, calidad y stock del producto.</p> <p>b) Identificación de exportadores peruanos de peras, manzanas y melocotón Aunque estos productos no son prioridad en el corto plazo, la empresa está interesada en desarrollar estas categorías en Costa Rica para diversificar su mercado. La empresa quiere conocer las fichas técnicas de los productos, precios, entre otros temas. Quiere comenzar a hacer el análisis de selección de proveedores.</p>

## X. Conclusiones y recomendaciones

- a) Si bien Costa Rica posee una historia de desarrollo íntimamente vinculada con la agricultura, actualmente la oferta productiva se muestra concentrada en algunos pocos cultivos que poseen capacidad comercial de escala, entre ellos: banano, piña, café, naranja, papa, azúcar, sandía, melón, mango y cebolla. Otros cultivos muestran menor participación y satisfacen mayormente la demanda local, aunque poseen también capacidad exportadora, como tubérculos y algunas otras frutas. Esto refleja que, para una canasta de productos agrícolas, el país depende mayormente del abastecimiento por importaciones, con mayor incidencia en el caso de cereales y frutas, en donde el país no posee experiencia o condiciones productivas para ello.
- b) La producción costarricense de frutas destaca más que la de hortalizas; en ese sentido, dentro de las primeras, la producción de banano, naranja, melón y sandía poseen una mayor relevancia para el país, por ello, la importación de éstas es reducida.
- c) En términos de exportaciones, Costa Rica es un referente internacional en el abastecimiento de piña, banano y café; particularmente por la calidad y atributos de estos productos. Sin embargo, han generado una alta concentración de las exportaciones agrícolas en ellos, que, en conjunto, representan el 79% de las exportaciones totales de este sector.
- d) En importaciones, los cereales (donde Costa Rica produce mayormente arroz y frijol a escala) representan la mitad de todas las importaciones agrícolas del país, según valor. Le siguen semillas o frutos oleaginosos (21%), frutas (10%) y hortalizas (8%), entre otros. Para efectos de este análisis, este perfil refleja oportunidades potenciales para el abastecimiento de frutas y hortalizas, las cuales son objeto de interés para la investigación, y que representan en conjunto un mercado de, al menos, \$174 millones de USD en 2021 (considerando todos los orígenes).
- e) Desde Perú, Costa Rica realizó compras agrícolas por \$15,3 millones de USD y representa el principal sector en las importaciones desde este país (23% del total). El análisis histórico muestra que las importaciones desde Perú han fluctuado en ciclos, pero con una tendencia creciente durante los últimos tres años, mostrando un

crecimiento del 16,7% en 2021 con respecto al año anterior, lo cual señala un buen contexto actual de mercado para los productos peruanos.

- f) Del total de productos agrícolas seleccionados de interés para esta investigación, Costa Rica importó desde Perú un total de 11 de estos 20 productos en 2021, registrando un valor de \$12,9 millones de USD. Esto significa que Perú acaparó el 22% de las importaciones totales de esta selección de productos, una tasa nada baja, pero que sin duda posee aún margen para incrementar su participación con respecto a otros países proveedores.
- g) De la selección de productos de interés, se evidencia que los siguientes muestran una participación significativa en las importaciones totales con respecto a otros proveedores: uvas frescas (64% del total); clementinas (67%); arándanos (79%); espárragos (99%) y mandarinas (46%). Lo anterior refleja un buen desempeño y posicionamiento del producto peruano; pero puede también significar que el crecimiento en importaciones potenciales para estos productos por parte de Perú puede ser mucho más moderado que con respecto a otros en donde posee menos participación, pero que debe impulsar la tarea de ganar mayor porcentaje del mercado, por ejemplo, en aguacates; naranjas; cebollas; ajos o limones.
- h) El aguacate es uno de los principales productos en donde Perú puede incrementar sus importaciones, en términos absolutos de valor. Por ejemplo, las importaciones totales de aguacate de Costa Rica ascendieron a los \$15 millones de USD en 2021, pero Perú solo abasteció cerca de \$265 mil USD. Aquí debe considerarse la participación de proveedores como Honduras, Guatemala, Colombia y Chile, entre otros, además de considerar que la prohibición de importación de aguacate mexicano fue retirada en 2022, por lo que pronto recuperará una parte importante del mercado perdido.
- i) Con respecto a lo indicado anteriormente, la naranja es otro producto en donde podría incrementar más sus importaciones según valor absoluto. Costa Rica importó cerca de \$13 millones de USD en 2021, con participación peruana de solo \$89 mil USD. Si bien Costa Rica es productor de naranja, hay un consumo interno importante, y la capacidad productiva es limitada o bien se ha reducido según temporadas.
- j) En términos de competencia, Perú es el #9 proveedor agrícola de Costa Rica y el #3 entre los países de América del Sur. Un análisis de la competencia refleja que los demás países sudamericanos abastecen a Costa Rica de productos agrícolas

relativamente complementarios a los ofertados por Perú, con excepción de Chile en el caso de uvas frescas, o Colombia que supera a Perú significativamente en el caso de aguacates. Con respecto a la selección de productos de interés, se evidencia que Perú es actualmente el principal proveedor para cuadro de ellos: uvas, clementinas, arándanos y espárragos. Refleja además el espacio potencial que el país podría tener para incrementar su participación de mercado en los demás productos, por ejemplo, en naranjas, limón, mangos, cerezas, ajos y banano orgánico.

- k) Desde una perspectiva arancelaria, en virtud del Tratado de Libre Comercio que Costa Rica mantiene vigente con Perú, todos los productos de interés reciben un arancel del 0% en virtud de este acuerdo, con excepción de las cebollas las cuales no están contempladas dentro del programa de desgravación y se les aplicaría un arancel ordinario, conocido como Nación Más Favorecida.
  
- l) Se proyecta una enorme oportunidad de acceso a mercado y facilidades en esta dirección gracias al avance de Costa Rica en cuanto a su intensión de ingreso como miembro pleno de la Alianza del Pacífico, bloque comercial del cual Perú es parte a su vez como miembro pleno, permitiendo incluso a futuro el acceso preferencial de productos como la cebolla que no fue negociado en el Tratado de Libre Comercio bilateral. De igual forma se debe mantener en observación a la República de Ecuador con la cual se está en un proceso de negociación de un TLC bilateral, ya que vendría a complementar la oferta suramericana preferencial de bienes de interés a la que actualmente accede Costa Rica (Perú, Chile y Colombia).
  
- m) Se recomienda abordar el mercado costarricense con una estrategia clara de segmentación según canal de distribución y perfil de consumidor meta. Esto permite dirigir diferentes variedades, calidades y volúmenes de los productos según las características de cada segmento. Lo anterior puede tener mayor relevancia cuando se trate de variedades que Costa Rica no produce, lo cual puede hacer de la variedad un producto de nicho o mejor alineado a puntos de venta diferenciados.
  
- n) Se recomienda contemplar las presiones inflacionarias del mercado, lo cual ha limitado el gasto de los hogares. Esto puede impulsar a los consumidores a buscar opciones de mejor precio, aunque debe de considerarse mayormente en relación con la estrategia de segmentación que se mencionó en el punto anterior.

- o) Se recomienda evaluar las perspectivas de crecimiento y estabilidad económica país, teniendo en cuenta que en los últimos años el crecimiento económico en Costa Rica se había mantenido estable en unas tasas muy moderadas (inferiores al 3% en 2018 y 2019), que incluso en un escenario pre-Covid habían sido insuficientes para reducir el desempleo (12% en 2019), garantizar la sostenibilidad de las finanzas públicas (déficit público del 7% del PIB en 2019) y permitir un avance apreciable en el nivel de desarrollo del país. Los efectos de la pandemia de Covid-19 además llevaron a que 2020 se cerrara con una caída en el PIB del 4,1%, frente al escenario pre-Covid que estimaba un crecimiento del 2,5%. En 2021 el crecimiento fue de 7,8% y para este año 2022 se proyecta un crecimiento de 3,4%, si bien las previsiones vienen revisándose al alza a medida que se conocen datos de desaceleración mundial, inflación e incremento de tasas de interés.
- p) Si no se cuenta con alguna de las certificaciones o normas técnicas señaladas en este estudio, se recomienda considerar la aplicación a éstas, en tanto se evidenció que los consumidores costarricenses dan gran importancia a esas certificaciones, especialmente si se toma en cuenta que la mayoría de los compradores y/o consumidores costarricenses no han tenido experiencias previas con los productos peruanos en cuestión.
- q) En cuanto a los procesos de exportación e internamiento de productos extranjeros en Costa Rica, se debe de tener presente que los procedimientos aduaneros en Costa Rica se rigen principalmente por la Ley General de Aduanas (LGA) y sus Reglamentos, así como por el Código Aduanero Uniforme Centroamericano IV y su Reglamento. El Código Aduanero Uniforme Centroamericano IV (CAUCA IV) entró finalmente en vigor en Costa Rica el 1 de mayo de 2021, tras su publicación en la Gaceta Oficial (alcance n° 51 a la Gaceta n° 49). Actualmente entró en vigencia una última reforma parcial a la Ley General de Aduanas y está en proceso de finalización la reforma integral al Reglamento a la Ley General de Aduanas.
- r) La LGA dispone que los trámites de importación de productos y mercancías al territorio nacional costarricense deben ser realizados a través de un Agente Aduanero (AA), quien asesora al importador y le indica la clasificación y la carga tributaria aplicable a cada producto. Sin embargo, la intervención de esta figura es optativa en caso de operaciones bajo ciertos regímenes aduaneros: zonas francas, exportación desde Costa Rica, depósito fiscal, provisiones de a bordo y perfeccionamiento pasivo, así como equipaje, envíos de socorro, muestras sin valor comercial, envíos urgentes o

"Courier", envíos postales, tiendas libres, importaciones no comerciales, envíos de carácter familiar, despacho domiciliario industrial y comercial, e importaciones efectuadas por el Estado y sus instituciones.

- s) El Servicio Fitosanitario del Estado, dependiente del Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica, es el órgano competente para controlar y regular el intercambio comercial de productos agrícolas, así como de sustancias químicas y biológicas de uso agrícola. Por tanto, es el órgano encargado de autorizar las importaciones de fertilizantes, plaguicidas y productos de origen vegetal tales como plantas (incluidas sus semillas y esquejes), productos vegetales (granos, frutas, hortalizas, raíces, tubérculos, etc.) y otros subproductos de origen vegetal. Se recomienda inspeccionar más a fondo lo relacionado con dicha entidad para procesos de acercamiento empresarial futuros.

**SERVICIO DE REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO Y PROSPECCIÓN DE MERCADO SOBRE  
OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN PARA LA LÍNEA DE PRODUCTOS FRESCOS**

**PRODUCTO 3: REPUBLICA DOMINICANA**

## I. Resumen Ejecutivo

El presente documento constituye el informe final del estudio de mercado sobre frutas frescas en la República Dominicana.

