

---

# Estudio de Mercado Frutas Frescas en Honduras

Abril 2012

---

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

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Honduras

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH: .....	4
2. Descripción del Producto: .....	4
3. Código Sistema Armonizado Local: .....	5
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	5
1. Arancel General:.....	5
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):.....	5
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias: .....	5
4. Otros Impuestos:.....	6
5. Barreras Para – Arancelarias .....	6
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	6
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso .....	6
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas: .....	7
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes) .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	7
1. Estadísticas 2010 .....	7
2. Estadísticas 2009 .....	7
3. Estadísticas 2008 .....	7
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	11
1. Potencial del producto .....	11
1.1. Formas de consumo del producto .....	12
1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.).....	12

<b>1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).</b> .....	12
<b>1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.</b> .....	13
<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.</b> .....	13
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución</i> .....	13
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i> .....	16
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i> .....	17
<i>IX. Características de Presentación del Producto</i> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i> .....	19
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto</i> <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i> .....	19

## PRODUCTO:

### 1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

Estudio que analiza las siguientes frutas frescas: manzanas, uvas, peras y melocotones. Se presenta a continuación el detalle de glosas arancelarias:

Código	Descripción de los Productos
0806.1010	Uvas variedad Thompson seedless (sultaninan), frescas
0806.1020	Uvas variedad Flame seedless, frescas
0806.1030	Uvas variedad Red globe, frescas
0806.1040	Uvas variedad Ribier, frescas
0806.1050	Uvas variedad Crimson seedless, frescas
0806.1060	Uvas variedad Black seedless, frescas
0806.1070	Uvas variedad Sugraone, frescas
0806.1080	Uvas variedad Ruby seedless, frescas
0806.1090	Las demás uvas frescas
0808.1010	Manzanas variedad Richared delicious, frescas
0808.1020	Manzanas variedad Royal gala, frescas
0808.1030	Manzanas variedad Red starking, frescas
0808.1040	Manzanas variedad Fuji, frescas
0808.1050	Manzanas variedad Braeburn, frescas
0808.1060	Manzanas variedad Granny Smith, frescas
0808.1070	Manzanas variedad Red Chief, frescas
0808.1090	Las demás manzanas frescas
0808.2011	Peras variedad packham{s Triumph, frescas
0808.2013	Peras variedad asiáticas, frescas
0808.2014	Peras variedad Abate Fetel, frescas
0808.2015	Peras variedad Barlett, frescas
0808.2016	Peras variedad Beurre bosc, frescas
0808.2017	Peras variedad Coscia, frescas
0808.2018	Peras variedad D'Anjou, frescas
0808.2019	Las demás peras frescas
0809.3010	Nectarines frescos
0809.3020	Duraznos (melocotones), frescos

### 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

- Uvas frescas
- Manzanas frescas
- Peras frescas
- Duraznos (melocotones) frescos
- Nectarines frescos

**3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:**

Partida arancelaria	Descripción
0806.1000	Uvas frescas
0808.1000	Manzanas frescas
0808.2010	Peras frescas
0809.30.00	Melocotones (duraznos), incluidos los griñones y nectarinas



## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

**1. ARANCEL GENERAL:**

	0806.1000 Uvas frescas	0808.1000 manzanas frescas	0808.2010 Peras Frescas	0809.3000 melocotones frescos
DAI general (%)	15	15	15	15

**2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (\*):**

	0806.1000 Uvas frescas	0808.1000 manzanas frescas	0808.2010 Peras Frescas	0809.3000 melocotones frescos
Chile (DAI %)	0	0	0	0

**3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:**

País	0806.1000 Uvas frescas DAI (%)	0808.1000 manzanas Frescas DAI (%)	0808.2010 Peras frescas DAI (%)	0809.3000 melocotones frescos DAI (%)
Estados Unidos	0	0	0	0
Colombia	0	12,0	13,0	12,0
México	1,3	1,3	0	1,3
Panamá	0	0	0	0
Rep. Dominicana	0	0	0	0
Centroamérica	0	0	0	0
Taiwán	15,0	15,0	12,0	15,0

**4. OTROS IMPUESTOS:**

No hay impuestos adicionales.

**5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS**

No existen barreras para arancelarias.



## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

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

El ingreso a Honduras de frutas y vegetales frescos está sujeto a las normas establecidas en el Reglamento de Cuarentena Agropecuaria, artículos 6 al 35.

La autorización de las importaciones de frutas y vegetales frescos y procesadas corresponde a la Subdirección Técnica de Sanidad Vegetal a través del Departamento de Inspección e Inocuidad de Alimentos de Origen Vegetal, para lo cual requerirá Certificación de Registro vigente y Permiso Sanitario de importación; cuando proceda, constancia en materia fitosanitaria, autorización de muestras para fines de investigación y resultados de análisis, por un laboratorio oficial o acreditado, todo extendido por la Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG), con el propósito de establecer que dicha importación no pone en peligro o riesgo, la sanidad de los vegetales y recursos hidrológicos.

La Ley establece que las unidades, lotes o cargamentos que importen deberán venir acompañadas del respectivo certificado fitosanitario o zoosanitario, en el cual se indiquen que los vegetales y frutas se encuentran en buen estado fitosanitario o zoosanitario y cumplen los requisitos establecidos en los respectivos permisos. Este certificado deberá ser expedido por la autoridad competente del país de origen o procedencia y se ajustará al modelo que figura como anexo al texto de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF). En el caso de que se considere necesario, podrá solicitarse el certificado de origen, por ejemplo, en el caso de los productos de origen chileno que gozan de preferencias arancelarias.

El certificado zoosanitario de país de origen debe ser visado por la representación diplomática hondureña en dicho país. Exceptuándose de este requisito los documentos zoosanitarios que acompañen los embarques provenientes de países con los cuales existan acuerdos específicos sobre la materia.

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

Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria (SENASA)  
 Subdirección técnica de Sanidad Vegetal  
 Documento: Solicitud de permiso de Cuarentena Vegetal

# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

Producto: Manzana fresca - Partida arancelaria: 0808.1000

**1. ESTADÍSTICAS 2011**

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	8.872.080	11.168,0	71%
Chile	3.706.129	3.926,1	25%
El Salvador	354.697	485,8	3%
Subtotal	12.932.906	15.579,9	99%
Total	13.034.796	15.617,4	100%

**2. ESTADÍSTICAS 2010**

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	7.362.073	8.479,3	68,0
Chile	4.065.825	3.877,4	31,0
Subtotal	11.427.898	12.356,0	99,0
Total	11.556.295	12.415,3	100,0

**3. ESTADÍSTICAS 2009**

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	6.270.282	3.717,3	39,0
Chile	2.181.302	2.090,1	22,0
Subtotal	8.451.584	5.807,4	61,0
Total	9.113.036	9.352,3	100,0

Fuente: SIECA

Producto: uva fresca - Partida arancelaria: 0806.1000

### 1. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	3.487.139	7.177,8	67,8%
Chile	951.780	1.707,8	16,1%
México	328.247	705,7	6,7%
Perú	342.690	618,5	5,8%
Subtotal	5.109.856	10.209,8	96,4%
Total	5.287.922	10.592,4	100%

En cuanto a la importación de uva, el producto procedente de Perú ha aumentado en vista de su precio y disponibilidad en los meses de temporada alta (de diciembre a febrero).

### 2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	3.207.993	5.669,9	67,0
Chile	940.801	1.806,1	21,0
México	311.470	490,0	5,0
Perú	226.400	394,8	4,0
Subtotal	4.686.664	8.360,8	97,0
Total	4.686.972	8.361,9	100,0

### 3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	2.728.160	5.253,5	69,0
Chile	928,805	1.431,7	18,0
El Salvador	196.264	353,7	4,0
México	163.207	262,2	3,0
Subtotal	4.016.436	7.301,1	94,0
Total	4.182.891	7.545,8	100,0

Fuente: SIECA



Producto: pera fresca - Partida arancelaria: 0808.2010

### 1. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	1.017.012	1.293,6	77,5%
Chile	144.033	162,9	9,8%
Argentina	98.844	130,0	7,8%
El Salvador	59.276	82,6	5,0%
Subtotal	1.319.165	1.669,1	100%
Total	1.319.165	1.669,1	100%

### 2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (Miles US\$)995,9	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	782.551	995,9	70%
Chile	233.695	209,7	15%
Argentina	189.689	197,2	14%
Subtotal	1.402.828	1.205,9	99%
Total	1.217.834	1.418,7	100,0

