

---

# Estudio de Mercado Paltas en Costa Rica

Enero 2012

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile y la  
Agregaduría Agrícola en San José, Costa Rica.

pro|CHILE

## INDICE

<i>I. Producto</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	4
<b>3. Código Sistema Armonizado Local:</b> .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	4
<b>1. Arancel General:</b> .....	4
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno:</b> .....	4
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	4
<b>4. Otros Impuestos:</b> .....	5
<b>5. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	5
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	5
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	5
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas</b> .....	6
<b>3. Etiquetado de productos (imágenes)</b> .....	6
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	7
<b>1. Estadísticas 2010</b> .....	7
<b>2. Estadísticas 2009</b> .....	8
<b>3. Estadísticas 2008</b> .....	8
<i>V. Situación de las paltas en Costa Rica</i> .....	8
<b>1. Potencial del producto</b> .....	8
<b>2. Estacionalidad de las Importaciones/consumo del producto</b> .....	10
<b>3. Formas de consumo del producto</b> .....	11
<b>4. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto</b> .....	11

<b>5. Comentarios de los importadores .....</b>	<b>12</b>
<b>6. Principales zonas o centros de consumo del producto.....</b>	<b>12</b>
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>12</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista .....</i>	<i>13</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia .....</i>	<i>14</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>14</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones .....</i>	<i>14</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>15</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto .....</i>	<i>15</i>

## PRODUCTO

### 1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

0804401000

### 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Paltas frescas variedad Hass.

### 3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

08044000.1 aguacates frescos

## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

### 1. ARANCEL GENERAL:

Arancel	Porcentaje
Derecho Arancelario a la Importación (DAI)	14%
Ley 6946 (definido por dicha ley)	1%
Total	15%

### 2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

Considerando el Tratado de Libre Comercio suscrito entre Chile y Costa Rica, este producto no paga arancel.

### 3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Las mismas ventajas arancelarias (0% arancel) las tienen: México, Panamá, República Dominicana y Estados Unidos, como también los países de Centroamérica (Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua) y CARICOM

(Antigua & Barbuda, Bahamas, Barbados, Belice, Dominica, Grenada, Guyana, Haití, Jamaica, Montserrat, Santa Lucía, San Cristóbal y Nieves, San Vicente y Granadinas, Surinam y Trinidad y Tobago).

#### 4. OTROS IMPUESTOS:

Todas las importaciones, independiente de su lugar de procedencia, y siempre que no se trate de artículos de primera necesidad, pagan el Impuesto al Valor Agregado correspondiente a un 13%.

#### 5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

No se detectan barreras para-arancelaria.



## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

### 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Las importaciones de paltas se encuentran sujetas al cumplimiento de las normas indicadas por el Servicio Fitosanitario del Estado (SFE), en la guía técnica ARF 05, la cual contiene los requisitos generales para la importación de frutas, hortalizas, raíces, bulbos y tubérculos para consumo fresco o para la industria.

Para el caso de los productos de consumo en fresco, estos deben venir debidamente empacados en cajas plásticas o de cartón nuevas, identificando el producto (Nombre común de la especie y la variedad), productor, zona de producción y país, nombre de la empresa exportadora, peso neto, calibre y calidad. El producto debe estar libre de residuos como, tierra o polvo y plagas como insectos, caracoles y babosas.

Como requisito, el envío debe venir acompañado del correspondiente Certificado Fitosanitario emitido por el Servicio Agrícola y Ganadero de Chile.

Para acceder a los beneficios arancelarios del TLC entre Chile y Costa Rica, debe adjuntarse el Certificado de Origen emitido, llenado y firmado por el productor o exportador chileno.