El objetivo de este estudio es conocer la situación del mercado dominicano y las oportunidades para las frutas frescas producidas en Perú en el mercado dominicano. Por este motivo, la información se recolectó con la intención que este documento sirva como una herramienta de apoyo a las empresas peruanas que estén interesadas en exportar sus productos al mercado dominicano.

El mercado para las frutas frescas está liderado por frutas de producción nacional (frutas tropicales) y frutas importadas (frutos de carozo y pepitas). El país cuenta con experiencia en exportación de frutas tropicales a Europa y EEUU. Entre los principales productos se exportación, se puede incluir el mango, piña, banano, café y cacao.

En cuanto a las importaciones de frutas frescas, los principales productos importados son: manzanas frescas, cocos secos, uvas frescas, pasas (uva deshidratada), naranjas frescas o secas, mandarinas frescas o secas, peras frescas, almendras frescas o secas, fresas sin cocer o cocidas en agua o vapor, ciruelas secas, kiwis frescos, limones "citrus limón, citrus limonum" y limas "citrus aurantifolia, citrus latifolia". Los principales proveedores son EEUU, Ghana, Chile, Guyana, Perú, Argentina, Egipto, Bélgica y España. Desde Perú las principales frutas importadas son uvas de mesa y las frutas cítricas, como; naranjas, limones y mandarinas.

Los principales canales de distribución en el mercado dominicano están bien definidos. Entre ellos, destacan los supermercados, los colmados (tienda de barrio), las tiendas especializadas, las cadenas hoteleras y los restaurantes.

Por su ubicación geográfica la República Dominicana cuenta con más de 28 rutas de acceso que permite que sus puertos sean uno de los puntos de partida y de llegada más importantes de la región de Caribe. Esto incluye tanto tráfico marítimo desde los territorios isleños y de América del Sur, como para aquellos que existen entre los puertos europeos y los de América del Norte. Del mismo modo, existen múltiples navieras que operan en el mercado dominicano.

En la actualidad, el consumidor dominicano ha cambiado. Este es un consumidor más racional, influenciado por los efectos de la pandemia del COVID-19, y por factores como:

influencias externas dadas por la apertura económica, la globalización y las redes sociales. Estos factores han modificado sus hábitos de compra, las rutinas de consumo, y sus prioridades. Actualmente estos consumidores buscan el cuidado de la salud y consumo de productos saludables que fortalezcan el sistema inmunológico y aporten nutrición al organismo. En este sentido, las frutas, surgen como una nueva necesidad de consumir productos saludables y tiene una gran importancia para ser incluida en la dieta diaria.

En cuanto a las barreras de acceso al mercado, en República Dominicana la importación de frutas está sujeta a las disposiciones de la Ley General de Salud No. 42-01. Las frutas están gravadas con un 20% de arancel y por el ITBIS (Impuesto al consumo análogo al IVA), que es del 18 %.

En cuanto a los requisitos comerciales, legales y técnicos necesarios para poder comercializar frutas frescas en la República Dominicana, es indispensable que el producto a importar cuente con el Certificado del Registro Sanitario, Certificado fitosanitario original del país exportador y cumpla con los requisitos de importación establecidos por el Ministerio de Agricultura.

A pesar de la proximidad cultural existente entre dominicanos y peruanos, países latinos, el empresario y el consumidor dominicano no están consiente de la oferta de frutas de Perú, indicando en su mayoría no haber probado uvas de Perú, pero si estar dispuestos a conocer la oferta peruana y evaluaría comercializarla, si cumple con los criterios de precios y requisitos de acceso al mercado dominicano.

Con relación a las oportunidades que aparecen, los segmentos más prometedores de consumo son variados. Los más importantes son la población que busca consumir productos saludables, las dueñas de casa que realizan la compra familiar, y el sector HORECA que compra para satisfacer las necesidades de turismo. Asimismo, es importante tener en cuenta que la entrada en el mercado dominicano ofrece la posibilidad de acceder a otros mercados cercanos, utilizando República Dominicana como puerta de entrada al mercado del Caribe. Este país tiene una excelente ubicación geográfica, en el corazón del Caribe, que lo sitúa como un punto estratégico comercial entre Europa, Norteamérica y el resto de los países latinoamericanos.

Finalizando, se indican las ferias y principales medios de publicaciones especializadas en el sector gastronómico. Así como también perfiles de las empresas entrevistados y el resultado de las entrevistas.

## II. Alcance del Estudio Especializado: Sector y/o Líneas de Productos

El alcance del estudio son frutas frescas de tres tipos: **Frutas de pepita, frutas de carozo (de hueso) y frutas cítricas**. El criterio utilizado para la selección de los productos se basó en los siguientes factores: a) amplia distribución en el área de Santo Domingo, República Dominicana; b) alto consumo por la población; c) la evolución en la importación de los mismos productos de otros países y f) que Perú tenga oferta de exportación.

Los productos escogidos de acuerdo a lo anterior son los siguientes:

1. Uvas de mesa
2. Arándanos frescos (Blueberries)
3. Limones y limas
4. Mandarinas
5. Naranjas
6. Banano Orgánico
7. Mango
8. Aguacates
9. Fresas (Frutilla)
10. Pitahaya

A partir de la determinación de esta lista se realizó un análisis más a fondo de la producción local y la demanda de cada uno de los 10 productos, su origen, canal de distribución, precios, tendencias del mercado, perfil del consumidor y requisitos de acceso a mercado dominicano.

Realizar el estudio conllevó el análisis de fuentes secundarias y primarias. Entre las fuentes secundarias se realizó inteligencia de mercado consultando distintas fuentes como estudios y estadísticas comerciales. Entre las primarias se realizaron entrevista a los importadores, distribuidores, mayoristas y minoristas y visita a los puntos de venta para complementar la información obtenida con la inteligencia de mercado.

### III. Análisis de la Oferta en República Dominicana

#### 3.1 Producción del Sector Agrícola de República Dominicana

La República Dominicana es un país con gran potencial agrícola, dotado por la naturaleza de suelos de gran fertilidad y tierras aptas para el cultivo de frutas y vegetales durante todo el año, atributos que la convierten en un destino ideal para la producción agrícola.

Según el informe del Banco Central de la República Dominicana, el valor agregado en términos reales de la actividad agropecuaria en 2021, registro un crecimiento interanual de 2.6%, como resultado del comportamiento exhibido por la agricultura (2.9%) y la ganadería, la silvicultura y la pesca (1.1%).

El comportamiento ascendente del subsector agrícola se explica por el incremento en los volúmenes de producción de café (11.2%), cacao (10.8%), arroz (7.7%), maíz (7.0%), habichuelas (4.3%), caña de azúcar (4.0%), frutas cítricas (3.7%), guineo (2.4%), plátano (2.3%) y tubérculos, bulbos y raíces (1.6%).

Cabe destacar que el comportamiento positivo de estas actividades de la agricultura es el resultado de políticas públicas orientadas a fomentar e incentivar la producción agropecuaria y agroindustrial. Entre las políticas adoptadas por el gobierno dominicano para garantizar la seguridad alimentaria y expandir las exportaciones de rubros agrícolas, resaltan: Apoyo en servicios de preparación de terrenos; Entrega de material de siembra; • Distribución de fertilizantes y pesticidas. • Asistencia técnica. • Facilidades de financiamiento a pequeños y medianos productores.

En la producción del subsector agrícola se incluye la producción a campo abierto y bajo ambiente protegido (invernaderos). En el período 2016-2020, la producción de los rubros agrícolas, incluyendo los productos tradicionales de exportación, exhibió un crecimiento promedio anual de 6.9%, con una producción promedio de 279.8 millones de quintales por año.

En la producción agrícola a campo abierto se destacan los productos tradicionales de exportación, que lo conforman **café, cacao, tabaco y caña de azúcar**. El volumen obtenido de producción de estos rubros en los años de 2016 a 2020 presenta un comportamiento variable. El año 2016 fue el de menor nivel de producción, quedando por debajo de los 10

millones de toneladas; mientras que en 2018 se alcanzó el nivel más alto de la producción en la serie, con 13.57 millones de toneladas.

Como puede observarse en el siguiente gráfico, a partir de 2017 se muestra un incremento en la producción de estos cultivos, a excepción del año 2019 que se produjo una disminución de 2 millones de toneladas con relación al año anterior. En el año 2020 se verificó una notable recuperación de la producción de los rubros del grupo (8.5% al compararla con el año anterior), impulsada por el incremento en la producción de tabaco y caña de azúcar. Esta recuperación es meritoria en un año signado por la pandemia del Covid-19 y sus efectos negativos sobre la economía del país.

La producción nacional de frutas de interés para este estudio, se presentan en el siguiente cuadro:

**Tabla 48 Producción República Dominicana**

<b>N°</b>	<b>Producto</b>	<b>Total en Toneladas</b>
1	<b>Guineo (Banano)</b>	2,784,044
2	<b>Aguacate</b>	1,398,528
3	<b>Uva de mesa</b>	977,137
4	<b>Fresas</b>	298,690
5	<b>Naranja</b>	216,716
6	<b>Mango</b>	115,908
7	<b>Limón Agrio</b>	103,503
8	<b>Mandarina</b>	27,035
9	<b>Arándanos</b>	5,495
10	<b>Pitahaya</b>	743
	<b>Total</b>	<b>5,927,799</b>

Fuente: Unidades Regionales Planificación y Economía (URPEs)

### **3.2 Exportaciones Totales de la República Dominicana**

La República Dominicana es reconocida como uno de los mayores exportadores de productos agrícolas de la región del Caribe, lo que le ha permitido consolidarse en 2021 como:

- Primer exportador de cigarrillos a nivel mundial.
- Segundo exportador de cacao de toda Latinoamérica y noveno a nivel mundial.
- Segundo exportador de ron de la región de América Latina y el Caribe.

También se destaca la exportación de frutas como banano orgánico, naranjas, aguacate, piña, melón, ajíes y mangos, siendo el país uno de los principales abastecedores del mercado estadounidense y de varios países europeos, en algunos de estos renglones.

En el siguiente cuadro se muestran los principales frutos y frutas comestibles exportados por la República Dominicana en el periodo 2017-2021. Siendo los principales países de destino: Países Bajos (36%). EEUU (21%) y Reino Unido (19%) en conjunto estos destinos representan el 76% del total exportado por Republica dominicana de frutas en dicho periodo.