### 3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	677.291	822,9	62%
Chile	188.925	193,6	15%
El Salvador	124.860	155,3	12%
Argentina	103.515	111,5	8%
Subtotal	1.283.254	1.094,6	97%
Total	1.124.068	1.321,0	100,0

Fuente: SIECA

Producto: Melocotones frescos - Partida arancelaria: 0809.3000

### 1. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	165.925	222,6	49,2%
Chile	116.420	176,0	38,9%
Subtotal	282.345	398,6	88,1%
Total	316.569	452,3	100%

### 2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	218.817	292,0	56,0
Chile	146.421	227,8	43,0
Subtotal	365.238	519,8	99,0
Total	365.942	520,2	100,0

### 3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	157.907	228,3	52,0
Chile	127.364	154,5	35,0
Subtotal	285.271	382,8	87,0
Total	329.982	437,3	100,0

Fuente: SIECA

# V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

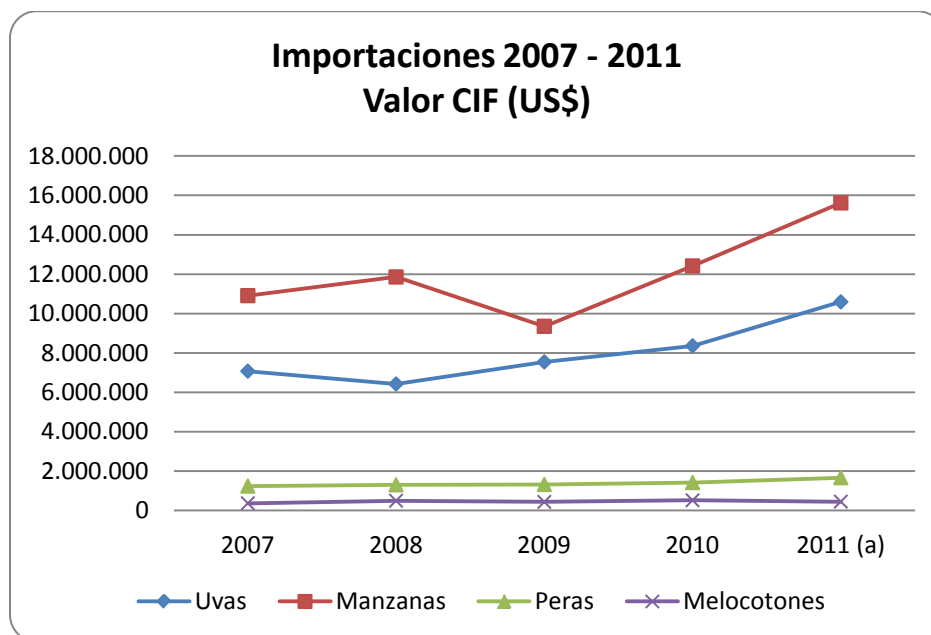
## 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

No existe producción local y el país es un importador de los productos analizados en este estudio. El consumo per cápita de manzana es de 1.60 kg, uvas 0.64 kg, peras 0.16 kg y melocotones 0.03 kg.

Por otro lado, del total de frutas importadas durante el 2011, las manzanas representaron el porcentaje más alto (37%), seguido por uva fresca (25%), aguacates (12%), plátanos (9%) y peras (4%).

Como se puede observar en las estadísticas, los principales proveedores de este tipo de productos son Estados Unidos y Chile, ambos países gozan de las mismas preferencias arancelarias.

Cabe destacar que, durante los últimos cinco años, a excepción del 2009 donde el país atravesó por una crisis económica y política, se registra una tendencia de crecimiento en las compras al exterior, de cada una de las frutas, detallada en el gráfico siguiente.



Fuente: elaboración propia en base a datos de SIECA

### 1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

En general el consumo de este tipo de frutas es el mismo que en la mayoría de países. Destacan los siguientes puntos:

- En los últimos años se ha incrementado el consumo de manzanas como acompañamiento de la lonchera de los niños de primaria (calibres más pequeños).
- La manzana es percibida como un producto dietético, por lo que las personas en programas de reducción de peso suelen preferirlas o por personas con un estilo de vida más saludable.
- En el caso de las uvas, estas son preferidas sin semillas, rojas o negras.
- En el caso de los duraznos o melocotones, las personas los prefieren en conserva, especialmente para postres.
- No es usual que el consumidor adquiera las frutas para preparación de jaleas o mermeladas naturales.

