

IICA
BIBLIOTECA VENEZUELA
30 MAY 1996
RECIBIDO

IICA
BIBLIOTECA VENEZUELA

30 MAY 1996

RECIBIDO

**CADENA
AGROPRODUCTIVA
DEL
PALMITO DE PEJIBAYE**

**CONSULTOR
LUIS ALBERTO CARDENAS B.**

ABRIL 1995

00003460

11CA

E10

1189

CONTENIDO

IICA-CIDIA

| | PAGINA |
|--|--------|
| PRESENTACION | |
| AGRADECIMIENTO | |
| EL ENFOQUE METODOLOGICO | 1 |
| I. EL ENTORNO GLOBAL | 2 |
| A. El contexto mundial | 2 |
| B. El contexto centroamericano | 4 |
| C. El contexto interno y las políticas económicas | 5 |
| D. El marco funcional: identificación de instituciones y de actores principales. | 5 |
| II. IMPORTANCIA ECONOMICA Y SOCIAL DEL SUB-SECTOR PEJIBAYE EN LA ECONOMIA COSTARRICENSE. | 10 |
| EVOLUCION RECIENTE | 10 |
| A. Participación en el PIB agropecuario | 10 |
| B. Evolución del área sembrada y de la producción | 10 |
| C. Importancia social | 12 |
| D. Consumo nacional e internacional | 12 |
| III. ACTORES Y ACTIVIDADES | 15 |
| A. Productores y producción primaria | 15 |
| B. Costos de producción agrícola | 20 |
| C. La industria de la transformación | 21 |
| D. La etapa de comercialización | 26 |
| E. Comercialización y abastecimiento de insumos | 27 |

| | |
|--|-----------|
| IV. VENTAJAS Y DEBILIDADES DEL SUB-SECTOR | 28 |
| A. Condiciones de producción | 28 |
| B. Factores endógenos limitantes | 28 |
| C. Situación de competitividad frente al resto del mundo y frente a centroamérica | 29 |
| | |
| V. PERSPECTIVAS | 31 |
| A. Sensibilidad de la actividad | 31 |
| B. Posibles acciones a emprender | 32 |
| | |
| ANEXOS | 34 |

PRESENTACION

En este documento se presentan los resultados más relevantes del estudio de la cadena agroproductiva del palmito de pejibaye en Costa Rica, obtenidos a lo largo de un proceso muy participativo de los distintos actores, públicos y privados, relacionados con la actividad.

El mismo es producto del esfuerzo realizado por el Consejo Nacional de Producción, a fin de disponer de un instrumento que le facilite contar con la caracterización de la situación actual del sub-sector, de sus desafíos y/o retos, y de las oportunidades actuales y futuras, con base en la metodología de análisis de cadena; a su vez, proporcionar a los principales actores involucrados en la actividad, agricultores-industriales-comerciantes-consumidores, un marco común que les permita jugar un papel importante en la definición de las orientaciones, las prioridades y las acciones necesarias para la modernización del sub-sector pejibaye y el mejoramiento de su eficiencia económica.

AGRADECIMIENTO

La realización del presente documento fue posible gracias a la valiosa colaboración prestada al suscrito por parte de los productores y sus organizaciones, industriales y, funcionarios públicos y privados.

El agradecimiento es especial a: Lic. Pablo Araya C. funcionario de la Agencia de Cooperación Técnica en Costa Rica del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) y al personal de apoyo de esa Agencia; al Ing. William Barrantes S., Sub-gerente general del Consejo Nacional de Producción; al Ing. Manuel A. Chaves H., Gerente del Programa Nacional de Palmito y su asistente en mercadeo, Ing. Walter Martínez; al Ing. Carlos Mario González R., Director de la Región Huetar Norte del CNP; al Ing. Ronald Brenes, Jefe Sub-región San Carlos, CNP; al Ing. Franklin Juárez M., Director de la Región Central del CNP; al Ing. Ronald Meneses, Jefe Sub-región Turrialba, CNP y su personal de apoyo y, al Ing. José Muñoz, Director Ejecutivo de FUNDECA.

EL ENFOQUE METODOLOGICO

Los cambios de carácter económico y/o comercial que han venido ocurriendo tanto en el ámbito nacional como internacional, propiciados por los Programas de Ajuste Estructural, la Apertura Comercial y la liberalización de la economía, entre otros, han conducido al replantamiento de los esquemas productivos a fin de encontrar alternativas viables de producción que permitan hacer del cultivo del palmito de pejibaye una importante actividad de desarrollo.

Para ello, el enfoque de cadenas agropecuarias resulta de gran utilidad para visualizar la actividad en su conjunto y en sus partes constitutivas, de manera que, a través de la concertación Gobierno-sector privado, pueden formularse y ejecutarse políticas específicas que mejoren la capacidad de esta actividad y lleven mayor beneficio a los agentes involucrados (agricultores, industriales, comerciantes, consumidores).

El enfoque tiene una visión global, cuyo análisis involucra las fases de producción primaria, industrialización, comercio y consumo.

La metodología empleada permite comprender la estructuración, el funcionamiento, la articulación y la dinámica del conjunto de actividades que conforman este sub-sector agrícola; facilitando a su vez establecer la importancia económica y social de la cadena en la economía de Costa Rica y su relación en el contexto regional y mundial, con el propósito de observar la manera en que ese contexto influye en el funcionamiento de la cadena.

El presente documento no sólo se circunscribe el resultado de un estudio, sino que va más allá al ofrecer información documentada de las fases que fueron objeto de investigación, análisis y de discusión, mismas que se realizaron a lo largo de un proceso participativo de los distintos actores, públicos y privados, relacionados con la actividad.

I. EL ENTORNO GLOBAL

A. EL CONTEXTO MUNDIAL

El mercado internacional de palmito de pejibaye ha evolucionado sostenidamente, encontrándose que los mercados de Europa, Estados Unidos y Canadá importaron: 14319 T.M. en 1990, 13527 T.M. en 1991, 13943 T.M. en 1992, 14313 T.M. en 1993 y 10250 T.M. a julio de 1994 (65%).

Situación que se atribuye a que este producto es sustituto de otros como el espárrago y las alcachofas, cuyos precios de venta al consumidor son relativamente iguales.

Otro factor que ha incidido, es el posesionamiento, por años, que el palmito procedente de Brasil ha tenido en el mercado internacional, principalmente en el Europeo, este palmito, del género Euterpe es extraído de la selva y compite con el palmito de pejibaye (*Bactris Gasipaes*) sembrado comercialmente en Costa Rica.

Las empresas exportadoras costarricenses, por años han venido promocionando internacionalmente el palmito de pejibaye, lo cual les ha valido que en la actualidad el consumidor extranjero pueda hacer la diferenciación por calidad entre el palmito costarricense y el brasileño.

En el mercado mundial del palmito de pejibaye, Brasil ha sido el país con mayor participación, en 1993 representó un 44,4% del mercado francés y en 1994 un 64,7% del mercado de los Estados Unidos, Costa Rica ocupó el segundo lugar en exportaciones a esos países, durante esos años, siendo de un 24,0% y 23,8% respectivamente (Cuadro No.1 y No.2).

A nivel mundial, Francia es el importador mayoritario, seguido de Estados Unidos, España, Canadá y Bélgica. (Cuadro 3) Italia y Alemania.

La participación de Brasil en el mercado francés ha venido disminuyendo, a pesar de ser el principal exportador mundial la cual pasó de un 63,4% en 1990 a un 44,4% en 1993. (Cuadro No.1).

Paralelamente a ese comportamiento de las exportaciones de Brasil a Francia, se observa en ese mismo cuadro (No.1), que Costa Rica elevó sus exportaciones a Francia en 2.6 veces, período 1990-1993 (1692 T.M.), así como su participación, al pasar de un 11,4% en 1990 a un 30,0% en 1993. (Cuadro No.1)

De conformidad con las cifras reportadas para Francia (Cuadro No.1), a Julio de 1994 y suponiendo que fundamentalmente por razones de clima a ese mes se haya importado un 65%, según criterio del Sr. Robin Bourgeois, especialista del IICA, de origen Francés, es de esperarse que al finalizar el año la importación total sea similar a la de 1993.

El comportamiento de las importaciones totales hechas por Estados Unidos, para el período 1990-1994 (Cuadro No.4), ha sido irregular, encontrándose que en 1990 importó un total de 2842,6 T.M. y en 1994 fue de 2175 T.M. siendo que la participación de Costa Rica en ese mercado ha pasado de un 14,9% a un 23,8% para ese mismo período (Cuadros No.2 y No.4).

En cuanto a las exportaciones totales de palmito de pejibaye realizadas por Costa Rica, para el período 1990-1994, (Cuadro No.5), se observa que estas se han incrementado en un 24,84%, dándose el mayor volumen en el año 1992 con 4469 T.M., 58,13% de incremento con respecto al año 1990, año en el que aparecen nuevos países comprándole a Costa Rica, tales como Israel, Panamá, Italia, Chile, Japón, Alemania y Checoslovaquia; con lo cual se refleja el potencial comercial del palmito costarricense con el mercado internacional.

En el año 1994 se registran exportaciones a Brasil, Uruguay y Venezuela, al respecto, es importante destacar que al temer de lo expresado por los representantes de dos agroindustrias dedicadas exclusivamente a la exportación, el mercado brasileño muestra alta potencialidad debido a que su consumo se ha desarrollado por años, la demanda constante y la explotación del palmito silvestre se ha ido tornando más crítica en vista de las campañas de protección al medio ambiente y el agotamiento de los bosques.

El valor de las exportaciones ha sido variable, pasando de U.S.\$1,88 por Kilogramo en 1990 a U.S.\$1,72 en 1994, obteniéndose en 1992 el precio más bajo, U.S.\$1,69 por Kilogramo, año en el que se registró el mayor tonelaje exportado.

Durante el período 1990-1994 los precios se mantuvieron relativamente estables en países como Canadá, Estados Unidos, Bélgica, Francia y España, que son los mayores compradores del palmito costarricense, oscilando entre U.S.\$1,66 a U.S.\$1,76 por kilogramo.

El palmito es considerado un producto "gourmet", de ahí que su precio sea relativamente, más alto que otros productos enlatados o envasados y se utiliza generalmente en ocasiones especiales. La mayor parte de los esfuerzos realizados en Costa Rica, para desarrollar comercialmente el palmito, han sido orientados hacia las exportaciones a terceros mercados, aprovechando para ello las políticas de incentivos a las exportaciones no tradicionales que otorga el gobierno.