**Tabla 49 Principales frutos exportados expresados en miles US\$**

Código	Descripción del producto	2017	2018	2019	2020	2021
'08039012	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.): frescos	276.019	78.877	245.823	165.317	217.974
'08044000	"aguacates ""paltas"", frescos o secos"	48.610	50.757	61.499	67.612	77.986
'08045021	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos: frescos	17.492	16.252	23.453	21.889	22.371
'08129050	Frutas y otros frutos conservados provisionalmente, p.ej. con gas sulfuroso o con agua salada ...	2.111	7.392	1.887	1.607	14.404
'08031011	Plátanos frescos o secos: frescos	5.869	129.141	5.580	36.384	7.566
'08011100	Cocos, secos	6.960	9.764	8.012	7.773	7.111
'08043010	"piñas ""ananás"", frescas o secas": frescas	4.402	4.055	5.502	5.954	5.057
'08031019	Plátanos frescos o secos: los demás	3	1.742	141	44.242	3.192
'08109020	"tamarindos frescos, los anacardos, la jaca, litchis, sapotillos, maracuyá, carambola, pitahaya ...	1.349	1.659	1.906	1.841	2.526
'08051012	Naranjas, frescas o secas: agrias	1.054	1.368	1.436	1.880	2.471
'08055000	"limones ""citrus limón, citrus limonum"" y limas ""citrus aurantifolia, citrus latifolia"", ...	3.810	5.427	3.265	1.043	1.696
'08072000	Papayas, frescas	1.904	2.348	1.256	1.395	1.321
'08024100	"castañas frescas o secas ""castanea spp."" , con cáscara"	850	576	828	1.011	1.260
'08071900	Melones, frescos (exc. sandías)	1.694	1.862	1.696	903	1.247
'08129040	Frutas y otros frutos conservados provisionalmente, p.ej. con gas sulfuroso o con agua salada ...	93	807	718	272	1.111
'08029000	Frutos secos, frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados (exc. ??cocos, nueces del brasil, ...	657	840	1121	866	587
'08011900	"cocos frescos, incluso sin cáscara o mondados (exc. ??en el interior de shell ""endocarpio"")"	798	668	593	303	560
'08081000	Manzanas, frescas	68	139	66	274	375
'08071100	Sandías, frescas	572	511	374	320	321
'08026200	Nueces de macadamia, frescas o secas, sin cáscara	0	0	0		281
'08134030	"melocotones, incl. los griñones y nectarinas, peras, papayas, tamarindos y demás frutos comestibles, ...	0	14	5		261
'08051011	Naranjas, frescas o secas: dulces	292	562	440	151	241
'08045011	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos: frescas	463	315	232	158	233
'08109010	"tamarindos frescos, los anacardos, la jaca, litchis, sapotillos, maracuyá, carambola, pitahaya ...	334	237	275	276	194
'08109090	"tamarindos frescos, los anacardos, la jaca, litchis, sapotillos, maracuyá, carambola, pitahaya ...	52	51	61	43	135
'08039019	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.): los demás	222	257	67	124	108
	Subtotal					370.589
	Otras frutas					397
	<b>Total</b>					<b>370.986</b>

Fuente: TradeMap

### 3.3 Importaciones Totales de la República Dominicana

En el siguiente cuadro se muestran los principales frutos y frutas comestibles importados por la República Dominicana en el periodo 2017-2021. Siendo los principales países de origen: EEUU (51%), Ghana (15%), Chile (10%), Guyana (8%) y Perú (7%), en conjunto estos países proveedores representan el 91% del total exportado por República Dominicana de frutas en dicho período.

**Tabla 50 Principales frutas importadas expresado en miles US\$**

Código	Descripción del producto	2017	2018	2019	2020	2021
'08081000	Manzanas, frescas	21.362	21.884	24.171	22.115	29.372
'08011100	Cocos, secos	9.865	8.519	6.435	11.528	29.310
'08061000	Uvas frescas	15.566	14.359	16.192	17.353	18.944
'08062000	Secas, incl. las pasas	6.400	7.691	5.734	6.546	7.087
'08051011	Naranjas, frescas o secas: dulces	1.874	2.732	3.120	3.790	4.926
'08052100	Mandarinas frescas o secas incl. tangerinas y satsumas (excl. clementinas)	551	1.233	1.197	1.918	2.982
'08083000	Las peras frescas	2.541	2.476	2.558	2.608	2.686
'08021200	Almendras frescas o secas, sin cáscara	2.453	2.947	2.393	2.673	2.427
'08111000	"fresas ""frutillas"", sin cocer o cocidas en agua o vapor, congeladas, con adición de azúcar ...	1.409	1.922	1.390	2.242	2.381
'08132000	Ciruelas, secas	1.537	1.901	1.539	1.906	1.802
'08105000	Kiwis, frescos	858	1.080	1.528	1.437	1.675
'08029000	Frutos secos, frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados (exc. Cocos, nueces del brasil, ...	1.165	1.277	1.200	1.115	1.294
'08055000	"limones ""citrus limón, citrus limonum"" y limas ""citrus aurantifolia, citrus latifolia"", ...	1.695	992	821	1.507	1.007
'08119000	"frutos comestibles, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incl. con adición de ...	609	545	596	614	880
'08071900	Melones, frescos (exc. sandías)	721	788	899	59	866
'08094000	Ciruelas y endrinas, frescas	443	656	565	585	830
'08054000	Toronjas o pomelos, frescos o secos	134	226	378	406	718
'08013200	"nueces de marañón [merey, cajuil, anacardo, ""cajú""], frescas o secas, sin cáscara"	214	251	508	401	643
'08101000	"fresas ""frutillas"", frescas"	338	569	433	621	489
'08022100	"avellanas ""corylus spp."" , frescas o secas, con cáscara"	341	335	418	289	441
'08093000	"melocotones ""duraznos"", incl. los griñones y las nectarinas, frescos"	429	466	303	356	426
'08021100	Almendras, frescas o secas, con cáscara	274	416	605	427	398

Código	Descripción del producto	2017	2018	2019	2020	2021
'08102020	Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesa, frescas: zarzamoras, mora y moras-frambuesa	131	117	146	220	391
'08052200	Clementinas frescas o secas incl. monreales	301	200	461	260	388
'08112000	Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas, sin cocer o cocidas en agua o vapor, ...	236	291	384	290	371
'08023100	Nueces frescas o secas, con cáscara	467	173	464	216	354
'08011900	"cocos frescos, incluso sin cáscara o mondados (exc. ??en el interior de shell ""endocarpio"")"	470	373	197	152	314
'08013100	"nueces de marañón [mery, cajuil, anacardo, ""cajú""], frescas o secas, con cáscara"	55	75	186	180	308
'08041000	Dátiles, frescos o secos	150	315	202	257	267
'08134090	"melocotones, incl. los griñones y nectarinas, peras, papayas, tamarindos y demás frutos comestibles, ...	224	203	220	221	252
'08044000	"aguacates ""paltas"", frescos o secos"	141	57	53	90	234
'08109010	"tamarindos frescos, los anacardos, la jaca, litchis, sapotillos, maracuyá, carambola, pitahaya ...	82	116	81	105	206
'08092900	Cerezas frescas (excepto las cerezas ácidas)	62	105	118	147	166
'08023200	Nueces frescas o secas, sin cáscara	1102	1075	937	177	151
'08022200	"las avellanas frescas o secas o avellanas ""corylus spp."" , sin cáscara"	131	87	94	42	131
'08109090	"tamarindos frescos, los anacardos, la jaca, litchis, sapotillos, maracuyá, carambola, pitahaya ...	56	96	67	117	114
'08042000	Higos, frescos o secos	100	85	155	177	100
	Subtotal					115.331
	Otras frutas					471
	<b>Total</b>					<b>115.802</b>

Fuente: TradeMap

### 3.4 Importaciones de República Dominicana de frutas frescas desde Perú

En el siguiente cuadro se muestran los principales frutos y frutas comestibles importados por la República Dominicana en el periodo 2017-2021 desde Perú. Como se aprecia en el cuadro el principal productos es uvas frescas, el cual tuvo un incremento durante dicho periodo de un 194%.

Tabla 51 Principales frutas frescas importadas en miles de US\$

Código del producto	Descripción del producto	República Dominicana importa desde Perú				Tasa % 2019-2021	Total importado por RD 2021
		2019	2020	2021			
'08061000	Uvas frescas	2.257	4.153	6.634	194%	18.944	
'08051011	Naranjas, frescas o secas: dulces	817	450	464	-43%	4.926	
'08055000	"limones ""citrus limón, citrus limonum"" y limas ""citrus aurantifolia, citrus latifolia"", ...	240	405	204	-15%	1.007	
'08052100	Mandarinas frescas o secas incl. tangerinas y satsumas (excl. clementinas)	94	266	168	79%	2.982	
'08111000	"fresas ""frutillas"", sin cocer o cocidas en agua o vapor, congeladas, con adición de azúcar ...	120	112	83	-31%	2.381	
'08054000	Toronjas o pomelos, frescos o secos	12	4	7	71%	718	
'08119000	"frutos comestibles, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incl. con adición de ...	0	1	4	400%	880	
'08109090	"tamarindos frescos, los anacardos, la jaca, litchis, sapotillos, maracuyá, carambola, pitahaya ...	0	0	3	300%	114	
'08102020	Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesa, frescas: zarzamoras, mora y moras-frambuesa	0	0	2	200%	391	
	<b>Total</b>	<b>3.540</b>	<b>5.391</b>	<b>7.569</b>		<b>27.417</b>	

Fuente: Trademap

### 3.5 Análisis de la Competencia

Para la **uva frescas** los competidores de Perú en el mercado dominicano son Estados Unidos, con una participación de un 52.7 % del total importador, seguido por Chile con una participación de un 16.4% y Argentina con un 5.2%. En conjunto junto a Perú, que aporta el 25.5% del total importado por la República Dominicana, estos países enviaron el 99.8% del total importado por la República Dominicana.

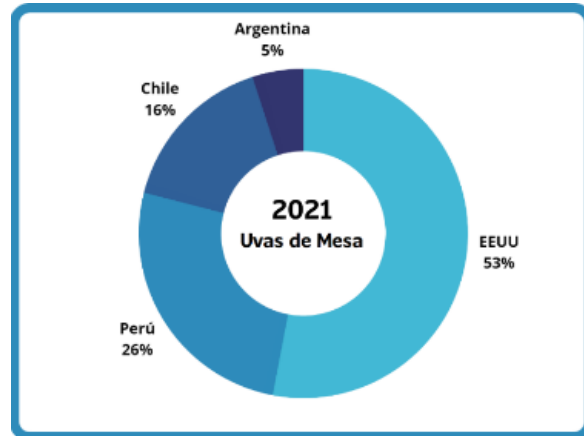


Ilustración 97 Análisis Uva de mesa

Para la **Naranjas, frescas o secas** los competidores de Perú en el mercado dominicano son Estados Unidos, con una participación de un 51.7 % del total importador, seguido por Chile con una participación de un 38.9%. Perú aportó el 9.4% de lo importado por República Dominicana. En conjunto enviaron el 100% del total importado por la República Dominicana.