Los límites máximos de residuos (LMR) de plaguicidas en Costa Rica están establecidos en el Reglamento Técnico de Límites Máximos de Residuos de Plaguicidas en Vegetales, RTCR-2008 (SFE-MAG), el cual adopta como oficiales, en primera instancia, aquellos establecidos por el Codex *Alimentarius*. En los casos en que no existan los LMR establecidos por el Codex *Alimentarius* se aplicarán los LMR establecidos por la Environmental Protection Agency (EPA) de los Estados Unidos y/o los establecidos por la Unión Europea (UE). Cuando los LMR establecidos por la EPA y la UE sean diferentes, se adoptará el de mayor valor nominal, todo de conformidad con el artículo 5, incisos 1, 3 y 4 del Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio (OMC) sobre la aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, no obstante, se podrán adoptar como oficiales los LMR de otros países una vez que la Unidad de Registro del SFE compruebe que los procedimiento para establecerlos, fueron similares a los utilizados por Codex *Alimentarius* (Decreto N° 35301-MAG-MEIC-S, 6 de Julio del 2009, puntos 5.1 y 5.2)

El proceso para la importación de paltas se encuentra en la nota técnica N°35 publicada por Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), en 2007. Para tales efectos se indica que: todos los productos vegetales requieren de una autorización previa de importación que está establecida en el artículo 51 de la Ley N° 7764 de Protección Fitosanitaria.

Quien desee importar paltas deberá estar registrado ante el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y presentar el correspondiente Formulario de Autorización de Desalmacenaje (FAD) la cual se tramita ante “Ventanilla Única” de PROCOMER.

## 2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS

El Organismo encargado de fiscalizar y autorizar el registro, comercialización e importación de paltas es el Ministerio de Agricultura de Costa Rica, a través de Servicio Fitosanitario del Estado ([www.sfe.go.cr](http://www.sfe.go.cr)).

## 3. ETIQUETADO

Actualmente, no existe una norma que especifique el etiquetado, salvo lo indicado en el punto precedente respecto de la identificación la cual debe venir en las cajas. Los requerimientos de PLU u otro sistema como códigos de barra deben revisarse directamente con las empresas importadoras.



*Imagen 1: Caja de palta Hass de 10 kilos netos, importada de México, con etiqueta de identificación del producto (Foto tomada en mercado CENADA).*



*Imagen 2: Paltas Hass importadas presentadas a granel en cajas de 10 kilos netos sin PLU o identificación de origen (Foto tomada en mercado CENADA).*



Imágenes 3 y 4: Paltas Hass importadas presentadas para su comercialización a granel en góndolas de supermercados.

## IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

### 1. ESTADÍSTICAS 2010

Tabla 1: Importación de paltas, Costa Rica, temporada enero-diciembre 2010.

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
México	8.112.133	14.176.325	96,1%
Perú	181.033	260.857	1,8%
Nicaragua	1.091.783	167.452	1,1%
Chile	71.665	116.097	0,8%
Guatemala	110.400	14.600	0,1%
Otros	71.000	10.59	0,1%
<b>Total Importado</b>	<b>9.638.014</b>	<b>14.745.927</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

## 2. ESTADÍSTICAS 2009

Tabla 2: Importación de paltas, Costa Rica, temporada enero-diciembre 2009.

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
México	7.344.567	12.431.563	98,4%
Nicaragua	1.213.958	109.968	0,9%
Chile	46.848	57.780	0,5%
Guatemala	29.440	22.481	0,2%
Honduras	35.950	6.060	0,0%
<b>Total importado</b>	<b>8.670.763</b>	<b>12.627.852</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

## 3. ESTADÍSTICAS 2008

Tabla 3: Importaciones de palta, Costa Rica, temporada enero-diciembre 2008.

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
México	5.204.098	10.547.783	100%
<b>Total</b>	<b>5.204.098</b>	<b>10.547.783</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

*Nota: Para los períodos 2009 y 2010 se detectó una distorsión de los precios (relación valor/cantidad) para las paltas provenientes de países de la región de Centroamérica. Se cotejó estas cifras con la fuente quién indica que los datos reflejan exactamente los documentos únicos de entrada (DUE). Las explicaciones más probables son una subfacturación para evitar pago de impuestos de exportación en los países de origen e IVA en Costa Rica y a la informalidad comercial existente en los puntos fronterizos entre los países de la región.*

# V ■ SITUACIÓN DE LAS PALTAS EN COSTA RICA

## 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

En Costa Rica se producen paltas de diferentes variedades, principalmente las llamadas criollas y desde hace ya varios años la variedad Hass. La producción se concentra principalmente en los cantones de León, Cortés, Tarrazú y Dota en la zona de los Santos donde las temperaturas permiten su cultivo.