Aunado a lo anterior, está la coyuntura de que en algunos países los consumidores de palmito han ido aprendiendo a distinguir la diferencia de calidad existente entre el palmito cultivado y el palmito silvestre.

Ello ha conllevado que otros países hayan iniciado también siembras a nivel comercial, a saber: a) Ecuador, desarrollo de 600 hectáreas, b) Brasil, 900 hectáreas y, c) Colombia con 649 hectáreas, es uno de los países que ya está exportando palmito de pejibaye.

B. EL CONTEXTO CENTROAMERICANO

A nivel de producción primaria y de exportación, Costa Rica continúa manteniendo el liderato, ya que los demás países de la región aún no han desarrollado programas para la explotación del palmito de pejibaye (*Bactris* sp) a nivel comercial.

En Honduras, la Fundación Hondureña de Investigación Agrícola (FHIA) se encuentra probando 12 variedades de palmito, a fin de incentivar a los agricultores a sembrar.

En el período 1990-1994, Costa Rica exportó a Centroamérica un total de 108,8 toneladas métricas de las cuales, 66,39 T.M. (61,0%) tuvieron como destino Guatemala. (Cuadro No.6)

Como referencia, en el Cuadro No.7 se presentan los precios de venta del palmito en San Salvador, según presentación y marca.

Para ese mismo período, 1990-1991, las exportaciones de los países centroamericanos, exceptuando a Costa Rica, al mercado de los Estados Unidos, fueron de 86,20 T.M. (Cuadro No.8).

El Tratado General de Integración Económica Centroamericano, establece el libre comercio irrestricto para todos los productos originarios de países de la región. Ello quiere decir, que no se aplican medidas arancelarias tanto para importar como para exportar palmito, a excepción de las de tipo fitosanitario.

C. EL CONTEXTO INTERNO Y LAS POLITICAS ECONOMICAS.

El nuevo modelo económico que se impulsa en Costa Rica apunta hacia la liberalización del mercado, el incremento de la eficiencia del sistema productivo y financiero y la reestructuración del Estado. En el área agrícola, el nuevo modelo está orientado hacia la promoción de las exportaciones de cultivos no tradicionales, en ese sentido el gobierno de la República lanzó el "Plan 5000 al 2000", dentro del cual se encuentra el palmito de pejíbaya, mismo que se pretende que el valor de sus exportaciones pase de 7,9 millones de U.S. dólares en 1993 a 37,9 millones de U.S. dólares en el año 2000, con una tasa anual de crecimiento del 25%.

Los objetivos del sector agropecuario en el marco del "Plan 5000 al 2000", son:

- 1- Aportar U.S.\$2000 millones al Plan 5000 al 2000.
- 2- Lograr la inserción inteligente de la producción agrícola en los mercados.
- 3- Generar condiciones de producción acordes con las demandas de los mercados.
- 4- Participar al sector privado en las acciones que ayudan al cumplimiento del Plan.

Como políticas agrícolas en el contexto del Plan 5000 al 2000, están:

- 1- Generar mayor cantidades de divisas para el país.
- 2- Insertar la producción agrícola en los mercados.
- 3- Mantener, ampliar y diversificar mercados.
- 4- Reconvertir el agro para hacerlo competitivo frente a la apertura comercial.
- 5- Dar mayor valor agregado a los productos agrícolas.

D. EL MARCO FUNCIONAL: IDENTIFICACION DE INSTITUCIONES Y ACTORES PRINCIPALES.

En la actividad agropecuaria del cultivo del pejíbaya, participan las acciones de diversas instituciones públicas y organizaciones privadas. Sus características, funciones y roles se describen a continuación:

1- CONSEJO NACIONAL DE PRODUCCION (CNP).

Institución autónoma, que al reducir su participación en el fomento a la producción y comercialización de granos básicos, sus nuevas funciones están encaminadas hacia el Mercadeo Agropecuario, en la recolección, procesamiento y divulgación de precios de los productos agropecuarios, tanto a nivel nacional como internacional y. La Agroindustria, cuyo objetivo primordial es el desarrollo de ésta a nivel rural a través de grupos organizados de productores.

Dentro de ese contexto, al CNP le fue encomendada la Gerencia del Programa Nacional de Palmito, siendo su política general la de fomentar la siembra e industrialización del palmito, así como organizar a los productores para que mejoren la producción, el manejo poscosecha y su gestión comercial.

Como políticas específicas están:

- Fomentar el cultivo de acuerdo con las condiciones del mercado, en aquellas zonas aptas.
- Fortalecer las relaciones productores industriales para lograr mejores precios.
- Fortalecer la investigación y la información de nuevos mercados y modalidades de comercialización, con el fin de ampliar las exportaciones.
- Investigar¹ procesos de conservación para exportación de palmito en fresco.
- Gestionar el apoyo técnico y financiero para el desarrollo de plantas procesadoras cerca de las áreas de producción.
- Organizar a los productores para la producción y comercialización del palmito y capacitarlos en manejo post-cosecha.
- Transferir a los productores los nuevos avances obtenidos en la investigación genética, así como en la tecnología de alimentos.
- Brindar crédito para financiar la expansión del cultivo de acuerdo al incremento de las exportaciones.
- Mejorar el flujo de información para las organizaciones de productores.

2- MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA (MAG).

Su participación en la actividad palmitera ha estado orientada hacia los servicios de asistencia técnica al pequeño productor.

En la Estación Experimental Los Diamantes, con sede en Guápiles, Pococí, el MAG realiza funciones de investigación para la generación de tecnología y de nuevos materiales, tanto para corazones de palmito como para frutos.

Además, este ministerio tiene especial relevancia en esta actividad, como Ente Rector del Sector Agropecuario, al tener asignados los Programas Nacionales siendo uno de ellos el de palmito de pejibaye.

3- UNIVERSIDAD DE COSTA RICA (UCR).

Realiza labores de investigación para la generación de tecnología en cuanto a manejo de la cepa (número de hijos), distancia de siembra, evaluación de variedades, nutrición de la planta (orgánica y química), combate de malezas mediante métodos químicos y de cobertura de suelos.

A través del CITA, investiga, en el área de tecnología de alimentos tales como: equipo de proceso, tiempo de proceso, empaque, normas de calidad, etc.

4- INSTITUTO DE DESARROLLO AGRARIO (IDA).

Como ente encargado de la distribución de la tierra, en cuyos asentamientos campesinos se han establecido parcelas con palmito.

5- COMPAÑIA AMERICANA DE REMESAS AL EXTERIOR (CARE)

En el año de 1990, el Gobierno de Costa Rica inició el "Proyecto de Consolidación de la Zona Norte (PCZN) 515-0235", a fin de promover el desarrollo económico de esa importante zona.

En Mayo de 1992, CARE se hizo cargo de un proyecto especial por la producción y la comercialización de productos agrícolas no tradicionales, dentro de los cuales se encuentra el Primito, esa labor en desarrollo en 32 comunidades, en las cuales a cada

productor individual y al grupo comunitario en sí, les brindó entrenamiento sobre producción agrícola, administración del crédito, organización y desarrollo comunitario.

Los fondos económicos fueron suministrados por la Agencia Internacional para el Desarrollo (AID) y transferidos a las comunidades, a través de CARE, para su administración.

A partir de enero de 1995, CARE se retira del proyecto, dejando establecidos 33 comités de crédito en igual número de comunidades y 578 productores de palmito con 691 hectáreas sembradas.

6- FUNDACION PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DE LA FAMILIA CAMPESINA DE LA ZONA NORTE (FUNDECA).

Esta organización autogestionaria con sede en Upala, Alajuela, fué fundada en agosto de 1993. A raíz de la salida de CARE, enero de 1995, se asociaron a ella todos los productores y por ende los 33 comités de crédito comunales, a los cuales brinda servicios de: crédito, capacitación en el manejo de fondos comunitarios, asesoría en técnicas de producción agrícola, además de que cuenta con el componente de comercialización mediante el cual acopia palmito y/o sirve como canal de negociación entre productor(es) y comprador(es).

7- COOPERATIVA COMERCIALIZADORA DE PALMITO DE PEJIBAYE (CCOPROPALMITO R.L.)

Está constituida por 130 pequeños productores de palmito de pejibaye, fué fundada en febrero de 1993.

Su principal actividad es la comercialización de palmito en fresco para el mercado nacional y como materia prima para empresas agroindustriales.

Dentro de sus planes de expansión está la adquisición de una pequeña planta industrial móvil.

8- CENTRO AGRICOLA CANTONAL DE JIMENEZ

Fuó fundado en el año 1971, agrupa en la actualidad a 160 asociados.

Entre sus funciones están: velar por el desarrollo social y económico de los productores, desde el punto de vista técnico en la producción agroindustrial (campo-industria) y venta de semilla de pejibaye para palmito y para fruta.

II- IMPORTANCIA ECONOMICA Y SOCIAL EVOLUCION RECIENTE

A. PARTICIPACION EN EL PIB AGROPECUARIO. (PIBA)

La participación del palmito en el Producto Interno Bruto Agropecuario (PIBA), durante el período 1990-1994 ha sido:

| AÑO | VALOR BRUTO DE LA PRODUCCION MILLONES CORRIENTES | PORCENTAJE DE CONTRIBUCION |
|------|---|-------------------------------|
| 1990 | 400.4 COLONES | 0.327 |
| 1991 | 525.0 COLONES | 0.303 |
| 1992 | 816.0 COLONES | 0.386 |
| 1993 | 1106.0 COLONES | 0.458 |
| 1994 | 1165.5 COLONES | 0.397 |

Fuentes: Banco Central de Costa Rica - CNP. Estadísticas de producción.

El producto interno bruto agropecuario (PIBA) es el valor bruto de la producción agrícola y pecuaria del país.

En otros términos es el aporte económico y de producción (rendimiento/ha, toneladas métricas en carne, huevos, leche) de los diferentes productos agropecuarios.

El Palmito de Pejibaye es un rubro que ha venido incrementando su producción /ha, área sembrada y exportaciones a los diversos mercados internacionales, aunque no tiene un aporte muy significativo en el PIBA, como sí lo posee el Banano, Caña de Azúcar, Café y otros productos agropecuarios.

Esto debido a que su consumo tanto nacional como externo no refleja un volumen alto como sucede con esos productos y por considerarse como producto de consumo para cierta clase de consumidores dentro y fuera del país donde influyen precio, calidad, gustos y preferencias del consumidor.