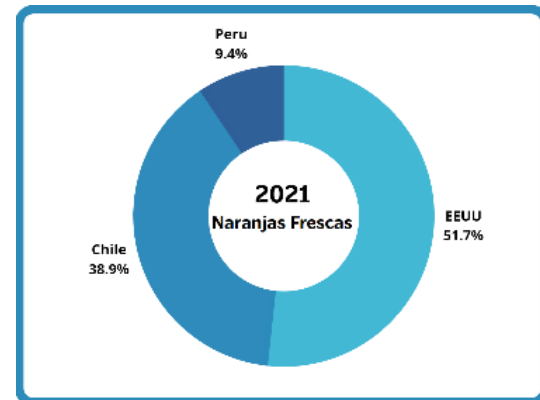


Ilustración 98 47 Análisis Naranjas frescas

En cuanto a los **limones**, los competidores de Perú en el mercado dominicano son Colombia (37%), Estados Unidos (35%) y Chile (8%). Perú aportó el 20% del total importado por la República Dominicana.

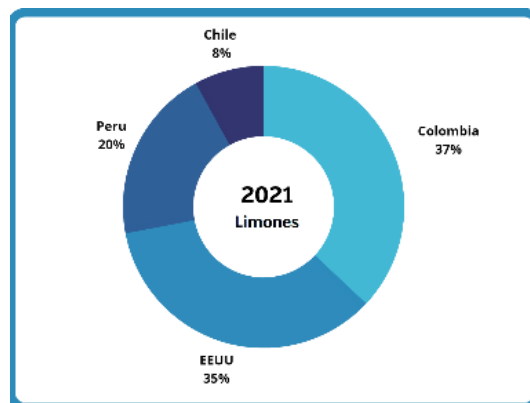


Ilustración 99 Análisis limones

Para las **mandarinas frescas o secas**, los competidores de Perú en el mercado dominicano son Estados Unidos, con una participación de un 65% del total importador, seguido por Chile con una participación de un 30%. Perú aportó el 5% de lo importado por República Dominicana. En conjunto enviaron el 100% del total importado por la República Dominicana

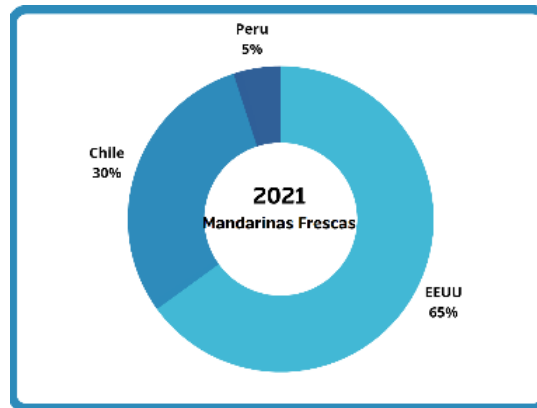


Ilustración 100 Análisis mandarinas frescas

Para las **fresas "frutillas"**, los competidores de Perú en el mercado dominicano son España, Egipto, China, EEUU y Bélgica. La participación de dichos países es 36%, 25%, 21%, 10% y 5% respectivamente. Perú aportó el 4% del total importado por la República Dominicana

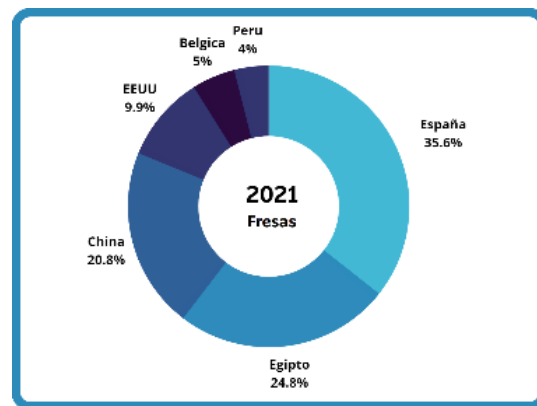


Ilustración 101 Análisis Fresas

#### IV. Análisis del Sector / Línea en el Mercado

##### 4.1 Variedades y Formas de Presentación

Las formas de presentación de la fruta frescas en República Dominicana en su mayoría se venden a granel y contenidas en packaging plástico por lo que se pueden adquirir por peso o por unidad.

La fruta frescas se comercializa en su mayoría por las principales cadenas de supermercados, en una sección o pasillo destinado en exclusiva a la venta de fruta frescas. También se comercializan en los colmados (formato similar a una tienda de conveniencia.)

A continuación información sobre los productos seleccionados para el estudio, sus variedades y formas de presentación:

Las uvas de mesa están presentes todo el año en la República Dominicana, sus principales variedades son: uvas negras sin semillas, uvas rojas sin semillas y uvas blancas sin semillas. También se encuentran disponibles las uvas con semilla y deshidratadas.

En imagen se pueden apreciar las variedades y exhibición en punto de venta:

Precio en RD\$159.00 la LB.  
Equivalente a USA\$ 3.00  
Tasa de cambio RD\$53.08 x US\$1



Ilustración 102 Uva de mesa

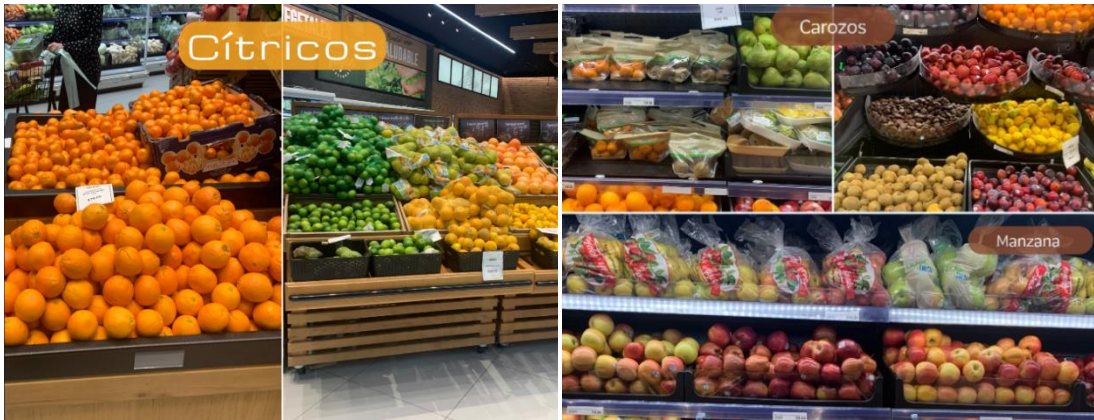


Ilustración 103 Cítricos

#### 4.1.1 Formas de Presentación y precios en el Punto de Venta

Oferta Uvas de Mesa en el Mercado Dominicano



Uvas Negras  
sin Semillas  
Lb. US\$3.50



Uvas Rojas  
sin Semillas  
Lb. US\$2.89



Uvas Blanca:  
sin Semillas  
Lb. US\$3.25



Blueberries  
1 Lb. US\$9.81

Oferta Frutas Frescas del Mercado Dominicano



Limón Amarillo  
1 Lb. US\$1.72



Limón Verde malla  
2 Lb. US\$1.16



Naranja  
Und. US\$0.25



Aguacate  
Und. US\$0.80



Fresas  
1 Lb. US\$3.65



Mandarinas  
1 Lb. US\$0.90



Banano  
Und.. US\$0.29



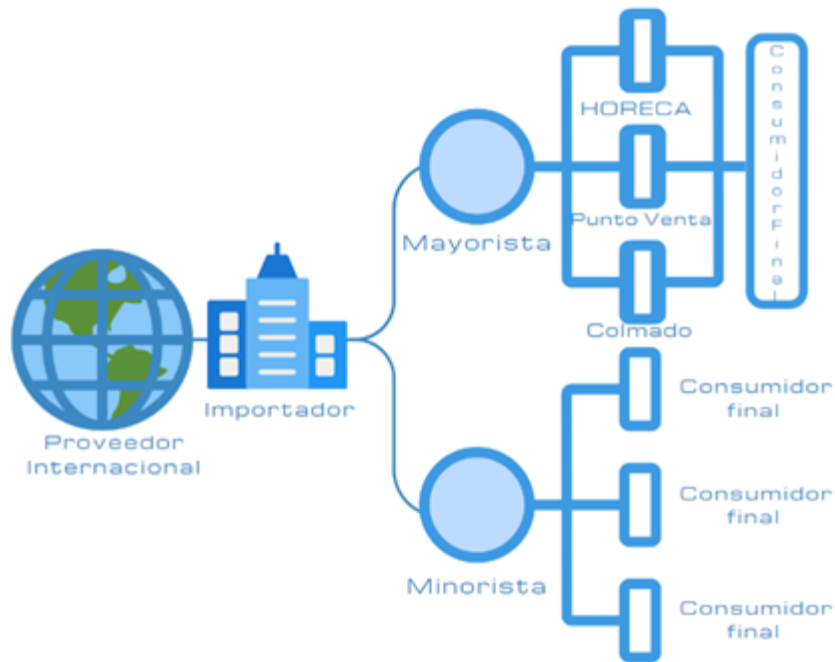
Mango  
Und. US\$0.58

Ilustración 104 Presentaciones fruta

#### 4.2 Canales de Distribución

Los principales actores del mercado de fruta fresca en República Dominicana son los importadores locales, mayoristas, minoristas que distribuyen tanto al retail, sector HORECA (hoteles, bares y restaurantes) y los puntos de venta.

Estos mismos importadores cuentan con presencia a nivel nacional atendiendo a pequeños comerciantes y distribuidores locales que atienden el consumo en provincias y en principales centros de turismo. A continuación, se muestra un gráfico de los principales canales de distribución de la fruta fresca en República Dominicana:



**Ilustración 105 Canal de distribución República Dominicana**

La participación de los distintos actores del canal de distribución que llega al consumidor final es como sigue:

- El Canal HORECA abastece los Hoteles, Restaurantes y Cafetería, representa el 30% de la distribución de frutas frescas en República Dominicana. En relación a los hoteles debemos tomar en cuenta que el turismo es uno de los principales pilares de la económica dominicana y que el país recibió más de 8 millones de turistas en 2019, lo que determina la relevancia de este canal. Más ahora que el Gobierno dominicano se ha enfocado en la reactivación de turismo, con miras a lograr los números de 2019 en un mediano plazo.
- Los supermercados e hipermercados (puntos de venta) son un establecimiento minorista que utiliza la forma de venta de autoservicio y que trabaja principalmente productos alimenticios y artículos del hogar. En lo que concierne a la compra de frutas frescas por parte del consumidor final en la República Dominicana los supermercados e hipermercados representan el 60% del canal de distribución. El supermercado en la actualidad representa el punto de comercialización que mayor cantidad de clientes posee y que realiza un mayor número de transacciones comerciales. Este medio de distribución tiene la ventaja de que cuenta con puntos de ventas a nivel nacional. Entre

los supermercados e hipermercados destacamos: El Nacional, el Bravo, la Cadena, la Sirena, Súper Fresh, el Amigo, Carrefour, PriceSmart y Jumbo.