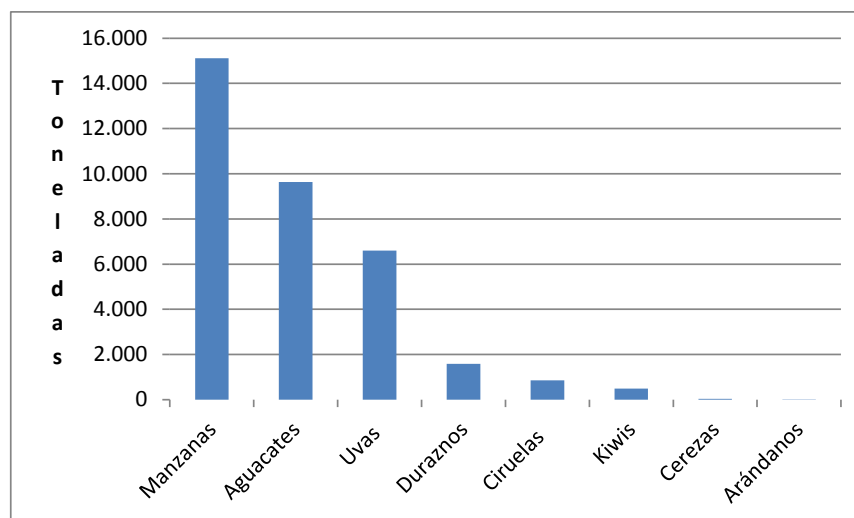
La época de cosecha puede extenderse, dependiendo del año, desde mayo a diciembre, pero se concentra a partir de julio a octubre. Los datos de superficie son poco precisos puesto que las estadísticas incluyen casos en que se usa al palto como cobertura para el cultivo del café, como también asociado con otras especies frutales. Debido al bajo nivel tecnológico y a la baja densidad de plantas usadas, los rendimientos son bajos, estimándose que no superarían los 5.000 kg/ha, con un promedio de producción nacional cercano a los 5 millones de kilos.

Los productores se encuentran organizados en la Asociación de Productores Agrícolas y de Comercialización (APACO), en la zona de los Santos.

Cabe destacar, que la producción de palta en Costa Rica no alcanza a satisfacer la demanda interna, y dado que esta ha ido en aumento, el faltante se debe cubrir con importaciones desde diferentes países, siendo México el principal abastecedor con un 96% del total en el año 2010, seguido por Perú con un 1.8%.

La importancia de la palta en la dieta del costarricense se refleja en el gráfico 1; en términos de volúmenes de importación es la segunda especie más importada después de la manzana, superando incluso a las importaciones de uva. Prácticamente toda la palta importada es de variedad Hass.

Gráfico 1: Importaciones totales de fruta fresca de Costa Rica en 2010.



Fuente: Elaboración propia en base a estadísticas de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA), 2010.

Las cifras de importación en los últimos tres años muestran que el negocio de la palta, principalmente de la variedad Hass ha crecido explosivamente; entre el 2009 y el 2010 el valor de las importaciones aumentó en un 17%, pasando de US\$ 12.627.852 a US\$ 14.745.927 y si se analiza el incremento entre los años 2008 y 2010, el incremento es de un 40%.

Del análisis de las tablas 1, 2 y 3, se puede establecer que la tasa promedio de crecimiento de los volúmenes importados de palta durante el período 2008-2010 fue de un 25%. Este marcado crecimiento tendría su origen en cuatro elementos: la excelente calidad de la variedad Hass importada que ha seducido al consumidor local que ha reemplazado a la palta criolla; la seguridad y regularidad en el abastecimiento; las mejoras en la infraestructura

comercial y de distribución de productos vegetales y; la influencia ejercida por los programas que incentivan a una alimentación sana que destacan los beneficios nutricionales de la palta cuando se consume regularmente.