B. EVOLUCION DEL ÁREA SEMBRADA Y DE LA PRODUCCION.

Al igual que en el resto de los países latinoamericanos, en los cuales ha existido la explotación del palmito, Costa Rica practicó por muchas décadas la extracción incontrolada de palmas silvestres. Fue solo alrededor de 1960, cuando investigadores del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas plantearon la posibilidad de establecer cultivos nacionales y organizados para la

producción de palmito utilizando pejibaye. Alrededor de 1974 se inicia la plantación de los primeros cultivos comerciales, y para 1990 se había alcanzado un área cultivada de 2029,4 Ha con una producción de casi 18 millones de palmitos por año.

Para el año de 1993 la estimación del área sembrada fué de 3722 hectáreas, con una producción de 31.6 millones de palmitos (DRHA, CNP, 1994). (Cuadro No.9)

De conformidad con los datos aportados por los censos realizados por el CNP, MAG, Coopropalmito y FUNDECA-CARE, al finalizar el año de 1994, el área sembrada se ubica en 3926 Has y una producción estimada de 33.3 millones de palmitos.

Como puede observarse, para el período 1990-1994, los porcentajes de incremento en área y producción han sido de un 36% y 39% respectivamente, siendo que esta última está en función de la edad de las plantaciones (Cuadro No.10) ya que se considera que la planta alcanza su potencial óptimo de producción a partir del tercer año de edad, con adecuada asistencia.

Es importante hacer notar que existe una tendencia fuerte por parte de inversionistas nacionales y externos, para desarrollar nuevas áreas de cultivo, tanto en las regiones agrícolas tradicionales, como en la región Brunca, específicamente en las zonas de Palmar, Piedras Blancas, Golfito y Península de Osa, en la zona sur, en donde mediante la participación del Consorcio Bananero Nacional y la Comunidad Económica Europea se realizan estudios agrícolas y de mercado para la siembra, inicialmente, de 1000 hectáreas, con sus respectivas agroindustrias.

Según la planificación agroecológica realizada por SEPSA en 1990, en Costa Rica existen aproximadamente 380000 hectáreas con potencial para el desarrollo del cultivo del palmito de pejibaye (ANEXO 1).

En cuanto al pejibaye para fruto, el cantón de Jiménez en la provincia de Cartago, es la zona más importante en la producción nacional.

Las estadísticas indican que en el año de 1983 el área sembrada era de 339.50, con 133 productores, de las cuales estaban en producción 202.5 Has, con rendimiento de 795.40 toneladas métricas (3.93 T.M./Ha). (Universidad de Costa Rica, Escuela de Economía Agrícola, Ing. Arturo Villalobos, 1984).

Para el año 1994, el área cultivada se estima en 400 hectáreas, con 175 productores, de las cuales están en producción aproximadamente 340, con un rendimiento promedio de 3.05 T.M./Ha. (CNP, Sub Región Turrialba, Ing. Ronald Veneses, 1994 - Encuestas a Productores).

C- IMPORTANCIA SOCIAL.

La cadena agroproductiva del cultivo del pejibaye conlleva la generación de empleo en todas sus fases, a saber: a nivel de finca, a nivel de transportista y a nivel industrial, siendo que de esta última se derivan otras fases para la comercialización del producto terminado.

D. CONSUMO NACIONAL E INTERNACIONAL.

1- CONSUMO NACIONAL

El mercado nacional de palmito de pejibaye se encuentra poco desarrollado, su consumo es una variable que está asociada con el nivel socioeconómico y el grado de urbanidad de la población (Aguilar, 1991).

De conformidad con los datos registrados en el cuadro No.11, se refleja que la demanda potencial de palmito por parte de las industrias al año 1994, es de 42.1 millones por año, de los cuales 3.4 millones de palmitos (8% de la producción) los destinarían al consumo interno.

Al establecer una correlación entre la producción anual (Cuadro No. 9) y el volumen exportado (Cuadro No.5), durante el periodo 1990-1994, se presentan inconsistencias durante los años 91-91 y 92, en los cuales hubo mayor volumen exportado que el producido, lo cual tiene su explicación en que no se llevan estadísticas reales tanto de producción como de exportación de palmito, impidiendo verificar los datos registrados.

No obstante, para los años 1993 y 1994, las cifras varían, siendo que se dan excedentes, producción versus exportación, de 632 T.M y 813.1 T.M respectivamente, las cuales se supone se destinaron al consumo nacional.

Los datos de toneladas métricas producidas anualmente se obtuvieron aplicando los coeficientes de 40 palmitos por caja y 5.23 kgrs peso de la caja equivalente (24 latas de 14 cc).

Respecto al consumo nacional, suponiendo que las cifras de los años 1993 y 1994 se aproximan a la realidad y al dividir esos "excedentes" entre la población nacional para esos años, tendríamos que el consumo per-cápita anual sería de 0.210 kgrs y 0.255 kgrs para esos dos años, respectivamente.

Al comparar las cifras anteriores, con las aportadas por Aguilar Fernando, CITA, UCR, en 1991, en las cuales el consumo nacional per-cápita se determinó en 0.244 kgrs, se deduce que para 1993 hubo un descenso absoluto de 0.034 kgrs y relativo del 14.0% y para 1994 el consumo se incrementó en 0.021 kgrs (8.61%)

En el Cuadro No. 12, se pueden observar los precios de venta del palmito en distintos supermercados ubicados en el área metropolitana, según sus presentaciones.

A modo de referencia vale indicar que la población nacional, ha tenido una tasa de incremento anual que ha oscilado entre un 2,36% (1990-1991) y un 2,21% (1993-1994). (Cuadro No.13)

En cuanto al mercado de fruta del pejibaye, no se registran exportaciones importantes, por lo que se considera que su producción se destina totalmente al mercado nacional.

A fin de determinar el consumo nacional per-cápita de la fruta de pejibaye se utilizó el dato de la oferta anual en el CENADA (Cuadro No.14) y se dividió entre la población para cada año en estudio, dando los siguientes resultados:

| AÑO | CONSUMO PER-CAPITA KILOGRAMOS |
|------|----------------------------------|
| 1990 | 0.181 |
| 1991 | 0.250 |
| 1992 | 0.164 |
| 1993 | 0.188 |
| 1994 | 0.257 |

Las cifras anteriores no fué posible compararlas con algún estudio, por lo que sólo deberán tomarse como referencia.

En los cuadros números 14 y 15, se observan: la estacionalidad de la oferta y los precios modales mensuales, ambos para el período 1990-1994.

En cuanto a la oferta, empieza a elevarse a partir del mes de junio para descender en diciembre, alcanzando su nivel máximo en los meses de julio y setiembre y, el mínimo, en los meses de enero y febrero donde es nula o escasa.

En cuanto a los precios de venta registrados en el CENADA, se observa que los precios máximos son más constantes durante cada año, que los precios mínimos.

2. CONSUMO INTERNACIONAL.

Como se ve en el cuadro No. 11, las industrias en Costa Rica destinan aproximadamente un 92% de su producción de palmito de pejibaye al mercado internacional. El desarrollo de esta actividad se ha visto beneficiado por las políticas de incentivos a la exportación de productos no tradicionales.

El mercado internacional del palmito es relativamente pequeño, aproximadamente 20.000 toneladas métricas anuales, en este campo el palmito de pejibaye (*Bactris gasipaes*) compite con el palmito silvestre (*Euterpe edulis*), producido mayoritariamente en Brasil y que cubre aproximadamente el 85% de la demanda internacional (Mora-Urpi et al, 1991). No obstante, Brasil ha venido cediendo mercado en vista de que algunos países consumidores de palmito han ido aprendiendo a distinguir la calidad entre el cultivado y el silvestre, además de que ha tenido efecto la campaña desarrollada por grupos ecologistas, en cuanto a la protección del bosque.

Existen alrededor de 60 países que importan palmito, la mayoría en cantidades pequeñas y esporádicamente, debido a que el palmito es poco conocido por los consumidores.

El mayor importador es Francia, seguido de Estados Unidos, España, Bélgica y Canadá. (Cuadro No. 3)

Al comparar los datos de población para Francia, Estados Unidos y Canadá, para el período 1990-1992 y sus importaciones, nos encontramos que el consumo per cápita anual de palmito ha sido el siguiente:

| PAIS | AÑO | POBLACION (millones) | IMPORTACION (T.M) | CONSUMO kgs per cápita |
|-------------|------|-------------------------|----------------------|---------------------------|
| Francia | 1990 | 56.74 | 9421.00 | 0.156 |
| Francia | 1991 | 57.05 | 8971.00 | 0.157 |
| Francia | 1992 | 57.27 | 9084.00 | 0.159 |
| Est. Unidos | 1990 | 249.98 | 2842.65 | 0.011 |
| Est. Unidos | 1991 | 252.41 | 2054.56 | 0.008 |
| Est. Unidos | 1992 | 254.91 | 2231.41 | 0.009 |
| Canadá | 1990 | 26.65 | N.D | N.D |
| Canadá | 1991 | 27.03 | N.D | N.D |
| Canadá | 1992 | 27.43 | 687.46 | 0.025 |

FUENTE: World Agricultural Trends and Indicators, U.S.D.A.
INFOCOM, OEA
CFCE Export Agro-Stat L' apres douanes France.
Canadian Import Statistics.

III. ACTORES Y ACTIVIDADES.

La cadena agroproductiva del cultivo del pejibaye para palmito y fruta, se puede visualizar en forma general en cinco grandes apartados, a saber: producción primaria, los intermediarios, el proceso industrial, la comercialización y el consumidor. (Anexo 2)

A- PRODUCTORES Y PRODUCCION PRIMARIA

1- CARACTERIZACION DE LA PRODUCCION PRIMARIA.

En el curso de una reunión de trabajo llevada a cabo en la sede del IICA en Coronado, el 16 de febrero de 1995, se contó con la participación de productores de pejibaye para palmito y fruta, industriales, representantes de las organizaciones de productores, investigadores, especialistas del sector y profesionales del IICA, de la empresa privada y del sector gubernamental.

A juicio de los participantes se identificaron y jerarquizaron 17 criterios de caracterización de los productores, de acuerdo al puntaje obtenido por estos, que en su orden son:

1.1- Tamaño de la Explotación.

Según las áreas reportadas en los censos de productores de palmito en 1994 y el número de estos, 798 total del país, nos encontramos con que un 73.10% de los productores (623) está en la categoría de igual o menor a 2 hectáreas sembradas, de los cuales 430 (69.2%) están en la región Huetaar Norte y 143 (17.9%) en la región Huetaar Atlántica.

Para la categoría igual o menor a 5 hectáreas hay 133 productores (16.7%), ubicados en su mayoría en la región Huetaar Norte (13.2%).