- El Colmado es un término de la República Dominicana, el cual se utiliza para designar un negocio detallista multifuncional que vende diversos tipos de alimentos, bebidas, productos de limpieza doméstica y otras mercancías destinadas principalmente al uso en el hogar. En el caso de la distribución de agua representan el 10% de la distribución.

#### 4.2.1 Rutas de Acceso

##### Rutas de acceso

La República Dominicana cuenta con una privilegiada ubicación geográfica, lo que permite que sus puertos sean un de los punto de partida y de llegada más importantes de la región de Caribe, tanto de tráfico marítimo desde los territorios isleños y de América del Sur, como para el que se existe entre los puertos europeos y los de América del Norte. Cabe destacar que alrededor del 90% de las mercancías que entran y salen de país lo hacen por transporte marítimo.

A continuación se detallan los puertos marítimos de República Dominicana más relevantes:

Tabla 52 Rutas de acceso

RUTAS DEL PUERTO CAUCEDO	
Rutas a Norte América	<b>Rutas a Europa</b>
<b>MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY</b>	HAPAG LLOYD
<b>HAPAG LLOYD</b>	HAMBURG SUD
<b>NIPPON YUSEN KAISHA</b>	CMA CGM
Rutas a América Central	MAERSK LINE
<b>HAMBURG SUD</b>	MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY
<b>HAPAG LLOYD</b>	<b>Rutas a Asia</b>
<b>X-PRESS FEEDER</b>	CMA CGM
<b>MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY</b>	HAPAG LLOYD
<b>MAERSK LINE</b>	CHINA SHIPPING COMPANY
Rutas a Islas del Caribe	HAMBURG SUD
<b>TROPICAL</b>	ZIM
<b>CFS</b>	MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY
<b>MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY</b>	<b>Rutas a Suramérica</b>
<b>MAERSK LINE</b>	MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY
<b>HAPAG LLOYD</b>	HAPAG LLOYD
	NIPPON YUSEN KAISHA
	CMA CGM
	CHINA SHIPPING

Fuente: DP World Caucedo

## 4.2.2 Costos Logísticos Aproximados

Tabla 53 Costos logísticos

Tipo Contenedor	Precio en USA\$
20 pie Seco	1.868
40 pie Seco	3.772
40 pie Refrigerado	7.054

Fuente: Dirección General de Aduanas

## Mapa de la Conectividad de la República Dominicana



Ilustración 106 Mapa conectividad Rep. Dominicana

República Dominicana cuenta con un sistema de aeropuertos y puertos modernos, amplios y eficientes conformados por ocho (8) aeropuertos internacionales y doce (12) puertos de carga localizados estratégicamente en el territorio nacional; en Santo Domingo, Boca Chica, Manzanillo, La Romana, Samaná, Pedernales, San Pedro de Macorís: Mapa de la Conectividad de la República Dominicana

De acuerdo a la Autoridad Portuaria Dominicana (Apordom) seis de los 12 recintos portuarios están bajo la administración y operación directa del Estado, a través del citado organismo; cinco operan bajo la modalidad de concesión y uno es de carácter privado.

Los puertos son: Haina, Santo Domingo, Boca Chica, Multimodal Caucedo, San Pedro de Macorís, Puerto Plata, Samaná, Azua, Barahona, Manzanillo, La Romana y Pedernales. Siendo los puertos de Haina y Caucedo los puertos más grandes del país.

En conjunto los puertos de Haina, de Caucedo y el de Santo Domingo reciben el 95 % del tráfico que llega en contenedores al país.

### 4.2.3 Principales Agencias de Transporte en República Dominicana

Tabla 54 Principales agencias de transporte

Líneas Navieras	Nombre Empresa	Contacto	Telefono	Correo Electronico	Pagina Web
	Perez & CIA Dominicana, CXA.	Marcial Mayor	1 (809) 689 9111	marcial.mayor@perezycia.com	www.perezycia.com
	CMA CGM Dominicana, SAS	Any Sanox	1 (809) 373 2957	sdq.general@cma-cgm.com	www.cma-cgm.com
	Ageport	Maximo Mella	1 (809) 535 7758	ventas@ageport.com	www.ageport.com
	Maritima del Caribe Dominicana S. A. S	Bienvenido Calderon	1 (809) 539 6611	b.calderon@mcd.com.do	www.mcd.com.do
	Maritima Dominicana, C.xA.	Glenn George	1 (809) 539 6000	ggeorge@mardom.com	www.mardom.com
		Karla Garcia	1 (809) 732 1234	Karla.garcia@maersk.com	
	E.T Heinsen, CxA	Julio Heinsen	1 (809) 221 6111	eth@etheinsen.com.do	www.etheinsen.com
	MSC Dominicana	Indra Nuñez	1 (809) 381 1006	dom-customerservice@msc.com	www.mscgva.ch
	Agencias Navieras Rannik	Libby Alvarez	1 (809) 793-7046	lalvarez@rannik.com	www.rannik.com/es
					
	Sealand	Beatriz Hichez	1 (809) 262-6333	beatriz.hichez@sealandmaersk.com	om/local-information/americas/dominican-republic
	Tropical Shipping	Juan Valdez	1 (809) 227 5018	ventasdr@tropical.com	www.tropical.com
	Agencias Navieras Rannik	Toshio Kishi	1 (809) 793 7051	tkishi@rannik.com	www.rannik.com/es

### 4.3. Canal de Comercialización

Las frutas frescas importadas en su mayoría son comercializadas en el mercado dominicano por el canal moderno que incluye supermercado e hipermercados y sus plataformas digitales, por mayoristas que proveen al sector HORECA, el mercado de barrio y en colmados (concepto definido anteriormente).

## V. Análisis de la Demanda

### 5.1 Perfil del Consumidor

El consumidor dominicano venía cambiando previo a la pandemia del COVID-19, por factores como; las influencias externas dadas por la apertura económica, la globalización y las redes sociales, pero durante la pandemia dado el confinamiento y las limitaciones de movilidad, los hábitos de compra y las rutinas de consumo, marcaron un hito y no volverán a hacer los mismos. En dicho periodo de pandemia, se consolidó las compras online y las consultas en línea previo a tomar la decisión de a compra.

En la actualidad, el consumidor presenta cinco características generales:

- Consumidores más racionales, más conocedor, lee etiquetas para tener conocimiento detallado del producto y da importancia al aspecto y estética del producto.
- Más conectados digitalmente.
- Más emocionales, sensibles por lo vivido con la pandemia.
- Priorizan la salud y preferencia por opciones más saludables, como las frutas frescas consideradas alimentos esenciales para la salud, ya que sus propiedades nutricionales ayudan a prevenir enfermedades crónicas no transmisibles como la obesidad, diabetes e hipertensión y fortalecen el sistema inmunológico.
- Preferencia por el ahorro y la preferencia por productos, marcas y comercios con compromiso social y ecológico.

### 5.2 Análisis de Tendencias

En la actualidad los dominicanos han registrado una tendencia por consumir **productos saludables** y que les aporten beneficios a la salud, en este contexto las frutas fresca presenta una excelente opción por su alto valor nutricional, siendo los principales proveedores EEUU y Chile, los dominicanos tienen una mejor percepción y conocimiento de las frutas provenientes de esos países.

**Apoyo del gobierno dominicano para fomentar la agricultura**, el presidente de la República, Luis Abinader, junto al ministro de Agricultura desarrollo un plan estratégico en apoyo económico a la producción agropecuaria y la tecnificación del campo, a fin de garantizar

buenos precios al consumidor y la rentabilidad del productor. Más detalles en [www.agricultura.gob.do/noticia/presidente-abinader-aumenta-planes-de-apoyo-al-sector-agropecuario-para-continuar-con-la-abundancia-de-productos/](http://www.agricultura.gob.do/noticia/presidente-abinader-aumenta-planes-de-apoyo-al-sector-agropecuario-para-continuar-con-la-abundancia-de-productos/)

**La mayor época de consumo de uvas de mesa, manzana y pera es en Navidad**, es una tradición en el país comer manzana, uva y pera en las festividades de navidad. Existen la tradición en el mercado entorno al consumo de uva, por ejemplo: se deben comer 12 uvas el para recibir el año nuevo y por cada uva pedir un deseo, es un símbolo de buena suerte para el año entrante.

**Incremento del social shopping incremento, cada vez más el comercio social, influye la decisión de compra en los consumidores dominicanos. Para estos fines las redes sociales más utilizadas son Facebook e Instagram.**

**Incremento en el formato e-commerce y canales digitales** para conectar y atraer a los consumidores. Son herramienta altamente utilizadas para recolectar información, cotizar y hacer “Windows shopping” previo a la compra.

En la República Dominicana también se aplica la tendencia de los **adultos mayores digitales**, como la indica el estudio de Euromonitor International sobre las *10 principales tendencias 2022*, la población mundial mayor de 60 años crecerá un 65% entre 2021 y 2040, llegando a más de 2.000 millones de personas. Este grupo etario relativamente acomodado está ganando más experiencia y confianza utilizando servicios en línea y optando por adoptar más soluciones tecnológicas que los ayuden con su vida diaria: compran en línea, ocupan soluciones virtuales y redes sociales.

### **5.3 Percepción del Producto Peruano**

Conforme información recolectada mediante entrevistas realizadas a importadores de frutas frescas de la República Dominicana, identificados anteriormente e incluidos en el listado de importadores. Muchas empresas indicaron no haber tenido experiencia con productos peruanos y desconocen en general que tipo de productos ofrece el Perú. En cuanto al consumidor por lo general no le presta atención a los orígenes de las frutas importadas, pero dada la participación de EEUU con un 52% del total importado por la República Dominicana, el consumidor entiende que la fruta en su mayoría procede de EEUU o Chile.

Por el lado de la oferta:

- Estabilidad: en cuanto a la estabilidad de los productos la mayoría de empresas entrevistadas indicaron tener alto nivel de interés en cuanto a mantener los estándares de calidad y precios en los productos.
- Certificaciones: alguna de las empresas indicaron que prefieren que el producto cuente con las certificaciones sanitarias correspondientes para poder ingresar al país.
- Condiciones de venta: la mayor parte de los importadores compran con crédito de 30 a 60 días y no trabajan con empresas que no tengan acceso a crédito a las exportaciones ya que no les sería factible.
- Empaque: la calidad del empaque es cada vez más importante para los importadores porque para los consumidores finales es un factor clave en la decisión de compra.
- Apoyo en el mercado: sería decisivo poder contar con un apoyo constante en el territorio de un agente/importador que tenga disponibilidad permanente de muestras y que represente las empresas peruanas.