Hay que destacar que el valor CIF promedio por kilo de las paltas Hass mexicanas importadas durante las tres últimas temporadas muestran una leve tendencia a la baja, US\$2,02 el 2008, US\$1,69 el 2009 y US\$ 1,74 el 2010. Sin embargo, esta reducción de los costos no se ha traspasado totalmente al consumidor, el que está dispuesto a comprar frutas de calibres 60 y 50 a precios que fluctúan muy poco durante el año. Los precios en ferias libres fluctúan entre €1.800 (US\$3,60) y €2.000 (US\$ 4,00) por kilo y en supermercados desde €2.100 (US\$ 4,20) hasta €2.500 (US\$ 5,00) por kilo.

Las importaciones de palta Hass desde Chile han sido relativamente bajas en el período analizado, con cifras que no alcanzan al 1% del total. En 2009 se importaron 46,8 ton y el 2010, 71,6 ton. Es destacable que los valores CIF promedio para ambas temporadas son significativamente más bajos que los mexicanos, siendo de US\$ 1,23 en 2009 y 1,62 el 2010. Esto quiere decir que desde el punto de vista del precio, la palta Chilena es muy competitiva respecto de la mexicana, entonces, ¿por qué los envíos han sido tan bajos? Cuatro son los elementos que explicarían esto: logística: el tránsito desde México es de 4 días en camión contra 17 que dura en promedio el tránsito desde Chile; oferta: baja producción debido a heladas y sequía; comercial: compromisos adquiridos con mercados tradicionales y; gestión: poca disposición de los exportadores chilenos de desarrollar este mercado y establecer programas regulares de exportación con los importadores costarricenses.