El restante 5.2% de los productores (42) del total, encuentra en la categoría que va de mayor de 5 hectáreas hasta mayor de 200 hectáreas sembradas de palmito de pejibaye. (Cuadro No.16)

De acuerdo con el área sembrada de palmito de pejibaye en el cuadro No.17 se refleja la participación relativa de los productores según pertenencia a organización y región agrícola.

En cuanto a la producción de pejibaye para fruta, los datos del censo para 1994 indican que del total de productores (176), un 70% está en la categoría de igual o menor a 2 hectáreas sembradas, un 25% (44) corresponde a la categoría de mayor de 2 y menor o igual a 5 hectáreas. El 5% restante de los productores (9) se ubica en la categoría de mayor de 5 hectáreas y menor o igual a 10 hectáreas. (Cuadro No.18)

Es importante hacer notar que estos productores de fruta de pejibaye en su totalidad están asociados al Centro Agrícola Cantonal de Jiménez, provincia de Cartago.

1.2- TECNICAS DE CULTIVO.

Es importante destacar que todos los productores están anuentes al uso de paquetes tecnológicos. No obstante, su utilización está limitada en vista de que no disponen de investigación ni asistencia técnica, ya sea gubernamental o privada.

Entre las técnicas de cultivo consideradas en el foro como más relevantes están:

| | | | |
|-----------------------------|------------|------------|-----------|
| Densidad (plantas/Ha) | 5000 | 4000 | 2500 |
| Fertilización (veces/año) | 8 | 4 | 0-1 |
| Control Malezas (veces/año) | 3 | 2 | : |
| Control plagas | permanente | esporádica | no a poco |
| Trenajes | excelente | medio | ba: |
| Deshija | 3 | 2 | : |

En el cuadro No. 19 se puede observar el porcentaje de productores encuestados, según aplicación del nivel tecnológico.

1.2- LOCALIZACION GEOGRAFICA

De conformidad con los datos aportados por los censos a e productores en 1994, estos se encuentran distribuidos en dos regiones agrícolas a saber, Huetar Norte con 597 productores (34,32%) y 2305 hectáreas (35,15%), que comprende los cantones de Upala, San Carlos, Grecia y Sarapiquí y, Huetar Atlántica con 301 productores (25,13%) y 1701 hectáreas (43,34%), cantones de Poocí, Jiménez y Siquirres. (Cuadro No.20, Anexo No.3)

1.4- ASISTENCIA TECNICA.

De los productores entrevistados, un 73% ha recibido por lo menos una vez asistencia en técnicas del cultivo, el restante 27% nunca la ha recibido. (Cuadro No. 21)

1.5- PERTENENCIA A ORGANIZACION Y NIVEL EDUCATIVO.

a-) Organizaciones de los productores.

De los 798 productores registrados en 1994, 682 (35,5%) se encuentran organizados en cooperativas y fundaciones, los restantes 116 (14,5%), trabajan y actúan en forma independiente. (Cuadro No.16)

b-) Nivel educativo.

De los productores entrevistados, un 54,3% ha cursado la enseñanza primaria incompleta, el 23,6% tiene educación secundaria y un 11,9% universitaria. (Cuadro No.22)

1.6- FUENTE Y CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO.

De los productores encuestados, en la región Huastar Atlántica, un 19,4% utilizó recursos propios, ninguno fué financiado por la(s) cooperativa(s), para el caso de la región Huastar Norte la mayor fuente de financiamiento fue con "otros" (IMAS-CARE-ONG) 39,2%, siendo que el estrato de 0 a 5 hectáreas sembradas representó un 26,3%, el porcentaje más alto. (Cuadro No.23)

1.7- RENDIMIENTO POR HECTAREA.

Se refiere al número de unidades de palmito y kgs de fruta, que se recolectaron anualmente.

En el cuadro No.24, se observa que el porcentaje más alto de productores entrevistados (42,5%) se concentra en el rango de producción de >2.000-5.000 palmitos por hectárea por año, del cual los asociados a FUNDECA representan el 17,5%. En cuanto al porcentaje para fruta, en el cuadro No. 25 se observa que un 61,3% de los productores obtienen rendimientos que van de >2.500 hasta 10.000 kilos por año.

1.3- DESTINO Y FLUJO DE LA PRODUCCION.

a) Destino:

Aunque el destino final es la agroindustria, un 50% de los productores hacen entregas a través de sus organizaciones, Coopropalmito y FUNDECA, lo cual resulta relevante ya que refleja solidaridad. (Cuadro No. 26)

b) Flujo:

Este está en función de la localización geográfica de las agroindustrias y su capacidad instalada de proceso.

En vista de que un 62.5% de las agroindustrias está localizado en el Valle Central y que éstas representan una demanda potencial de 22.5 millones de palmitos anuales (53.5% de la capacidad de producción) y al inaugurar DEMASA recientemente una moderna planta en el cantón de Pococí con capacidad para procesar 18.7 millones de palmitos anuales, de los cuales se estima captará 13.5 millones de la producción de la región Hueta Atlántica, es decir requerirá captar 5.2 millones de palmitos de las otras zonas productoras, lleva a concluir que había un deslizamiento anual de 27.5 millones de palmitos desde las zonas productoras hasta las agroindustrias. (Anexo 4)

1.3- TIPO DE MANO DE OBRA.

Se refiere a los diversos tipos de mano de obra utilizados en el cultivo del Palmito de Pejibaye, por ejemplo la mano de obra contratada es la que se utiliza en un alto porcentaje durante la corta o cosecha del producto a niveles de pequeño, mediano y gran productor. Además, en un porcentaje pequeño de otras labores como: siembra, transporte de insumos agrícolas y del producto hacia las agroindustrias.

La mano de obra familiar es la desarrollada por la familia para economizar pagos de jornales en actividades como deshija, fertilización, rodajea, trampeo. La mano de obra mixta se utiliza cuando es poca la mano de obra familiar, entonces se contrata personal para las diferentes actividades agrícolas como siembras, control de malezas etc. (Cuadro No.27)

1.10- TRANSPORTE.

El cuadro No.28 informa de los diferentes medios de transporte dentro y fuera de la finca o del centro de producción y/o acopio del producto hacia los diversos agroindustrias y mercados nacionales.

Por ejemplo dentro de la finca se usa bestia o carreta con bueyes y hombre-carga dependiendo de la topografía de la zona de producción (finca) para llevar el producto hacia el lugar de acopio (entrada a la finca). El transporte de la finca al centro de acopio o agroindustria, se realiza utilizando camiones con capacidad de 5000 unidades, 10000 unidades de palmito o varios vehículos con capacidad de 3000 unidades, dependiendo de la distancia a transportar el producto y además si el medio de transporte es propio, alquilado u otro (botes), de la organización, de productores independientes, comercializadores, agroindustrias, etc.

1.11- INVESTIGACION.

El productor pequeño y mediano no realiza investigación ni tampoco la recibe, sólo las industrias grandes tienen programas específicos.

1.12- DIVERSIFICACION.

Tanto en pejibaye para palmito como para fruta, los productores diversifican con otros cultivos como yuca, plátano, café, banano, frijoles, cacao.

De ahí que en un 41% de los productores entrevistados manifestó que el palmito representa un 100% del ingreso de su finca o parcela, para el 41% su contribución al ingreso de la finca oscila entre un 15% a 20%, para el restante 18% en su mayoría representa 5%.

Todo lo anterior está muy relacionado con la edad de las plantaciones (Cuadro No.10).

1.13- EXPERIENCIA EN EL CULTIVO.

En la región Huetar Atlántica los productores tienen mayor experiencia en este cultivo, misma que va desde los 2 años hasta los 11 años.

En la región Huastar Norte es donde se presenta la mayor cantidad de productores que no tienen experiencia (22%); con menos de 3 años (10%) y mayor de 3 años (17%) (Cuadro No.36)

1.11- FUTURO DE LA ACTIVIDAD Y PROYECCION DE SIEMBRA.

El 85,4% de los productores encuestados considera que el futuro de la actividad es bueno y muy promisorio, mientras que el 7,3% lo considera incierto y el restante 7,3% se abstuvo de externar criterio.

En cuanto a la ampliación del área sembrada, el 65,9% de los encuestados manifestó que lo hará en el corto plazo, para un total de 235.5 hectáreas. (Cuadro No.36)

3- COSTOS DE PRODUCCION AGRICOLA.

De acuerdo con los datos obtenidos a través de las encuestas a productores, se observan discrepancias en los costos de los paquetes tecnológicos usados por estos.

Además, posiblemente por ser un cultivo de "ciclo largo" y la característica de los productores en cuanto a faltos de organización en la unidad productiva, baja escolaridad, no llevan registros, no se dedican exclusivamente al cultivo, no le tienen vocación, etc, hace que el productor no recuerde los costos en que ha incurrido desde el establecimiento de la plantación.

También, decir también, que los costos de producción y los ingresos son muy fluctuantes de un año para otro, debido a factores climáticos, estacionalidad de la producción, vías de acceso, ubicación geográfica, incremento en los insumos (agroquímicos, mano de obra), transporte, etc; por lo que se advierte de que tanto los costos de producción, como los márgenes de utilidad resultantes deben tomarse como referencia y no generalizarse automática e indiscriminadamente a todas las explotaciones.

En el Cuadro No.29 se presentan los costos de producción promedio por hectárea para el periodo 1990-1994, de acuerdo a la edad de la plantación.

En el Cuadro No.30, se presentan los precios promedios de compra al productor, durante el periodo 1993-1994, en colones por unidad.

En los Cuadros No.31 y No.32, se presentan las estructuras de costos de producción agrícola por hectárea, para un período de 10 años para el palmito de pejíbave y de 5 años para fruta de pejíbave, respectivamente, en ellos se detallan las actividades que generalmente se realizan para un manejo tecnificado de la plantación, pudiendo variar esas actividades de acuerdo al grado de tecnología empleada, así como por las necesidades propias de cada explotación.

El costo del jornal corresponde al de la fijación de salarios vigente a partir de enero de 1995.

En el Cuadro No.33, se detalla el listado de insumos recomendados para atender la plantación.

A manera de ilustración, en el Cuadro No.34 se desglosa el monto del avío por hectárea de palmito, fijado por el Banco Nacional de Costa Rica. Es evidente, que la rentabilidad económica del cultivo está en función de los rendimientos de producción que se obtengan anualmente, para que el productor pueda aplicar economías de escala, al distribuir sus gastos fijos entre un mayor volumen de producto.