Desde el punto de vista de la demanda:

- Conocimiento de la oferta: algunas empresas entrevistadas indicaron no conocer todavía los productos peruanos en el mercado local, esto se debe a que no se ha recibido suficiente información sobre los productos, en este caso las frutas frescas. Sería importante desarrollar un modelo de publicidad resaltando la frescura, sabor y calidad de los productos peruanos para el interés del consumidor final y por supuesto para la empresa inversionista.
- Respecto al nivel de ventas de las empresas entrevistadas, puesto que esta información no es de conocimiento público en la República Dominicana, muchas compañías son recelosas de compartir esos datos y algunas, sobre todo las pequeñas y las de medianas dimensiones, incluso lo consideran confidencial.

## **VI. Requisitos de Acceso al Mercado**

Los organismos públicos que regulan el acceso a mercado y comercialización de los alimentos en la República Dominicana son:

- El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, que es la institución encargada de otorgar y supervisar los Permisos y/o Registros Sanitarios es el Ministerio de Salud Pública. Todos los requerimientos exigidos para el depósito de solicitudes ante la Dirección General de Medicamentos, Alimentos y Productos Sanitarios-DIGEMAPS se encuentran contemplados en el Decreto No. 528-01 y las disposiciones de la Ley General de Salud No. 42-01, sus reglamentos y de las resoluciones administrativas emanadas de la SESPAS, así como a las normas técnicas dominicanas (NORDOM). [www.salud.gob.do](http://www.salud.gob.do)
- El Ministerio de Agricultura, establece y regula los requisitos para la importación de frutas en la República Dominicana los establece el Comité Nacional para la Aplicación de las Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (CNMSF) del Ministerio de Agricultura. [www.cnmsf.gob.do](http://www.cnmsf.gob.do)
- La Dirección General de Aduanas, es una dependencia del Ministerio de Hacienda de la República Dominicana, es la autoridad nacional de frontera, su responsabilidad trasciende el rol recaudador para ser garante, asimismo, de la salud de la población y la seguridad del Estado, por cuanto en los procesos de entrada y salida de mercancía tiene el deber de requerir toda documentación y permisos que son requeridos por otras autoridades competentes, según el rubro que se trate, siempre de acuerdo con las leyes, normas y disposiciones legales, con integridad y disposición de servicio. [www.aduanas.gob.do](http://www.aduanas.gob.do)
- La Dirección de Impuesto Interno, es la institución que se encarga de la administración y/o recaudación de los principales impuestos internos y tasas en la República Dominicana. [www.dgii.gov.do](http://www.dgii.gov.do)

### **6.1 Medidas Arancelarias**

En el año 2000, República Dominicana adoptó la Versión Única en Español del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, utilizado a nivel internacional y con ello simplificó el proceso de su cálculo y cobro.

Los impuestos aduanales se calculan y cobran en pesos dominicanos, siendo la mayoría ad valorem. El valor de los productos se determina siguiendo el Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio sobre la Valoración en Aduanas. Para la conversión en pesos del

valor de la mercancía se utiliza la tasa de cambio oficial vigente al momento de efectuarse el pago.

La importación de la inmensa mayoría de los renglones se regula solo mediante aranceles y otros gravámenes que varían en función del régimen que corresponda al país de turno, el cual puede estar regulado bajo régimen general, acuerdos bilaterales, pertenencia a alguna agrupación con acuerdos de libre comercio.

Se disponen los siguientes gravámenes en frontera dominicana:

- Arancel.- Tiene cinco escalones: 0%, 3%, 8%, 14% y 20%. El tipo medio ponderado está en torno a 17,5% aplicable al valor CIF del producto, salvo que la aduana decida establecer otro precio distinto (y superior). En el caso de las frutas frescas el arancel para Perú es 20%.
- Impuesto Selectivo al Consumo.- Grava una serie de productos como tabaco, bebidas alcohólicas, ciertas bañeras, alfombras, perfume, joyería y orfebrería, aires acondicionados, ciertos electrodomésticos, aparatos de sonido, de TV, yates, armas, servicios de telecomunicaciones y seguros, entre otros. Oscila entre el 10% y el 130% y se aplica sobre el valor CIF de la mercancía más arancel, aunque en productos como las bebidas es por unidad y no ad-valorem.
- ITBIS (Impuesto sobre Transferencias de Bienes Industriales y Servicios).- Es un gravamen general sobre el consumo, similar al IVA. Tiene tipo único del 18% pero hay una lista de bienes con tasa reducida o exenta del gravamen. El ITBIS aplica a la suma del valor CIF (o lo determinado por aduana), más el arancel, más el importe del Selectivo al Consumo, en caso que corresponda.

Para mayor información sobre gravámenes y su regulación puede consultar la páginas web de la Dirección General de Aduanas DGA: [www.dga.gov.do](http://www.dga.gov.do) y de la Dirección General de Impuestos Internos: <https://dgii.gov.do>

## 6.2 Regulaciones

### Barreras no arancelarias

En la República Dominicana, los requisitos fitosanitarios de importación se han establecido para diversos productos y subproductos de origen vegetal, procedentes de países con los cuales se mantienen relaciones comerciales.

Los requisitos Generales de Importación de Productos de Origen Vegetal son los siguientes:

- Certificado fitosanitario original del país exportador.
- Permiso de otras dependencias como Departamento de Semillas, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Departamento de Promoción Agrícola y Ganadera.
- Las bodegas del barco y/o furgones/contenedores deben estar limpias y desinfectadas antes de colocar la mercancía o envío.
- La mercancía o envío estará sujeta a inspección fitosanitaria al arribo puerto dominicano.
- Algunos productos o sub-productos requieren tratamiento fitosanitario.
- Deben venir libres de plagas y/o tierra/suelo.
- Los embalajes hechos de madera deben cumplir con la NIMF n.º 1 Revisión 2009.

#### Procedimientos a seguir

- El interesado solicita por escrito el permiso de importación.
- Si existen requisitos fitosanitarios se emite la Guía de no Objeción Fitosanitaria.
- Si no existen requisitos fitosanitarios, la solicitud se envía a la Unidad de Análisis de Riesgo de Plagas.
- Terminado el análisis de riesgo, la Unidad de Análisis emite su recomendación a la División de Cuarentena Vegetal.
- Se emite la Guía de no Objeción Fitosanitaria con los requisitos de importación.
- Una vez la mercancía arriba al país, el interesado solicita la inspección en la oficina de cuarentena del punto de entrada.
- El encargado de la oficina de cuarentena verifica la documentación para ver si está correcta.
- Si la documentación esta correcta, el inspector procede con la inspección técnica del envío.
- Si se cumplen los requisitos técnicos, el inspector procede a la inspección propiamente dicha en busca de posibles plagas y a la toma de muestra para su envío al laboratorio de diagnóstico.
- Si el laboratorio identifica una plaga:
  - a) Si la plaga es común se puede liberar la mercancía con un tratamiento, dependiendo del nivel de infestación.
  - b) Si la plaga es de interés cuarentenario, la mercancía puede ser devuelta a su lugar de origen o incinerada.

Mayor información en la página Web del Ministerio de Agricultura <https://agricultura.gob.do/servicios/informacion-sobre-procedimientos-para-la-importacion-de-productos-y-sub-productos-de-origen-vegetal/>

### **6.3 Otras Regulaciones (Etiquetado / Orgánicos / GMO / Envases y Embalajes)**

El sistema dominicano de estandarización y calidad (SIDOCAL) es generalmente conforme con el código de normas de GATT/OMC; la autoridad nacional para el Acuerdo OMC sobre barreras técnicas es el Instituto Dominicano para la Calidad, INDOCAL, adscrito al Ministerio de Industria y Comercio.

La elaboración de normas corresponde al CEDIRET (Centro Dominicano de Información sobre Reglamentación Técnica), mientras que la institución encargada del registro es el Ministerio de Salud Pública. Además del registro sanitario previo a la importación, el producto debe llevar etiquetado acorde a la NORDOM 53, en idioma español y colocado ya en origen, no autorizándose a hacerlo después de su llegada, conforme lo establece el Instituto Dominicano para la Calidad INDOCAL [www.indocalnormas.gob.do](http://www.indocalnormas.gob.do)

Conforme lo establece la NORDOM 53, el etiquetado general debe indicar:

1. Nombre del alimento, El cual deberá indicar la verdadera naturaleza genérica.
2. Fecha de Fabricación, la cual indica cuando el alimento se transforma en el producto final.
3. Fecha límite de utilización (fecha límite de consumo recomendable). Fecha en la que termina el periodo de garantía después de estar el producto almacenado o colocado en las góndolas o tramos de expendios en las condiciones indicadas. Después de esta fecha no se considerara comercializable el alimento.
4. La lista de ingredientes deberá ir encabezada o precedida por un título apropiado (ingredientes). Deberán enumerarse todos los ingredientes por orden decreciente de peso inicial (m/m) en el momento de la fabricación del alimento.
5. Los datos que deben aparecer en la etiqueta, en virtud de la NORDOM 53 o cualquier otra norma oficial, deberán indicarse con caracteres claros, visibles, indelebles y fáciles de leer por el consumidor en circunstancias normales de compra y uso, son:
  - Nombre del producto.
  - Nombre y Dirección del Fabricante.

- Ingredientes.
- Peso Neto (onzas fluidas, gramos, etc...).
- Registro Sanitario No....., Reg. Industrial No....
- Fecha de vencimiento.
- Conservar Refrigerado o Conservar Congelado.

En cuanto al registro de nombre comercial/marca, que es opcional, pero altamente recomendable para protegerse en el mercado, la entidad competente es la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI), en cuya página web de halla disponible la información relativa a los plazos y tarifas del registro. [www.onapi.gov.do](http://www.onapi.gov.do)

A los fines de facilitar este proceso el Ministerio de Salud Pública, a través de su Dirección General de Medicamentos, Alimentos y Productos Sanitario (DIGEMAPS) creo la Ventanilla Única de Comercio Exterior de la República con el objetivo de facilitar las transacciones simplificando, armonizando de procesos y procedimiento de importación, exportación y tránsito de mercancías.

La Ventanilla Única de Comercio Exterior agrupa todas las autorizaciones que emiten las instituciones del gobierno que participan en las operaciones de comercio exterior en la República Dominicana. [www.vucerd.gob.do](http://www.vucerd.gob.do)

#### **6.4 Certificaciones**

- Certificado de venta libre vigente emitido por la autoridad sanitaria del país de origen.
- Certificado de buenas prácticas de manufactura vigente.
- Certificado de análisis o de conformidad del lote emitido por el fabricante.
- Certificados Fitosanitario original del país de origen.
- Certificado Fitosanitario una declaración adicional que diga: Las frutas fueron producidas, empacadas e inspeccionadas y encontradas libres de *Ecdytolopha aurantiana* de acuerdo al Plan de Trabajo entre SENASA y DSV-RD.
- Certificado Fitosanitario la fecha del inicio del tratamiento cuarentenario en frío, el cual deberá permanecer a una temperatura de 1.11 °C o menos, durante 14 días.