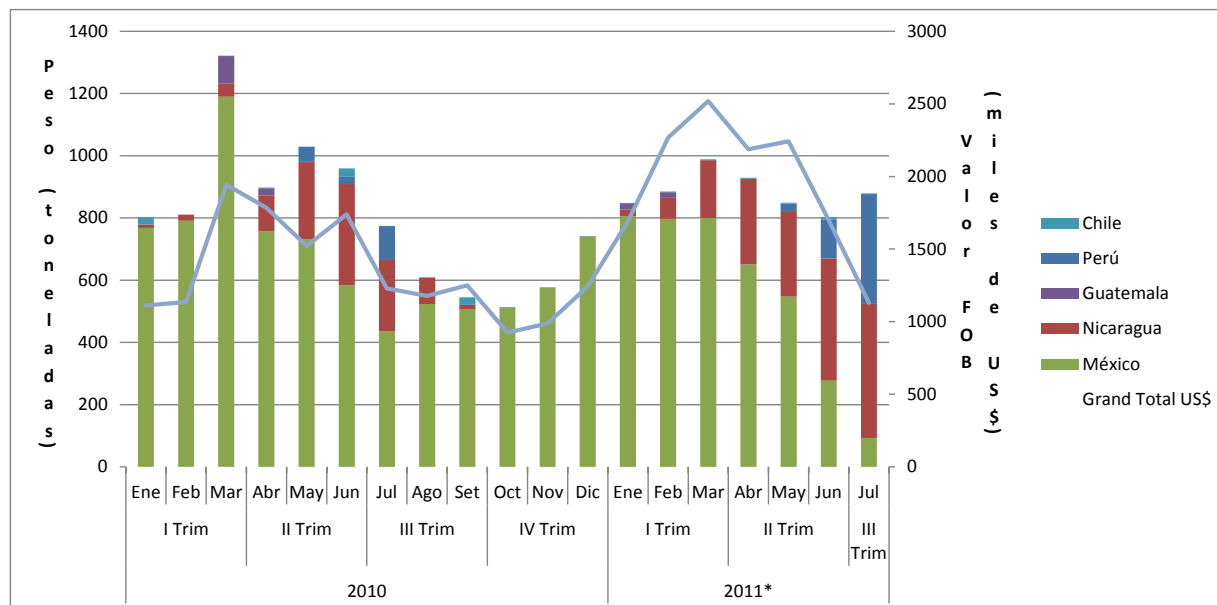
## 2. ESTACIONALIDAD DE LAS IMPORTACIONES/CONSUMO DEL PRODUCTO

En el gráfico 2 se muestra la estacionalidad de las importaciones de palta en Costa Rica del año 2010 y hasta el segundo trimestre de 2011. Como se observa, en el período junio - diciembre se produce una depresión en los volúmenes importados, que corresponde al diferencial de abastecimiento durante la temporada de producción local. Se puede inferir que el volumen de fruta comercializada mensualmente se acercaría a las 1.250 toneladas mensuales, lo que proyectado a doce meses, supondría un consumo anual de 15 mil toneladas como un escenario realista.

Llama la atención que en 2011 las importaciones desde Nicaragua presentan un aumento significativo. Esto se debe a un alza en los precios de las paltas mexicanas producido por una reducción de la oferta, atribuible a la mayor demanda de USA y la menor oferta de Chile a ese mercado. Esto queda de manifiesto al graficar los valores FOB totales mensuales, los cuales son significativamente mayores que la temporada anterior.

Es interesante destacar que a partir de 2010 y más marcadamente en el 2011, hace ingreso al mercado costarricense entre los meses de mayo a julio palta peruana. Esta fruta se encuentra negociada en el TLC que aún no ha sido ratificado, pero podrán ingresar con arancel cero a partir de 2012. Pese a eso el valor CIF es altamente competitivo (US\$ 1,44/kilo).

Gráfico 2: Importaciones mensuales de palta, Costa Rica, 2010-2011.



Fuente: Elaboración propia en base al Portal Estadístico de Comercio Exterior (Procomer).

### 3. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

La palta es un alimento habitual en la dieta del costarricense. Se estima que su consumo alcanzaría niveles cercanos a los 3 kilos *per cápita*. La principal forma de consumo es en fresco como parte de ensaladas y como guacamole para acompañar la comida tradicional y la de origen mexicano. En menor medida se consume con pan en reemplazo de mantequilla y/o quesos.

Es común ver programas de televisión locales en los que los chefs la incluyen como ingrediente en los diferentes platos que preparan. De igual forma se promociona en revistas relacionadas con la salud o la familia.

### 4. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Casi la totalidad de las importaciones de palta es a granel, en cajas plásticas de 10 kilos netos y como en la mayoría de los países, su oferta en los puntos de venta al detalle es a granel (ver imágenes), donde el consumidor puede seleccionarla desde verdes y firmes, hasta maduras listas para su consumo. En algunos casos se ha detectado mezcla en una misma góndola de paltas importadas con nacionales. En menor escala y a pedido del supermercado, el importador/mayorista ofrece un producto envasado en mallas de color verde de 1 ó 2 kilos y etiquetadas indicando el origen, nombre del productor/exportador, importador y peso.

En la mayoría de los supermercados se observan puestos de promoción para las diferentes categorías de productos realizando degustaciones a objeto de impulsar su venta, sin embargo, esto no ocurre habitualmente para las paltas.

## 5. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES

Los Importadores han manifestado que la calidad del producto es fundamental para mantener alto el consumo. Por otro lado, señalan que es indispensable mantener un abastecimiento regular y constante. Destacan que el cumplimiento en las fechas de despacho por parte de los proveedores es crítico para mantener relaciones a largo plazo. En este sentido reconocen la seriedad y compromiso del exportador chileno en otras frutas. También señalan que es importante que el país de origen cuente con las facilidades logísticas para un abastecimiento expedito y oportuno. Indican además que requieren de nuevos proveedores con una mayor flexibilidad en cuanto a pedidos mínimos y programas ajustados a la realidad del país. Estiman que durante la temporada alta de importación de paltas hacen ingreso unos cuatro contenedores semanales al mercado de CENADA el que no cuenta con la infraestructura de frigoríficos requerida para mantener la cadena de frío por lo que es fundamental mantener la regularidad en las importaciones para evitar liquidar producto por sobreoferta.