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

Algunas empresas distribuidoras de fruta fresca cuentan con páginas web, en donde muestran su cartera de productos, no obstante, aun no se comercializan a través de internet, sino por medio de métodos tradicionales.

Las formas de presentación más comunes en puntos de venta al por menor son:

- a. Manzana: bandejas de un solo tipo de manzana y bandejas con un mix de colores, manzanas individuales, y en menor porcentaje manzanas cortadas y envasadas en bolsas de plástico.
- b. Uvas: empacadas en bandejas de durapack o en bolsas plásticas con respiraderos.
- c. Peras: generalmente se presentan de forma individual.
- d. Duraznos: generalmente se presentan de forma individual.

### 1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

Es importante mencionar que las empresas reconocen la calidad de la fruta chilena y la seriedad de las empresas con las que han trabajado en estos años, en general están muy satisfechos.

En cuanto a factores de decisión sobre nuevos proveedores, en opinión de los importadores el precio es uno muy importante, además de la variedad de frutas que la empresa ofrezca para poder hacer algunas veces importaciones de mix de frutas (consolidados). En cuanto a los calibres, estos dependerán de la estrategia comercial a utilizar en esa época específica del año, por ejemplo “el regreso a clases”, ingresando al mercado con mas fruta de calibre pequeño, etc.

Valoran el tener la opción de extender la calendarización de disponibilidad de la fruta, más allá del mes de agosto.

En el caso de otras frutas cuyo manejo es más sensible, como en el caso de la cereza, los importadores manifiestan que han intentado explorar el mercado, no obstante, el tiempo de tránsito les resulta un factor muy complicado.

#### 1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

- Según comentarios de los importadores, en las temporadas donde la producción nacional de fruta es más fuerte (fruta tropical), el consumidor destina un mayor porcentaje de sus gastos hacia ese tipo de fruta.
- Entre las frutas importadas, la manzana es la que goza de mayor preferencia (37%), seguida por las uvas (25%).
- En Navidad, este tipo de frutas tiene un leve aumento para finales del año.
- En cuanto a la manzana, las variedades de mayor consumo son: Gala, Golden, Fuji y Granny.
- Las variedades de uvas más consumidas son: Red globe, Thompson seedless y Flame seedles.
- En peras, las principales variedades observadas en el mercado son: Asiática, D'anjou y Coscia.

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

Las principales zonas de consumo de estos productos son la zona centro y la zona norte de país, donde están concentrados la mayor parte de población, especialmente las ciudades de Tegucigalpa y San Pedro Sula.

## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

El suministro de frutas, como la manzana, las uvas y los nectarines, es controlado por un número limitado de importadores, en parte debido a los montos de inversión en infraestructura necesarios y conocimiento de los canales.

### **Mercado Mayorista**

Los importadores son empresas especializadas en la distribución de frutas y vegetales frescos, tanto nacionales como extranjeros, contando con la infraestructura y logística para el manejo de los mismos. Además de distribuir al mercado minorista, algunas veces cuentan con tiendas al por menor.

**Mercado Minorista**

**a. Mercados Populares**

Ubicados en barrios o zonas de menores recursos económicos, los cuales comprenden un conjunto de pequeños comerciantes (productores o intermediarios) minoristas y/o mayoristas. En general, los mercados permanecen abiertos de lunes a domingo.

En Tegucigalpa hay un total de nueve mercados y en San Pedro Sula cinco. Además, de frutas y vegetales frescos, el consumidor puede encontrar en los mercados productos alimenticios procesados, tales como: pastas, lácteos, salsas de tomate, mayonesa, arroz, frijoles, etc. a precios inferiores que en el supermercado.

**b. Supermercados y Clubes por Membrecía**

En el caso de Honduras, los supermercados no son los protagonistas predominantes en las ventas al por menor. Dependerá mucho del producto, pero en general este segmento representa un 35% de las ventas al detalle (área alimenticia).