## VII. Actividades de Promoción

### 7.1 Ferias

- **Agroalimentaria 2023:** Feria internacional, que aglutina a lo selecto y avanzado de la producción nacional de productos frescos y procesados de la agricultura, bebidas y tabacos dominicanos. Es el Encuentro internacional más importante de los sectores de Alimentos, Bebidas y Cigarros del área del Caribe. Organizada por la Junta Agroempresarial Dominicana y Prodominicana.
- **Expo Gastronómica:** es la más importante convención anual del sector gastronómico del país, incluye una propuesta completa con degustaciones, showrooms, exposiciones, seminarios y talleres de capacitación.
- **Expo Mango:** Feria que se realiza para celebrar la cosecha del mango dominicano con el objetivo de promover el mango dominicano, destacando su valor social, económico y cultural para la ciudad de Baní y la República Dominicana.
- **Expocibao:** Evento promocionado por la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, Inc. multisectorial y de carácter internacional, que promueve la exposición empresarial como medio de desarrollo y crecimiento.
- **Hub Cámara SD 2022:** es feria multisectorial más importante de El Caribe y Centroamérica.

### 7.2 Publicaciones Especializadas

- Hostelería News: La revista Hostelería News es la primera y única guía de tendencias y referencias de la industria de la hostelería, especializada en el área de Alimentos y Bebidas en República Dominicana. Hostelería News fue formada en 2003 para satisfacer la creciente necesidad de servicios de comunicación, estrategia de marcas e identidad corporativa. Así creamos una plataforma de servicios que su herramienta principal es el marketing gastronómico.
- Revista Pan Caliente: Revista donde encontraras todo el acontecer en el sector de Panadería y Pastelería en República Dominicana.

- Institucional Dominicana: Información relevante del sector gastronómico Dominicano y el mundo. Conozca la información del sector, aprenda nuevas recetas y técnicas.
- Dominicana Gourmet: es un portal y revista perteneciente al grupo de medios del Grupo Buen Vivir quien es dirigido por la destacada comunicadora Luisa Feliz, enfocada a destacar tendencias y novedades del sector gastronómico dominicano.

## VIII. Contacto de Interés

### 8.1. Institucionales

Tabla 46 Contactos institucionales de interés

Entidades Gubernamentales	Contacto	Cargo	Correo	Teléfono	Dirección	Sitio Web
Ministerio de Estado de Industria y Comercio	Vilma Arbaje	Viceministra de Comercio Exterior	vilma.arbaje@micm.gob.do	1 (809) 685-5171	Av. 27 de Febrero No. 306, Bella Vista.	<a href="http://www.micm.gob.do">www.micm.gob.do</a>
Ministerio de Estado de Agricultura	Manuel Duran	Técnico Departamento Sanidad Vegetal	manuel.duran@agricultura.gob.do	1 (809) 547-3888	Autopista Duarte KM 6 ½ Los Jardines del Norte. Santo Domingo, D.N. República Dominicana	<a href="http://www.agricultura.gob.do">www.agricultura.gob.do</a>
Ministerio de Estado de Salud Pública	Leonardo Villanueva	Director General de Medicamentos, Alimentos y Productos Sanitarios	Leandro.villanueva@ministeriosalud.gob.do	1 (809) 541-3121	Av. Dr. Héctor Homero Hernández, Esq. Av. Tiradentes, Ens. La Fe	<a href="http://www.msp.gob.do/web/">www.msp.gob.do/web/</a>
Dirección General de Aduanas	Eduardo Sanz Lovatón	Director General	e.sanz@aduanas.gob.do	1 (809) 547-7070	Abraham Lincoln #1101, esquina Jacinto Mañón, ensanche Serrallés	<a href="http://www.aduanas.gob.do">www.aduanas.gob.do</a>
Dirección General de Impuesto Interno	Luis Valdez Veras	Director General	luisvaldez@dgii.gov.do	1(809)-689-2181,	Av. México #48, Gascue	<a href="http://www.dgii.gov.do">www.dgii.gov.do</a>

Entidades Gubernamentales	Contacto	Cargo	Correo	Teléfono	Dirección	Sitio Web
Oficina Nacional de Propiedad Intelectual	Salvador Ramos	Director General	s.salvador@onapi.gob.do	1 (809) 567-7474	Ave. de Los Próceres Núm. 11, Los Jardines del Norte	www.onapi.gov.do
<u>Gremios</u>	<u>Contacto</u>	<u>Cargo</u>	<u>Correo</u>	<u>Teléfono</u>	<u>Dirección</u>	<u>Sitio Web</u>
Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo	Antonio Ramos	Vicepresidente Ejecutivo	aramos@camarasantodomingo.do	1 (809) 682-2688	Av. 27 de Febrero 228, Torre Friusa, La Esperilla, Santo Domingo, República Dominicana	www.camarasantodomingo.do
Junta Agroempresarial Dominicana	Claudia Chez	Directora Ejecutiva	cchez@jad.org.do	1(809) 563-6178	Calle Euclides Morillo No.51, Arroyo Hondo I.	www.jad.org.do/es/

## 8.2 Comerciales

Tabla 47 Contactos comerciales de interés

COMPAÑIA	NOMBRE DE CONTACTO	EMAIL CORPORATIVO	TELEFONO
Hipermercados Olé	Darling Ramírez	ADMINISTRACIONPABLOMELLA@HIPEROLE.COM.DO	809-880-8275
Almacenista Internacional Del Caribe (ALINCA SRL)	Solangel De Jesús	alincadr@gmail.com	809-681-2150
Almacenes Iberia	Néstor Mercedes	ACLIENTES.SPM@ALMACENESIBERIA.COM.DO	809-529-299
Consortio Citrícola Dominicano	Daniel Montero	DMONTERO@GRUPORICA.COM	809-542-7422
MG Global Trade International	Priamo Molina	PRIAMO@MGGLOBALTRADE.COM	809-963-0131

## IX. Perfil de compradores

Tabla 55 Perfil compradores

Id	Empresa	Resumen de las conclusiones
1	<b>MG Global Trade International</b>	MG Global Trade es una empresa orientada a desarrollar relaciones comerciales sólidas para transacciones de importación y exportación en los Estados Unidos, respaldada por nuestros socios en América Latina y el Caribe, que están integrados por productores y fabricantes confiables. Esta empresa sirve como agente comercial para exportadores o importadores ayudándolos a desarrollar nuevas relaciones comerciales, apertura de canales comerciales, representación de marcas, entre otros. La misma se mostró muy interesada en los productos peruanos como los espárragos producto que han comercializado, pero verían si les ofrecen mejor oferta.
2	<b>Almacenista Internacional Del Caribe (ALINCA SRL)</b>	Es una empresa importadora que tiene más de 35 años brindando sus servicios de distribución de productos a la comunidad dominicana. Su función principal es vender productos extranjeros y nacionales de primera necesidad, como las frutas, plásticos y entre otros. No estarían entre las opciones para importar ya que son una cadena pequeña de supermercados.
3	<b>Almacenes Iberia</b>	La empresa Almacenes Iberia, Se caracteriza por ser la empresa líder en Tiendas por Departamentos de mayor crecimiento, competitividad, originalidad, prestigio, servicio, rentabilidad y adecuación a todo tipo de mercado. Indicó no conocer los productos peruanos, pero se mostró dispuesta a conocerlos en específico las frutas como naranjas y uvas que mayormente es lo que más se comercializa en sus sucursales.
4	<b>Hipermercados Olé</b>	La empresa Hipermercados Olé, es una cadena de supermercados que vela por la economía y la satisfacción de sus clientes, ofreciéndoles una amplia gama de productos de la más alta calidad al más bajo precio, apoyándose en su excelente servicio. Además de ser fabricante de sus productos de panadería, Olé posee dos marcas de artículos de limpieza y comestibles, llamadas Price Choise y Olé respectivamente, las que se caracterizan por los más altos estándares de calidad. Es un potencial comprador de uvas frescas y arándanos. Generalmente al ser una cadena de Hipermercados importan todo tipo de frutas a lo que estarían dispuestos a analizar los costos y facilidades que le ofrece la empresa.
5	<b>Consorcio Citrícola Dominicano</b>	Es una planta procesadora de Frutas Tropicales, parte del Grupo Rica, reconocida por ser el mayor productor de jugos y productos lácteos de la República Dominicana, una de las más importantes empresas de la región del Caribe. Dispone de las más modernas tecnologías, que les permiten procesar las frutas frescas, preservarlas como productos congelados, asépticos o enlatados. Indicó haber tenido experiencia con la importación de piñas peruanas y expresó su satisfacción por la calidad de las mismas. Tienen alto interés de volver a comercializar piñas y mandarinas.

## **X. Conclusiones y Recomendaciones**

La República Dominicana es un país con gran potencial agrícola, produce: plátanos frescos, aguacate, piña, mangos, uvas, naranjas y limones, sin embargo la producción no satisface la demanda, por lo que se registran importaciones considerables. En este mismo sentido, el país no produce manzanas, peras ni kiwis, por lo que se considera existen oportunidades potenciales para incrementar las exportaciones de uvas de mesa y frutos cítricos como naranja, mandarina y limón.

Es importante destacar que el consumo de frutas no se limita a la población nacional, también tenemos una población flotante de un poco más de 8 millones de turistas en 2019 que consume frutas frescas y son un atractivo para el sector HORECA, no solo para el consumo sino también para decorar en las estaciones de los restaurantes de los hoteles.

Una de las barreras identificadas en el estudio es el desconocimiento del producto peruano, en el mercado dominicano se conoce a Perú por su exquisita gastronomía, pero aún no se ha asicado las frutas frescas con su destino, por lo que se recomienda realizar campañas publicitarias y promoción en los puntos de venta con sus socias comerciales a los fines de destacar el origen de las frutas. También se sugiere visitar el mercado dominicano en misión comercial, con una agenda previa establecida con los principales medios de comunicación, importadores y visitas técnicas a puntos de venta, a los fines de conectar tanto con el importador como con el consumidor y destacar los atributos de la fruta peruana.

Otras barreras a considerar es que República Dominicana es un mercado que maneja poco volumen y que es un país donde el precio determina la compra, razón por la cual algunos importadores mencionaron que evaluarían si el precio y la calidad se converjan. Si se dan ocasiones que se sacrifica la calidad del producto por adquirir un producto de menor precio. Una de las soluciones que se plantean es ofrecerles consolidados de productos que facilita la importación de menor volumen por productos.

República Dominicana es un país de precio, razón por la cual algunos importadores mencionaron que evaluarían si el precio y la calidad se ajustan, este es un factor a considerar.

Dado que el consumidor no presta atención a las marcas de las frutas, el principal competir de Perú, es el origen y en este caso sería EEUU, Ghana y Chile.

Las principales vías para la comercialización de frutas frescas en el mercado dominicano son:

- Las empresas mayoristas de frutas frescas que abastecen a supermercados, mercados de barrio, colmados y al sector HORECA.
- Principales cadenas de supermercado de República Dominicana. Estos junto a los grandes mayoristas son los que más volúmenes de importación de frutas frescas manejan.