Manifiestan que en general no reciben apoyo de los proveedores para realizar campañas de promoción e impulsar de forma más agresiva el producto y posicionarlo en el mercado. En este sentido solicitan se estudie la forma de desarrollar campañas en conjunto para hacer promoción del producto en los puntos de venta al detalle. Destacan el efecto de las promociones y degustaciones en los supermercados y la publicidad en revistas y otros medios como la televisión que son percibidos como herramientas útiles para difundir las bondades de esta fruta.

## 6. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

El mayor consumo se da en la Gran Área Metropolitana comprendida por las provincias de San José, Alajuela, Heredia y Cartago. El 50% de las ventas se realiza informalmente en ferias donde los productores locales o los intermediarios ofrecen el producto. Se estima que en Costa Rica se instalan semanalmente 79 ferias. El otro 50% se comercializa a través de los canales formales como mercados, verdulerías y supermercados que se abastecen de los productores locales o bien a través de los importadores.

# VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

En Costa Rica se dan las siguientes cadenas de distribución/comercialización:

- ❖ Productor/Importador → mercado mayorista → minorista → consumidor
- ❖ Productor/Importador → supermercado → consumidor
- ❖ Productor/Importador → mercado mayorista → consumidor
- ❖ Productor → consumidor

### Producción Local

Para la palta de producción local existen dos canales de comercialización bien establecidos, quienes comercializan la producción a través de los intermediarios transportistas, que son los que se encargan de movilizarla al mercado CENADA como a los demás mercados, ferias y otros puntos de venta especializados (fruterías y verdulerías), y también en forma directa al consumidor en Ferias de Agricultores pero eso en forma local dentro de la zona de producción.

### Importadores y Mayoristas

Las empresas que concentran el 95% de las importaciones costarricenses en 2010 fueron cuatro: Frutas del Mundo con un 38%, Pura Fruta con un 27%, Fruta Internacional con un 24%, y Hortifruti con un 6%. Estas empresas venden directamente a las cadenas de supermercados aproximadamente el 50% de lo que importan y el otro 50% los comercializan a través de mayoristas, minoristas o en el mercado informal. Los mayoristas concentran su actividad en el mercado CENADA y el mercado Borbón.

### Cadenas de Supermercados

Destaca la cadena Corporación de Supermercados Unidos con más de 180 locales que incluye mega locales bajo el nombre Wal-Mart y locales diferenciados como “Maxibodegas” (15), “Hipermás” (6), “Más x Menos” (25) y locales menores en zonas periféricas para segmentos de bajos ingresos con el nombre de “Palí” (134).

Una cadena tradicional es “Automercado” que opera a través de 14 locales ubicados en zonas residenciales del estrato alto y medio-alto y generalmente contiguo centros comerciales (malls). Dentro de la amplia gama de productos que ofrece se encuentran los productos finos importados, los productos gourmet y los alimentos innovadores.

“Mega Súper” es otra cadena, pertenece al grupo empresarial ZETA asociado al desarrollo de parques industriales y malls, con 84 puntos de venta y que apunta a segmento de ingresos intermedios.

Por último, la cadena “Price Smart”, de origen estadounidense que entró en el mercado costarricense en 1999, está presente en todo Centroamérica y en Costa Rica tiene 5 tiendas. Su bandera de entrada es vender un 10% más barato que sus competidores, sobretodo en electrodomésticos y vestimenta. Para entrar y comprar en sus tiendas es necesario tener una “tarjeta de socio” que tiene un costo anual de US\$ 30.

## VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Marca	Producto	Origen	Formato	Precio
Hass	Palta importada	México	Caja plástica de con 10 Kg netos (mayorista)	US\$ 29,00
Hass	Palta importada	México	Kilo granel (supermercado)	US\$ 5.00

## VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Como parte de las campañas de promoción genérica de la palta se ha observado en los puntos de venta a chefs de reconocida trayectoria nacional preparando recetas, entregando recetarios y dando a conocer las bondades de la palta.

## IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Dependiendo del punto de venta se reconocen los siguientes formatos de presentación del producto:

### ❖ MERCADOS MAYORISTAS

La palta Hass importada procedente de México y Perú, se presenta a granel dentro de cajas plásticas con un peso de 10 kilos netos.

La palta Hass nacional procedente de la zona de Los Santos se comercializa en cajas recicladas de 10 kilos neto a granel y la palta Criolla que procede de las zonas calientes de Costa Rica (Parrita, Orotina, Pérez Zeledón y Corredores), se presenta a granel en cajas de madera que contienen de 30 a 75 unidades dependiendo de su tamaño y se venden por unidad.

### ❖ SUPERMERCADOS, FERIAS LIBRES Y FRUTERIAS

La palta se ofrece a granel dentro de cajas plásticas o góndolas y se vende por unidad o por kilo; su precio se cotiza de acuerdo con el tamaño. Con relación a la palta mexicana puede presentarse a granel o enmallada, dispuesta en góndolas o dentro de cajas plásticas y su precio se cotiza por kilo.

## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Existe un interés creciente en la población costarricense en el cuidado de su salud y alimentación, esto podría explicar el dinamismo que muestra actualmente el mercado.

La palta mexicana de la variedad Hass es la de mayor presencia en el mercado costarricense. Los retos para incrementar las exportaciones chilenas a este mercado son establecer relaciones duraderas con los importadores y asegurar la provisión de producto en forma permanente durante la temporada chilena y evitando el sobreabastecimiento que puede generar caídas de precio.

Debido a que el mercado costarricense cuenta con producto de varios orígenes y aprovechando la reconocida calidad de la fruta chilena se recomienda hacer los esfuerzos necesarios para posicionar la marca país e identificar el 100% de los frutos con PLU.

Debido a que el consumidor está habituado a comer palta con un alto contenido de materia grasa se sugiere iniciar los envíos desde Chile a fines de septiembre o bien con contenidos de aceite iguales o mayores al 10% para evitar que se frene la rotación de inventario y se produzca caída en los precios producto de promociones forzadas.

Para alargar la temporada de exportaciones chilenas y se sugiere hacer pruebas enviando la variedad Ester.

Se sugiere realizar campaña de difusión sobre las bondades y propiedades nutritivas de la palta en forma coordinada con el resto de los actores, con el objetivo de generar un mayor consumo, además sería importante incluir al aceite, puesto que en el mercado costarricense no existe.

## XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

En el Mercado de Costa Rica no se realizan ferias especializadas para frutas y vegetales importados.

## XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

- Banco Central de Costa Rica: se encuentra toda la información económica del país, sobre el tipo de cambio y demás indicadores económicos actualizados - [http://www.bccr.fi.cr/flat/bccr\\_flat.htm](http://www.bccr.fi.cr/flat/bccr_flat.htm)
- Centro Nacional de Abastecimiento y Distribución de Alimentos (CENADA): Programa Integral de Mercadeo Agropecuario (PIMA) - <http://www.pima.go.cr>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: se encuentran las estadísticas relevantes en cuanto a las importaciones realizadas por Costa Rica - <http://www.inec.go.cr/>
- Ministerio de Agricultura de Costa Rica - <http://www.mag.go.cr>

- Ministerio de Comercio Exterior: aporta información sobre Tratados de Libre Comercio y acuerdos suscritos por Costa Rica - <http://www.comex.go.cr/acuerdos/Paginas/default.aspx>
- Ministerio de Hacienda: contiene información arancelaria y código de cada producto - <http://www.hacienda.go.cr/tica/consultas/hdbaranc.aspx>
- Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER): se encuentran datos e información relevante sobre comercio exterior - <http://www.procomer.com>
- Secretaría de Integración Económica Centroamericana: Sistema de Estadística de Comercio de Centroamérica - <http://www.sieca.int>.
- Servicio Fitosanitario del Estado: contiene leyes, reglamentos y requisitos para la importación de productos alimenticios - <http://www.sfe.go.cr>.