**Los supermercados más importantes a nivel nacional son:**

Supermercado	Número de tiendas	Ciudades	Observaciones
Walmart de Centroamérica Formatos: - Despensa Familiar - Walmart - Maxi Dispensa - Supermercados Paiz	52 1 8 7	A nivel nacional. Tegucigalpa Zona norte Tegucigalpa, San Pedro sula y La Ceiba.	En diciembre del 2009, Walmart México anunció la adquisición de las operaciones de Walmart en Centroamérica. En el 2010 se completo la transacción y Walmart México se convirtió en Walmart México y Centroamérica.  En el 2011, se abrió el primer formato de tienda Walmart Supercenter.  Marcas blanca: Suli y Sabemas.
Supermercados La Colonia	21	Tegucigalpa, San Pedro Sula, Choluteca y Comayagua.	Inversión Nacional. Cuentan con centros de almacenaje y distribución tanto en Tegucigalpa como en San Pedro Sula. Se encuentra en planes de expansión a nivel nacional. Marcas blancas: Premier Value y Hytop. <a href="http://www.lacolonia.hn">www.lacolonia.hn</a>

Mas x Menos	1	Tegucigalpa	Inversión Nacional. Supermercado orientado a la clase media alta y alta.
Supermercados YIP	1	Tegucigalpa	Además de las categorías normales de supermercado, cuentan con una sección para insumos de fiestas y celebraciones, así como una amplia gama de productos alimenticios asiáticos. <a href="http://www.supermercadoyip.com">www.supermercadoyip.com</a>
Stock	2	Tegucigalpa	Club por membresía. Inversión Nacional. No comercializa vegetales y frutas frescas. <a href="http://www.stock.hn">www.stock.hn</a>
PriceSmart	2	Tegucigalpa y San Pedro Sula	Club de compras por membresía. Las negociaciones con nuevos proveedores internacionales se hacen a través de las oficinas en Miami. Venta al detalle y al por mayor.
Supermercado Junior	2	San Pedro Sula	Inversión nacional.
Supermercado Colonial	2	San Pedro Sula	Inversión nacional. <a href="http://www.supermercadoscolonial.com">www.supermercadoscolonial.com</a>
Supermercado Los Andes	1	San Pedro Sula	Supermercado orientado a la clase media alta y alta. Actualmente en construcción yb nuevo y moderno supermercado; se espera apertura en el segundo semestre del 2012. <a href="http://www.comisariatolosandes.com">www.comisariatolosandes.com</a>
Supermercado La Antorcha	6	San Pedro Sula y Progreso	Inversión nacional. <a href="http://www.superantorcha.com">www.superantorcha.com</a>

Los supermercados trabajan con créditos de 30 hasta 120 días y dependerá de la negociación o buenas relaciones con el proveedor para la destacada posición del producto en los anaqueles. Además, algunos supermercados solicitan al distribuidor un lote de productos gratis cuando estos son nuevos en el mercado.

### C. Otros canales de distribución

Además de los supermercados, en Honduras, existen muchos puntos de venta de manzanas al por menor, distribuidos en las principales ciudades del país. Estos puntos minoristas se comercializan otras frutas además de manzanas y uvas.

Cabe destacar que, el mayor porcentaje de venta de frutas, a diferencia de otros países, no se da a través de las grandes superficies de venta, sino a través de los mercados y puestos minoristas en la calle.

## VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Los precios varían dependiendo del punto de venta, si es supermercado, si es bodega, etc. Los siguientes precios fueron tomados en supermercado:

Descripción	Precio US\$ (x libra)
Nectarina	1.96
Uva roja	1.51
Manzana Gala	0.94
Manzana verde Granny Smith	0.97
Manzana roja	0.85
Manzana Golden delicious	1.09
Pera D´Anjou verde	1.01
Pera D´Anjou roja	1.56
Pera Bosh	1.03
Manzana roja infantil	1.14 Bandeja de 6 unidades
Manzana roja infantil	23.32 Caja de 150 unidades



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

En general algunas estrategias utilizadas son:

- ✓ Promociones en Punto de Venta.
- ✓ Promociones en temporada alta (a través de facebook, diarios, etc.)
- ✓ Merchandising (material Pop, bolsas, etc.)
- ✓ Soporte Técnico para el Trade
- ✓ Misiones Comerciales





Estados Unidos realiza continuamente campañas en puntos de venta, para fomentar una asociación del producto con el país, a través de material pop o bolsas para llevar el producto, entre otros. Asimismo, individualmente algunas marcas también hacen este tipo de promoción, como se puede ver en la siguiente foto.