El hecho de que existan grandes explotaciones no implica obstáculo para aquel tipo de productor que tenga ciertas ventajas competitivas respecto a los demás, es el caso del productor cuyo tamaño de explotación se encuentra en la categoría de >5-20 hectáreas, que está en capacidad de brindarle mayor atención, su propio interés económico y la posibilidad de realizar o supervisar directamente las labores agrícolas, hacen que éstas sean efectuadas de manera más eficiente y cuidadosa, lo cual le permite alcanzar rendimientos superiores a las categorías de 0-5, >10-50 y >50-200 hectáreas cultivadas en las regiones Huetar Atlántica y Huetar Norte. (Cuadro No.35)

C- LA INDUSTRIA DE LA TRANSFORMACION

La localización geográfica.

Utilizando el censo de agroindustrias de 1993, preparado por la Dirección de Agroindustria del CNP, se logró identificar a las empresas dedicadas en la actualidad a la industrialización del palmito, y de éstas, hay dos que además procesan el fruto.

La mayor parte de estas plantas procesadoras, 10 (60.6%) se encuentran en el Valle Central, 3 en la región Huetar Atlántica y las restantes en la región Huetar Norte. (Anexo No.5)

Las empresas más grandes son DEMASA, Palmitos de Costa Rica, Conservas del Valle y Exportaciones Amador, las cuales tienen una capacidad instalada de proceso anual de 40,6 millones de palmitos, es decir, un 96,4% de la capacidad total existente en Costa Rica. (Cuadro No.11)

2- Flujos de la producción.

DEMASA destina el 4% de su producción al mercado nacional, Palmitos de Costa Rica y Conservas del Valle exportan el 100% de su producción y Exportaciones Amador destina el 95% a la producción nacional.

Recientemente Ticochaal Agroindustrias ha incursionado en el mercado centroamericano enviando productos a Guatemala y El Salvador, para el cual destina un 60% de su producción.

El resto de las industrias vende sus productos en el mercado nacional, siendo la Meseta Central donde se concentra la distribución, le siguen en orden de importancia la Región Pacífico Central y la Región Chorotega.

Cabe anotar, que ninguna de las industrias procesadoras de palmito identificadas trabaja a capacidad plena anual debido a la estacionalidad de la oferta, a saber:

| ESTACIONALIDAD | MESES |
|----------------|--------------------|
| Alta | de agosto a enero |
| Media | de mayo a julio |
| Baja | de febrero a abril |

2- Caracterización de la industria.

a. Industrial.

De acuerdo a su capacidad de producción anual, su volumen de producción y de comercialización, así como a su capacidad administrativa, técnicas de procesamiento, control de calidad, etc; clasifican dentro de esta categoría: DEMASA, Palmitos de Costa Rica, Conservas del Valle y Exportaciones Amador.

b. Artesanal.

Es aquella agroindustria cuya capacidad de producción está limitada debido al equipo empleado, instalación que la alberga se cuenta con personal técnico de apoyo principalmente para el control de la calidad, no realiza investigación, etc.

Dentro de esta categoría se ubica un 75% de las industrias identificadas.

4- Capacidad instalada.

En el Cuadro No.11, se presenta la capacidad anual de procesamiento, partiendo de una utilización estimada en 26 días al mes y 52 semanas anuales, ello da como resultado una capacidad instalada de 42.056.000 palmitos por año. con un aprovechamiento estimado del 79%.

5- Costos de industrialización.

Por la naturaleza de la actividad, que está en un 100% en poder de la iniciativa privada, no fue posible obtener información confiable relacionada con los costos de industrialización. debido principalmente a políticas internas en el manejo de la información, como un mecanismo de protección de la empresa.

No obstante lo anterior, al correlacionar la información obtenida en las entrevistas, entre sí y con el estudio "Perfil Técnico Planta Procesadora de Palmito" del Ing. William Alfaro, CNP, marzo de 1994, se derivan los siguientes costos para producir una "caja equivalente" (24 latas de 14 onzas).

| INDICIO | % COSTO PRODUCCION | COSTO CAJA (C) | COSTO/CAJA US\$ |
|-----------------------|--------------------|----------------|-----------------|
| Materia prima | 40 | 1500.00 | 3.74 |
| Costo de mano de obra | 18 | 716.00 | 1.54 |
| Amortización | 5 | 195.00 | 1.42 |
| Costos Planta | 10 | 412.00 | 2.36 |
| Sub-total | 73 | 2793.00 | 16.06 |
| Empaque: | | | |
| 1- Lata | 27 | 1044.00 | 6.00 |
| 2- Vidrio | 22 | 783.00 | 4.50 |

CONSERVACIONES:

- a) Materia prima: 40 unidades caja. 203 por unidad.
- b) Tipo de cambio: 2174 por 100 dolares.
- c) Salario de ley laboral calificada: 11300 por día. Gaceta No.115 del 26 de noviembre de 1994.
- d) Cargas sociales: 23%

- e) Peso por caja equivalente: NETO: 5,23kgs, BRUTO: 12 kgs.
- f) No se incluyen gastos financieros ya que difieren según la fuente de financiamiento y plan de inversión.

6- Presentación del producto.

De conformidad con la norma establecida por la Oficina Nacional de Normas y Unidades de Medida, del Ministerio de Economía, Industria y Comercio, misma que es de aplicación mundial, cuyo ingrediente predominante es el palmito, las formas de presentación son:

a) Trozos: es decir, la extremidad vital de la palma y su meristema superior, cortados transversalmente en trozos de no menos de 30 mm ni más de 120 mm de largo.

b) Rodajas: es decir, la extremidad vital de la palma y su meristema superior, cortados transversalmente en rodajas de no menos de 15mm ni más de 35 mm de espesor.

c) Trozos de estípita: es decir, el meristema inferior de la extremidad vital de la palma, cortado en trozos que pueden ser, o no, simétricos y uniformes en tamaño y forma.

En cuanto al envase, las presentaciones más usuales son:

- 1) Vidrio: en envase de: 8 oz, 16 oz, 32 oz y galón.
- 2) Lata: en envase de: 320 grs, 410 grs y 500 grs.
- 3) Bolsa plástica: en empaques de 200 grs, 300 grs, 500 grs y 600 grs.

7- Abastecimiento de insumos.

De conformidad con lo externado por los encuestados no se presentan problemas para la obtención de insumos como: energía, energía, agua y capital de trabajo. aunque para este último existieran que los intereses están elevados, lo cual les encarece los costos de producción y los pone en desventaja competitiva.

En cuanto a la mano de obra, las industrias ubicadas fuera de la Área Metropolitana tienen menos dificultades.

Las empresas consideradas medianas o pequeñas han tenido problemas para conseguir equipo industrial adecuado (calderas, autoclaves, equipo para pelado, etc), campo en el cual consideran que hace falta investigación y que si la hubiera, haya disponibilidad.

Referente a la disponibilidad de material genético para la siembra, según información suministrada por el doctor Jorge Mora, los productores más relevantes actualmente son:

a) Centro Agrícola Cantonal de Jiménez.

Localizado en Tucurrique, cantón de Alvarado, Cartago. Dispone de semilla y plántulas en aproximadamente 10 millones de unidades.

b) Universidad de Costa Rica.

En la Estación Experimental los Diamantes, Guápiles, a través del Programa de Investigación y Transferencia de Tecnología Agropecuaria (PITTA-PEJIBATE), en colaboración con el MAG y el CNP; dispone de 4 millones de semilla y plántulas.

c) Rodolfo Robert.

En Buenos Aires de Puntarenas, dispone de 2 millones de semillas y plántulas.

No obstante, en vista de que no existe control de calidad oficial sobre el material genético que se distribuye se puede indicar que todos los productores de fruta de pepino son reproductores potenciales de material genético.

Respecto a la materia prima, todos los industriales entrevistados manifestaron tener problemas de:

a) Calidad:

No es homogénea, varía de acuerdo a la atención que el productor le da a la plantación, por lo cual los rendimientos en planta industrial son variables, de 38 a 45 palmitos por caja.

b) Suministro:

Es incierto, máxime en las épocas que la oferta es baja, el productor no es constante, vende al mejor postor; por lo que de nada valen los contratos de compra-venta.

Consideran que la oferta anual de producto es insuficiente, lo cual les limita para vender más producto.

3- Capacidades gerenciales.

En este campo no se encontraron deficiencias, a diferencia de las empresas consideradas grandes que por su nivel organizativo cuentan con personal profesional en cada área, las empresas medianas y/o pequeñas tienen una estructura administrativa diferente, donde hay una persona que administra toda la operación (producción, control de calidad, proveeduría y mercadeo), la cual se ha capacitado a través de cursos cortos.

4- Mecanismos para determinar el precio de compra al productor.

No existe un mecanismo definido, las industrias grandes utilizan de referencia el precio internacional del producto terminado, ya que el palmito en frasco representa entre un 27% a un 40% del costo de producción.

Las industrias pequeñas, que no tienen plantación propia, tienen que ajustarse a los precios pagados por las industrias grandes que tienen un alto poder de negociación.

D- LA ETAPA DE COMERCIALIZACION.

Los canales de mercadeo, tanto para el palmito como para la fruta, presentan diferencias significativas en función del mercado de destino, sea este de exportación o interno.

Los canales de comercialización de palmito están más definidos que los de pejíbaya para fruta, ya que existe un número menor de intermediarios.

El canal de comercialización seguido es el de industria a comerciante mayorista y este a detallista (Anexo 2).

Algunas de las empresas que venden al mercado nacional muestran tendencia a sustituir al mayorista del mercado, estableciendo su propia empresa comercializadora.

Los márgenes de comercialización más usuales son: de industrial a mayorista 15% y de este a detallista, 30%; cabe anotar que no hay regulación gubernamental en los márgenes de comercialización, sino que está libre.

E- COMERCIALIZACION Y ABASTECIMIENTO DE INSUMOS.

La comercialización de insumos como agroquímicos, equipo manual y herramientas, está regulada por márgenes máximos de utilidad para mayoristas y detallistas, establecidos mediante Decreto Ejecutivo No.23160-MEIC, del 2 de mayo de 1994.

En el caso de los agroquímicos tales como fertilizantes, insecticidas, herbicidas, fungicidas, humectantes, bicestimulantes, etc y del equipo manual, los márgenes establecidos son de 25% de mayorista (importador) a detallista y, 15% de detallista a consumidor; mientras que para las herramientas, son de 10% y 15% respectivamente.

En lo que a importación de insumos respecta, están gravados con un arancel del 8%.

IV- VENTAJAS Y DEBILIDADES DEL SUB-SECTOR.

A- CONDICIONES DE PRODUCCION.