República Dominicana por su posición geográfica y acuerdos comerciales puede servir de plataforma a los exportadores peruanos para llegar a las islas del Caribe, EEUU y Europa.

Las frutas frescas con mayores oportunidades en el mercado para Perú son:

- **Uva:** Las importaciones de uvas fueron cerca de los 19 millones de dólares americanos. Estados Unidos aportó el 52.7 % del total importador, seguido por Perú con el 25.5% y después Chile con una participación de un 16.4%. Consideramos que existe potencial para que Perú incremente su participación en el mercado, realizando algunas acciones de promoción comercial como las citadas anteriormente.
- **Naranjas:** Las importaciones de naranjas rondan cerca de los 5 millones de dólares americanos. Estados Unidos aportó el 51.7 % del total importador, seguido por Chile con una participación de un 38.9% y Perú aportó el 9.4% de lo importado por República Dominicana.
- **Mandarina:** Las importaciones totales de mandarinas en 2021 rondaron cerca de los 3 millones de dólares americanos, presentando una tendencia hacia la alza. Los países proveedores son EEUU con el 65%, Chile con el 30% y Perú con el 5% por esta razón consideramos que existe potencial para que Perú incremente su participación en el mercado.
- **Lima y Limón:** Las importaciones de limones y limas superan el millón de dólares americanos, con tendencia hacia la baja. Los principales proveedores son Colombia, EEUU y Perú. La participación de Perú fue del 20% del total importado por lo que se considera que explorar crecer en las exportaciones de este producto.

Una última recomendación, es generar instancias que fomenten la confianza, que el importante que se sienta confiado y seguro para poder entablar una relación a largo plazo, a los importadores dominicanos les gusta fomentar relaciones comerciales de largo tiempo, por lo que es importante cumplir con todas las condiciones acordadas en términos de tiempos, calidades y precios.

## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Top 10 exportación Guatemala 2021	17
Ilustración 2 Principales prod. exportación Guatemala 2021	18
Ilustración 3 Principales Prod. Exportación 2021 hortalizas, plantas, raíces y tubérculos	18
Ilustración 4 Top 10 importación Guatemala 2021	20
Ilustración 5 Principales prod. Importados 2021 frutas y frutos secos	22
Ilustración 6 Principales destinos de Importación Guatemala	23
Ilustración 7 Principales Prod. Importados 2021 hortalizas	24
Ilustración 8 Top 10 serie de importación en dólares	25
Ilustración 9 Principales países de importaciones Guatemala 2021	26
Ilustración 10 Principales países de importación Café, té y otros.	27
Ilustración 11 Top 10 Importaciones Serie en dólares	28
Ilustración 12 Importación Prod. Café, té y otros últimos tres años.	29
Ilustración 13 Importaciones hortalizas desde Perú dólares	32
Ilustración 14 Importaciones de frutos desde Perú dólares	32
Ilustración 15 Importaciones hortalizas desde Perú dólares	33
Ilustración 16 Importaciones Café, té otros desde Perú en dólares	35
Ilustración 17 Crecimiento importación de frutas dólares	37
Ilustración 18 Crecimiento importación cítricos dólares	39
Ilustración 19 Crecimiento importación mandarinas dólares	40
Ilustración 20 Crecimiento importación naranjas dólares	41
Ilustración 21 Crecimiento importación manzanas dólares	42
Ilustración 22 Crecimiento importaciones peras dólares	43
Ilustración 23 Crecimiento importación kiwis dólares	45
Ilustración 24 Crecimiento importación cerezas dólares	46
Ilustración 25 Crecimiento importación naranjas dólares	47
Ilustración 26 Crecimiento importación ciruelas secas dólares	48
Ilustración 27 Crecimiento importación pasas dólares	49
Ilustración 28 Crecimiento importación cebollas dólar	50
Ilustración 29 Crecimiento importación ajo dólares	51
Ilustración 30 Crecimiento importación espárrago por país dólares	52
Ilustración 31 Crecimiento importaciones capsicum dólares	53
Ilustración 32 Stand fruta fresca Guatemala	55
Ilustración 33 Manzanas	56
Ilustración 34 Peras	57
Ilustración 35 Uvas	58
Ilustración 36 Naranjas	59
Ilustración 37 Mandarinas	59
Ilustración 38 Cerezas	60
Ilustración 39 Kiwis	60
Ilustración 40 Kiwis	60
Ilustración 42 Berries	61
Ilustración 43 Pasas	62
Ilustración 44 Ciruelas secas	62
Ilustración 45 Cebollas	63
Ilustración 46 Ajos	63
Ilustración 47 Espárragos	64
Ilustración 48 Género Capsicum	64
Ilustración 49 Canales de distribución	65
Ilustración 50 Acceso logístico Guatemala	67
Ilustración 51 Participación por litoral	68
Ilustración 52 Porcentaje Contenedores tamaños Puerto Santo Tomás	69
Ilustración 53 Porcentaje contenedores tamaño Puerto Barrios	69
Ilustración 54 Ruta puertos Centroamérica	70
Ilustración 55 Terminal	80

Ilustración 56 Central de mayoreo	80
Ilustración 57 imágenes supermercados	81
Ilustración 58 imágenes supermercado Latorre	83
Ilustración 59 imagen misuperfresh	84
Ilustración 60 Código manzanas	96
Ilustración 61 Código peras	96
Ilustración 62 Código Uvas	97
Ilustración 63 Código Naranjas	97
Ilustración 64 Código mandarinas	98
Ilustración 65 Código cerezas	98
Ilustración 66 Código kiwis	99
Ilustración 67 Código arándanos	99
Ilustración 68 Código ciruelas secas	100
Ilustración 69 Código pasas	100
Ilustración 70 Código cebollas	101
Ilustración 71 Código ajos	101
Ilustración 72 Código espárragos	102
Ilustración 73 Código género capsicum	102
Ilustración 74 Solicitud permiso fitosanitario	104
Ilustración 75 Aviso feria Agritrade	107
Ilustración 76 Aviso Feria Alimentaria	108
Ilustración 77 Aviso Congreso latinoamericano de aguacate	109
Ilustración 78 Degustación	110
Ilustración 79 Participación económica en PIB	139
Ilustración 80 Exportaciones agrícolas por año	145
Ilustración 81 Importaciones agrícolas por año	150
Ilustración 82 Balanza comercial Costa Rica	150
Ilustración 87 Importaciones agrícolas desde Perú	156
Ilustración 88 Importaciones agrícolas según procedencia	160
Ilustración 89 Puerto Callao – Puerto Caldera	167
Ilustración 90 Puerto Callao- Puerto Moín	167
Ilustración 91 Puerto Paita-Puerto Moín	168
Ilustración 94 Calendario hortalizas	172
Ilustración 95 Calendario frutas	173
Ilustración 96 Evaluación consumidores	176
Ilustración 97 Tipos de gastos	177
Ilustración 98 Tipos de ingresos	178
Ilustración 99 Comparación canasta de compras	178
Ilustración 100 Compra alimento	179
Ilustración 101 Comparación compras	179
Ilustración 102 Diversificación de compras	180
Ilustración 103 Canales de compra	180
Ilustración 105 Análisis Uva de mesa	222
Ilustración 106 47 Análisis Naranjas frescas	222
Ilustración 107 Análisis limones	222
Ilustración 108 Análisis mandarinas frescas	223
Ilustración 109 Análisis Fresas	223
Ilustración 110 Uva de mesa	224
Ilustración 111 Cítricos	225
Ilustración 112 Presentaciones fruta	225
Ilustración 113 Canal de distribución República Dominicana	226
Ilustración 114 Mapa conectividad Rep. Dominicana	228

## Índice de tablas

Tabla 1 Productos incluidos en estudio	12
Tabla 2 Estructura balanza comercial Guatemala	16
Tabla 3 Valores, volumen y precio importaciones 2021-2022	21
Tabla 4 Top Prod. Importados de Perú	30
Tabla 5 11 Productos que importa Guatemala	35
Tabla 6 Ruta Puerto Callao – Puerto Quetzal de Hamburg Sud	71
Tabla 7 Ruta Puerto Callao - Puerto Quetzal trasbordo Manzanillo Hapag Lloyd.	71
Tabla 8 Precios mayoristas	85
Tabla 9 Precios supermercado Paiz	85
Tabla 10 Precios supermercado LaTorre	86
Tabla 11 Precios supermercado PriceSmart	86
Tabla 12 Precios Supermercado LaBodegona	87
Tabla 13 Precios Greens by Sparraguss	87
Tabla 14 Precios Selección del Chef	88
Tabla 15 Productos Costa Rica	134
Tabla 16 Fracciones arancelarias de productos	135
Tabla 17 Actividad económica Costa Rica últimos 5 años	138
Tabla 18 Principal participación económica últimos 5 años	140
Tabla 19 Áreas sembradas en hectáreas por producto 2017-2021	141
Tabla 20 Producción en toneladas métricas según producto 2017-2021	141
Tabla 21 Exportaciones por sector Costa Rica	143
Tabla 22 Exportaciones agrícolas	144
Tabla 23 Descripción productos comercializados	145
Tabla 24 Descripción exportaciones agrícolas	146
Tabla 25 Estadística exportación prod. de interés	147
Tabla 26 Importaciones totales Costa Rica	148
Tabla 27 Importaciones agrícolas	149
Tabla 28 importaciones agrícolas por capítulo	151
Tabla 29 importaciones agrícolas según producto	152
Tabla 30 Importaciones desde Perú	153
Tabla 31 Importaciones por producto	155
Tabla 32 Importaciones agrícolas totales	157
Tabla 33 Estadísticas de importación específicas	158
Tabla 34 Subpartida arancelaria descripción	159
Tabla 35 Importaciones agrícolas por procedencia	161
Tabla 36 Competencia según origen importación	162
Tabla 37 Cotización logística	169
Tabla 38 Comparativo de precios	171
Tabla 39 Perfil consumidor actual	174
Tabla 40 Perfil consumidor costarricense	175
Tabla 41 Aranceles aplicados	182
Tabla 42 LMR	185
Tabla 43 Requisitos por producto	188
Tabla 44 Certificaciones importantes	195
Tabla 45 Contactos de interés	198
Tabla 46 Contactos comerciales	201
Tabla 47 Conclusiones entrevistas	204
Tabla 48 Producción República Dominicana	217
Tabla 49 Principales frutos exportados expresados en miles US\$	218
Tabla 50 Principales frutas importadas expresado en miles US\$	219
Tabla 51 Principales frutas frescas importadas en miles de US\$	221
	246

Tabla 52 Rutas de acceso \_\_\_\_\_ 227  
Tabla 53 Costos logísticos \_\_\_\_\_ 228  
Tabla 54 Principales agencias de transporte \_\_\_\_\_ 229  
Tabla 55 Perfil compradores \_\_\_\_\_ 241