## IX. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Como se ve reflejado en las estadísticas, la demanda total del mercado está creciendo, pero este incremento lo están aprovechando las empresas de Estados Unidos. En vista que las barreras sanitarias para ingresar al mercado, que aun no son tan drásticas como en el resto de la región, se recomienda que los proveedores interesados tomar contacto directo con los diferentes distribuidores y conocer a través de ellos las perspectivas en el corto plazo y el potencial real.

También se recomienda enfatizar en el posicionamiento el origen y marca, a fin que el consumidor vaya reconociendo y asociando la calidad del producto con la marca una específica y el origen chileno.

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

Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG)

[www.sag.gob.hn](http://www.sag.gob.hn)

Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria (SENASA)

[www.senasa-sag.gob.hn](http://www.senasa-sag.gob.hn)

Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria (OIRSA)

[www.oirsa.org/portal/R\\_Honduras.aspx](http://www.oirsa.org/portal/R_Honduras.aspx)

Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA)

[www.sieca.int](http://www.sieca.int) (estadísticas de importación y exportación / aranceles)

Documento Elaborado por: Ana Karina Herrera

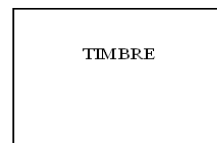
[aherrera@prochile.gob.cl](mailto:aherrera@prochile.gob.cl)



REPUBLICA DE HONDURAS  
SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y GANADERÍA  
SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA  
SUB DIRECCION TECNICA DE SANIDAD VEGETAL



4 SOLICITUD DE PERMISO DE IMPORTACION



1. Datos de Ingreso de la Solicitud:

LUGAR:	DIA:	MES:	AÑO:
--------	------	------	------

2. Datos de la Persona Natural o Jurídica Importadora Solicitante:

Nombre del Solicitante:			
Nacionalidad:	Identidad No.		
DIRECCION:	Barrío o Colonia:	Calle o Avenida:	
Casa No.	Ciudad:	Departamento:	
Teléfono:	FAX:	Correo E:	

3. Datos de la Empresa Importadora:

IMPORTADOR:			
DIRECCION:	Barrío o Colonia:	Calle o Avenida:	
Casa No.	Ciudad:	Departamento:	
RTN:	Teléfono:	FAX:	Correo E:

Comparezco ante usted para solicitarle el siguiente permiso de Importación:

4. Descripción del (los) Producto (s):

No	PRODUCTO	NOMBRE CIENTIFICO	TIPO DE EMPAQUE <sup>1</sup>	PRESENTACION <sup>2</sup>	PESO (Kg)	Valor FOB \$
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
VALOR TOTAL FOB						\$

<sup>1</sup>/ Definir si son: Sacos, Paquetes, Bultos, Cajas, Pacas, Unidades, Piezas, A granel, etc. <sup>2</sup>/ Producto fresco, procesado, elaborado, semielaborado, de uso industrial, etc.

5. Transporte y Origen:

MEDIOS DE TRANSPORTE:	AEREO: <input type="checkbox"/>	MARITIMO: <input type="checkbox"/>	TERRESTRE: <input type="checkbox"/>
País de Origen del Producto:	País de Procedencia del Producto:		
Aduana de Entrada al País:			

La solicitud del permiso fitosanitario deberá ser realizada con una antelación mínima de 15 días a la llegada al país de la correspondiente importación (artículo 7)  
Comprometiéndome a cumplir la Ley Fitosanitaria (Decreto 157-94) y el Reglamento de Cuarentena Agropecuaria (Acuerdo No. 1618-97) Vigentes.

FIRMA DEL INTERESADO

NOMBRE DEL INTERESADO

PARA CONTROL INTERNO

RECIBO No.	PERMISO No.	HORA DE RECIBO:		
Fecha de ingreso al sistema	Fecha de entrega del permiso			
Vo. Bo. y sello Depto. de Semilla	Vo. Bo. y sello Depto. de Inocuidad	Vo. Bo. y sello Depto. de Agricultura Orgánica	Vo. Bo. y sello Unidad de Análisis de Riesgo	Vo. Bo. y sello Depto. de Cuarentena Agropecuaria
OBSERVACIONES:				

Los Tramitadores deberán presentar Autorización de Importación con la Solicitud.