La producción primaria de palmito de pejibaye está concentrada en las regiones: Huetar Atlántica (43.84%) y Huetar Norte (36.15%); para fruta de pejibaye, ésta se concentra en la región central, Provincia de Cartago, y Huetar Atlántica en menor grado.

Todas las zonas disponen de buenas condiciones para la producción de pejibaye.

La lejanía de los centros de producción con respecto a las plantas industrializadoras se constituye en una desventaja para el productor, ya que el costo de transporte encarece la operación, además de las pérdidas poscosecha que se dan dependiendo del tiempo transcurrido entre la corta y el procesamiento.

De los productores entrevistados, un 13.5% perteneciente a la región Huetar Norte, específicamente del cantón de Upala, considera que es necesario contar con una planta industrial en la zona.

B- FACTORES ENDOGENOS LIMITANTES.

Los factores agro-climáticos no son considerados relevantes. Las unidades productoras están en zonas que cuentan con tierras buenas (profundidad y fertilidad) y adecuada precipitación pluvial.

Uno de los factores que limitan el mejoramiento de la actividad está asociado con el manejo técnico que se le da a la plantación, tanto a nivel agrícola como industrial, lo cual incide en los índices de productividad o rendimiento.

La escasez de mano de obra especializada en corta de palmito es otro factor limitante, principalmente para el pequeño productor, que se ve afectado por los salarios pagados en las fincas medianas o grandes y por el volumen de su producción; al cortador se le paga por unidad cortada, no por jornada laboral.

El crédito es un factor muy importante para el desarrollo de la actividad. Las altas tasas de interés aunadas al engorroso trámite burocrático, lo hacen inaccesible. Recuérdese de que este cultivo tiene un periodo de 3 años de sólo asistencia, no se perciben ingresos.

Otros factores considerados como limitantes son: a) aplicación incompleta o inadecuada de técnicas de cultivo, lo cual tiene relación con la disponibilidad de crédito; b) asistencia técnica, la cual se ha visto reducida por parte del MAG, situación que afecta la asimilación de técnicas del cultivo; c) capacitación en técnicas de mercadeo, y, e) precios de venta inciertos e irregularidad del comprador.

En cuanto al material genético, pese a que la oferta es abundante y contar con amplia investigación por parte del MAG y la Universidad de Costa Rica; no se cuenta en el país con un ente certificador de calidad, ya sea de semilla sin germinar, semilla germinada y plántulas.

C- SITUACION DE COMPETITIVIDAD FRENTE AL RESTO DEL MUNDO Y FRENTE A CENTROAMERICA.

1- Medidas Arancelarias.

De conformidad con lo expresado por la Ing. Tania López, encargada Asuntos Agrícolas, Dirección de Negociaciones Comerciales Internacionales, del Ministerio de Comercio Exterior; existen las siguientes medidas arancelarias para el palmito de pejíbave cuya clasificación en el sistema armonizado (SAC) es la 2008.91.00.00:

- a) El arancel cobrado a terceros países es 10%. Sin embargo, debido a las medidas de emergencia temporales de carácter fiscal, en estos momentos y hasta su derogación, el arancel es del 20%.
- b) Con el TLC Costa Rica - México, el arancel es 20% 5. Lo anterior significa que en un plazo de 5 años (categoría B) este arancel va a llegar a 0% mediante una desgravación lineal y anual. Este arancel no se modifica con la medida fiscal del Gobierno de Costa Rica y de México, semanas atrás, de elevar los aranceles al resto del mundo.
- c) Todos los productos, con excepción de textiles, relojes, artículos de cuero, atún, entran a los Estados Unidos libres de cualquier carga arancelaria, bajo los términos de la iniciativa para la cuenca del Caribe (CBI).

- d) Con respecto al SGP (Sistema Generalizado de Preferencias), todos los países desarrollados tienen SGP, el cual es una medida unilateral de un país desarrollado para favorecer a los países en desarrollo. Con respecto a Europa, el Sistema de Preferencias Especiales (que está dentro del SGP Europeo, como una concesión especial para países que combaten el narcotráfico y que se creó inicialmente para los países del Pacto Andino) aplica un 0% de arancel a este tipo de producto.
- e) Con respecto al Tratado Bilateral de Comercio entre Costa Rica y Panamá, el palmito fresco tiene libre comercio, sin embargo, este producto se encuentra clasificado en la 0701.8000 de la nomenclatura NAUCCA II, que ya no se utiliza. En los próximos meses se hará una equiparación de las dos nomenclaturas y se cree que el tratamiento al palmito no cambiará, posiblemente se haga una corrección a su clasificación arancelaria.
- f) Brasil, Argentina, Ecuador y Colombia son terceros países para nosotros, por lo que aplicará el 20% o en su defecto, el 28%.

En cuanto a Centroamérica, el Tratado General de Integración Económica Centroamericana, establece el libre comercio para los productos originarios de países de la región. Ello quiere decir, que no se aplican medidas arancelarias tanto para la importación como para la exportación, a excepción de las medidas de tipo sanitario.

V- PERSPECTIVAS

A- SENSIBILIDAD DE LA ACTIVIDAD.

Ante los cambios de carácter económico y/o comercial tanto en el ámbito nacional como internacional, es imperativo que se disponga de información pronta y confiable sobre la situación competitiva de la producción nacional con respecto a la producción, la oferta y el movimiento del mercado externo.

La demanda internacional actual del palmito nacional en conserva, es superior a la oferta, día tras día el interés de otros países por desarrollar comercialmente este cultivo, va en aumento. ejemplos: Colombia, Ecuador, Venezuela, Bolivia, Brasil y Honduras, situación a la que debe prestársele mucha atención, dándole seguimiento constante al desarrollo en esos países a fin de adecuar o establecer políticas nacionales al respecto.

Dado a que Costa Rica es el país que ostenta el liderazgo mundial en cuanto a área comercial sembrada y desarrollo industrial; tiene posición ventajosa sobre los demás países, no obstante, deberá estar atenta a desarrollar nuevas tecnologías, principalmente en el campo industrial el cual no cuenta con métodos de manejo, proceso y conservación para el palmito en forma natural, tampoco para el aprovechamiento de otras partes del mismo, con lo cual se mejoraría paralelamente el rendimiento económico del cultivo y el de la industria derivada.

A excepción de Costa Rica, el palmito exportado por otros países es el extraído fundamentalmente de distintas especies del género *Euterpe* que se encuentra en forma silvestre, misma que desde el punto de vista agroeconómico no puede ofrecer mayor posibilidad de competencia como cultivo, por ser de ciclo considerablemente más largo que el del pejíbaye (*Bactris gasipaes*), y tener menor rendimiento.

Aunado a lo anterior, se encuentra la campaña mundial para la conservación del medio ambiente, la cual combate la explotación irracional del bosque, la calidad inferior en color, sabor y textura, además de que no existe tecnología de alimentos calificada y/o de fácil acceso a la agroindustria artesanal que se ha desarrollado al lado de estas explotaciones.

B- POSIBLES ACCIONES A EMPRENDER.

Las acciones estratégicas a emprender conllevan la participación de los diferentes actores involucrados en la cadena agroproductiva del pejíbaje: gobierno, agricultores, comerciantes e industriales, a fin de que mediante la concertación puedan formularse y ejecutarse políticas específicas que permitan mejorar la competitividad del rubro y lograr un mejor posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales a los cuales se dirige, permitiendo a la vez alcanzar y superar la meta de exportaciones fijada para el año 2000.

Las acciones que se deberían ejecutar, entre otras, son las siguientes:

a- Desarrollar tecnología para procesar y manejar el palmito en fresco que permita la incursión en otros mercados de acuerdo con los gustos y preferencias de los consumidores. Responsables CITA, CNP (Dirección de Agroindustria).

b- Desarrollar y transferir tecnología de cultivo que estimule su adopción de acuerdo a las características de: 1. los productores (escolaridad-experiencia en el cultivo-pertenencia a organización), 2. de las explotaciones agrícolas (tamaño-ubicación geográfica-condiciones del suelo-precipitación-etc). Responsable: MAG

c- Desarrollar y transferir investigación en el campo de: 1. la producción de frutos para utilizarlos como semilla mejorada (recursos-fenotipo-genotipo), 2. manejo y almacenamiento de la semilla y, 3. normas de calidad. Responsables: UCR, MAG, Oficina Nacional de Semillas.

d- Desarrollar y transferir investigación en el manejo pre y pos-cosecha, en campos como: grosor, método de corta, método de transporte, tiempo óptimo entre la corta y el proceso industrial, manejo industrial y conservación, entre otros. Responsables: CITA, Departamento pos-cosecha CNP.

e- Realizar investigación de mercados para desarrollar productos con mayor valor agregado nacional, utilizando al máximo otras partes del palmito que actualmente se desachan. Responsables: Direcciones de Mercadeo y Agroindustria, CNP.

f- Promover y/o fortalecer en las organizaciones de productores aspectos administrativos de mercadeo y organización, que les facilite la adopción de mejores tecnologías que les den

mayores ventajas competitivas para actuar en el mercado, tanto nacional como internacional. Responsable: CNP.

g- Realizar análisis de localización de la agroindustria para determinar la necesidad real de su traslado hacia las zonas productoras considerando aspectos como: localización de la producción primaria, flujo de ésta, disponibilidad de mano de obra, agua (calidad y cantidad), energía eléctrica o de otro tipo, vías de comunicación, áreas potenciales de producción y capacidad de procesamiento existente. Responsable: Dirección de Agroindustria del CNP.

h- Crear mecanismos que propicien una mayor transparencia en las relaciones entre productores, organizaciones y las agroindustrias, en aspectos tales como: difusión de información sobre el mercado mundial, regional y nacional, y la venta concertada del producto. Responsable: Dirección de Mercadeo, CNP.

i- Realizar reformas financieras a fin de abaratar los recursos crediticios al sector agropecuario, agilización del trámite burocrático y establecer un programa específico de fomento a la actividad en las fases: agrícola, industrial y comercial. Responsables: MAG, MEIC.

j- Dado que las expectativas del mercado internacional presentan oportunidades para colocar mayor cantidad de producto, se debe atender los mercados existentes o incursionar en nuevos mercados y ante la insuficiencia del abastecimiento de materia prima nacional (cantidad y calidad) a las agroindustrias ya que la capacidad instalada es mayor que la oferta, se hace imperioso fomentar la siembra de peñibaye en aquellas zonas agrícolas con condiciones agroecológicas óptimas para su explotación comercial considerando los aspectos mencionados en el literal g. Responsable: Gerencia de Programa Nacional de Palmito.

k- A fin de dar mayor identidad al producto en el mercado internacional de manera que el consumidor pueda diferenciar el palmito costarricense del producido en otros países, se deberá implementar el uso del sello ecológico que exalte las bondades del palmito costarricense. Responsables: Dirección de Agroindustria, CNP-CITA-Agroindustrias.

l- Desarrollar un sistema nacional de inteligencia de mercados, que periódicamente esté monitoreando la situación de la producción, precios, oferta, cambios en los gustos y preferencias de los consumidores, tipos de envase, etc. en los países

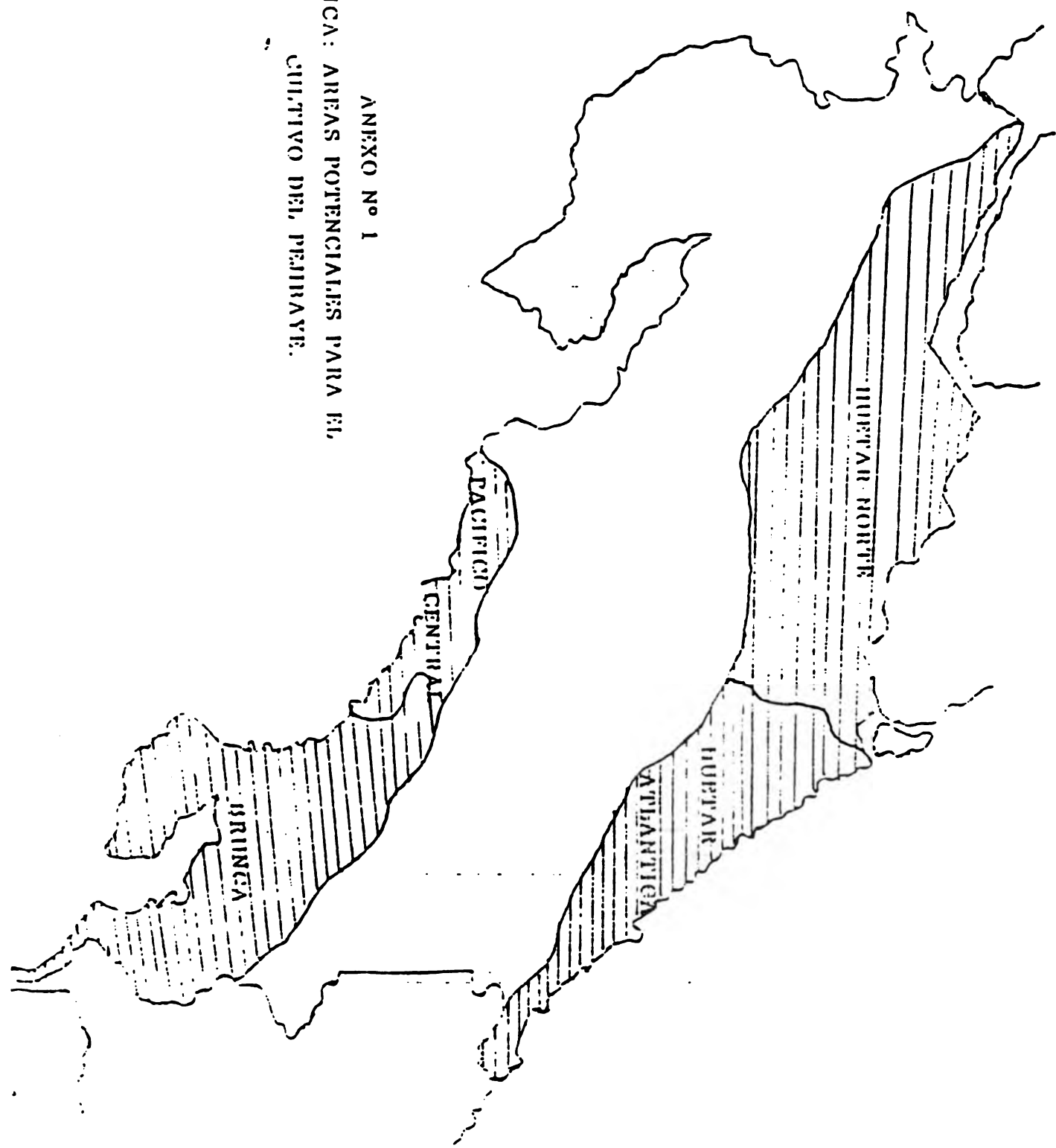
productores y el mercado internacional. Responsables: Dirección de Mercadeo, CNP-COMEX-CENPRO-CINDE-Gerencia Programa Nacional de Palmito.

m- A través de la Gerencia del Programa Nacional de Palmito. llevar las estadísticas nacionales de área sembrada, producción, mercado(s) de destino del producto terminado y precios de compra al productor, entre otros.

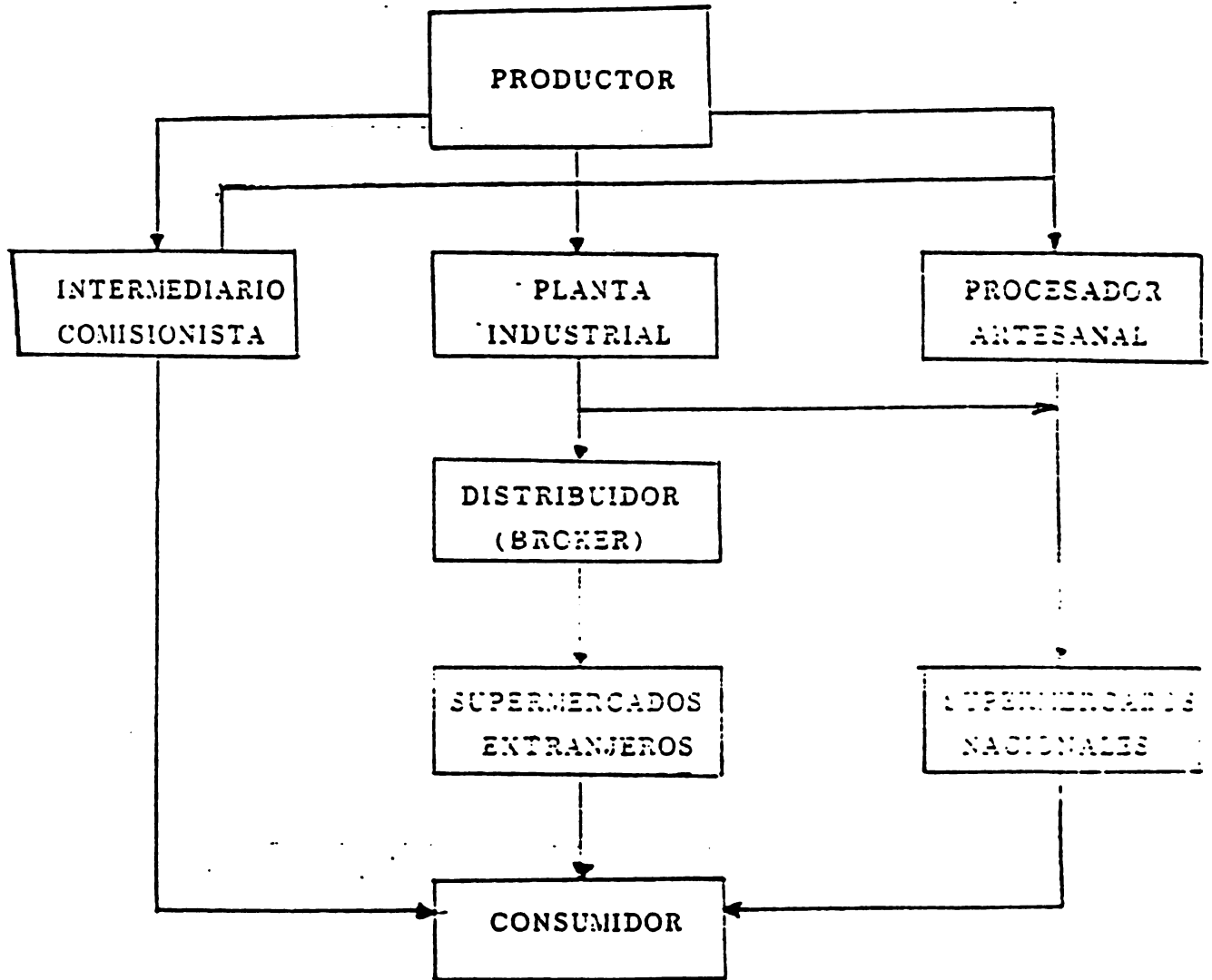
n- Retomar y fortalecer la asistencia técnica, estatal o privada, especializando personal técnico, ya que ésta es una limitante para la adecuada expansión del cultivo. Contemplando la posibilidad de que a mediano y largo plazo el costo de la asistencia técnica sea asumido parcial o totalmente por los mismos usuarios, de acuerdo con su capacidad de pago. Responsables: CNP-MAG.

ANEXOS

ANEXO No 1
COSTA RICA: AREAS POTENCIALES PARA EL
CULTIVO DEL PEIRAYE.

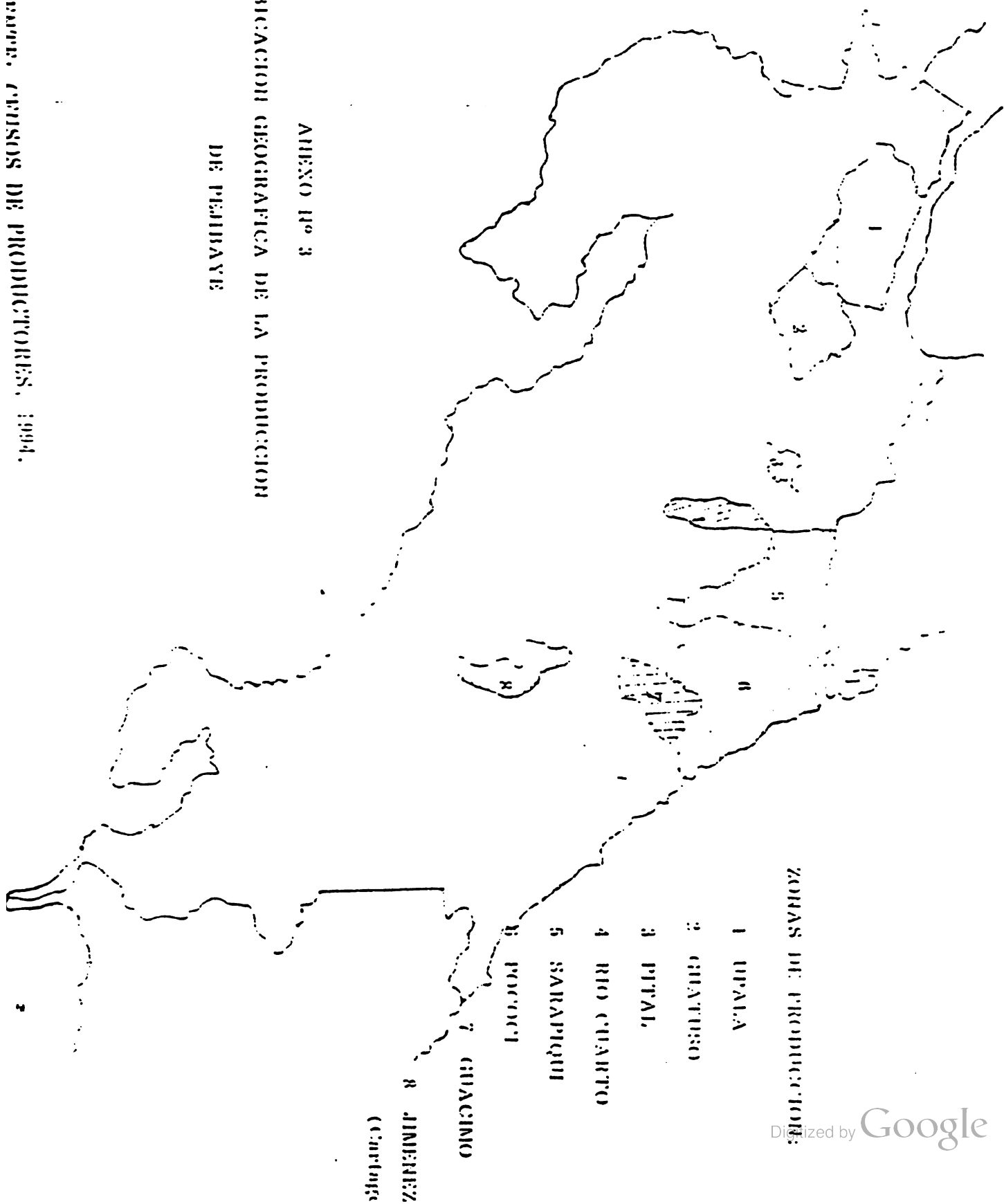


ANEXO Nº 2
CANALES DE COMERCIALIZACION DEL PALMITO
Y DE LA FRUTA DE PEJIBAYE.



FUENTE: Dr. JORGE MORA URPI. U.C.R.

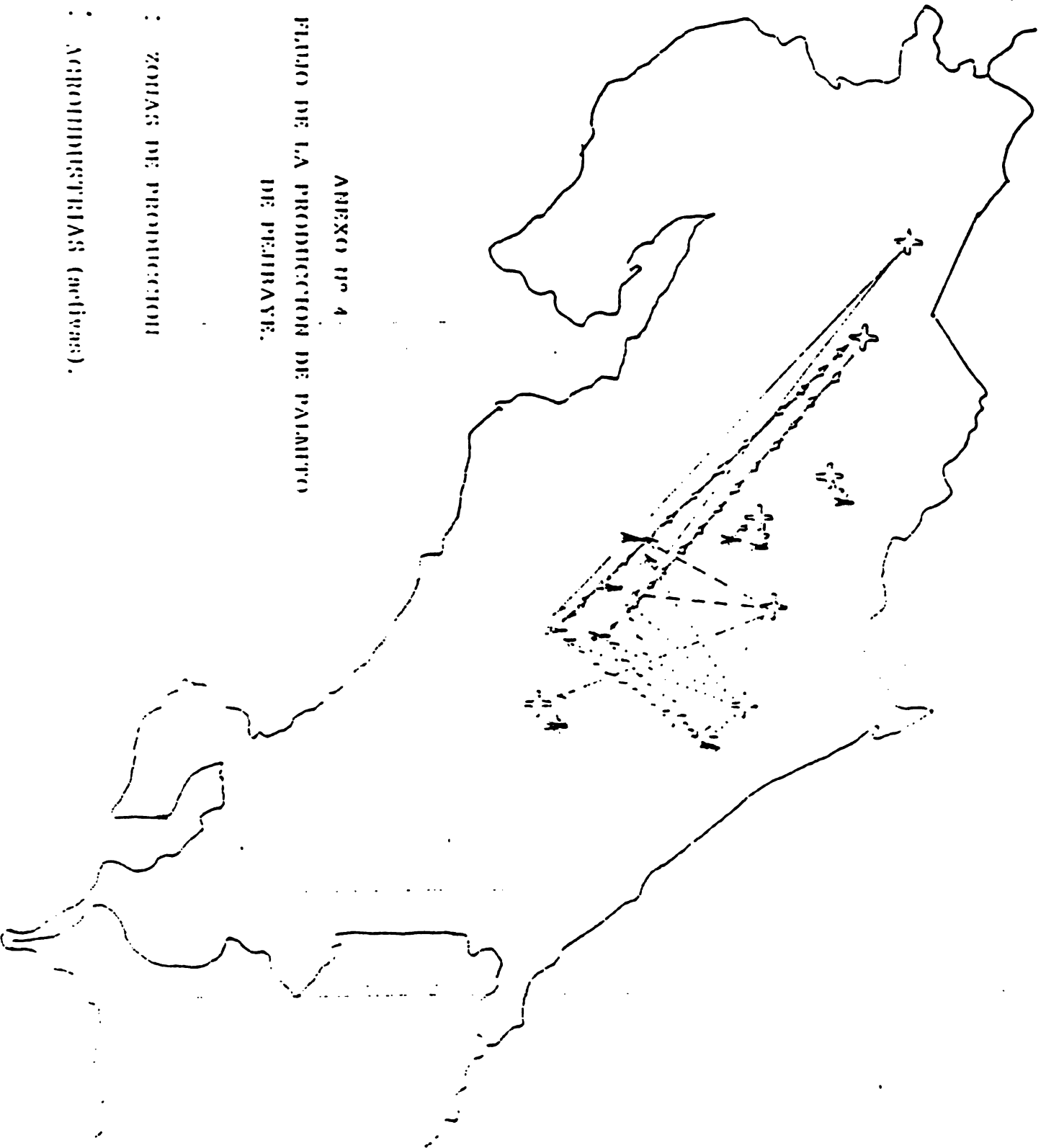
ANEXO Nº 3
DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE LA PRODUCCION
DE PALMAYE



ANEXO No. 4
PLANO DE LA PRODUCCION DE PALMITO
DE PEÑAVIE.

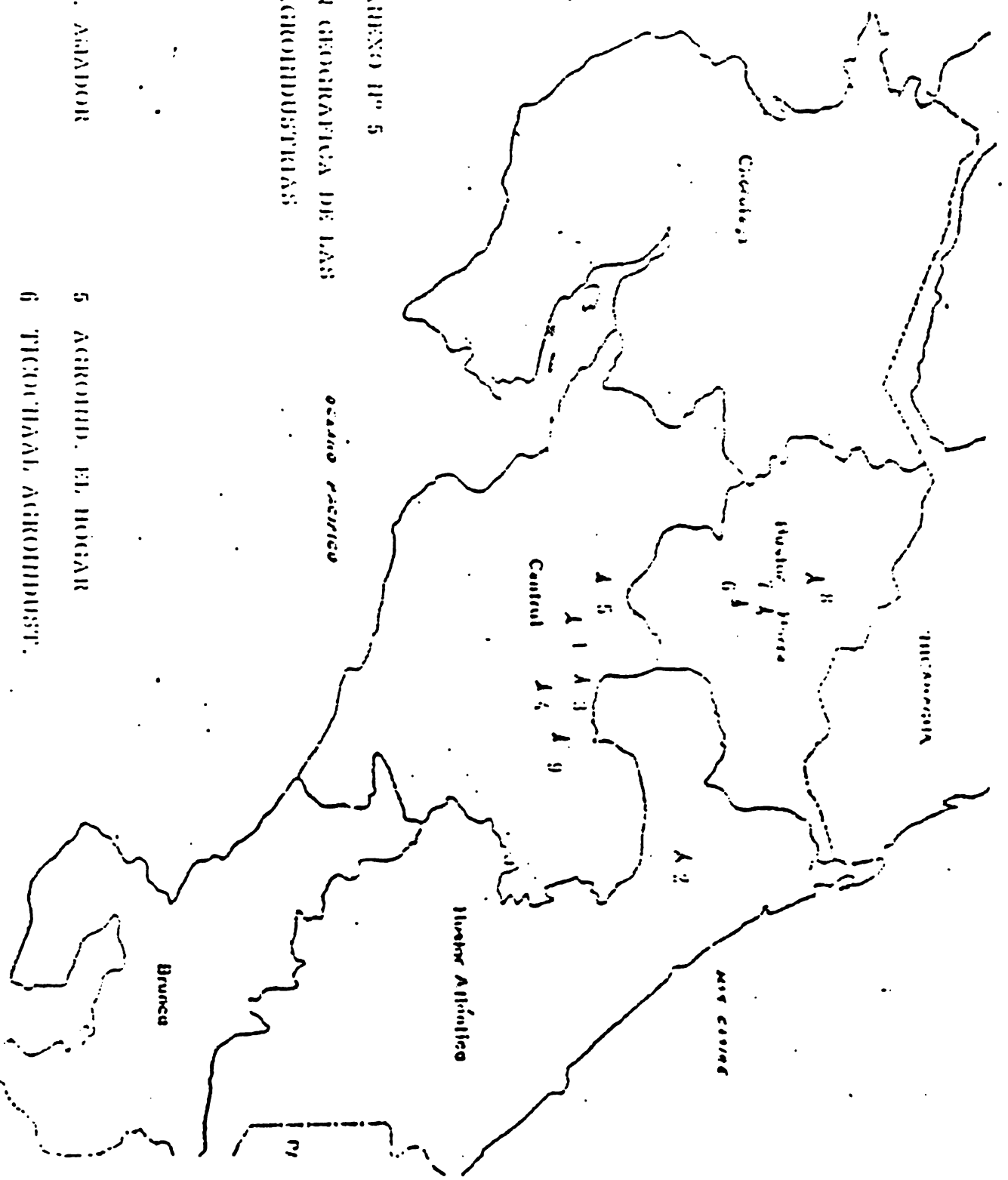
✦ : ZONAS DE PRODUCCION

A : AGROINDUSTRIAS (cellosas).



ANEXO No 5
 DIRECCION GEOGRAFICA DE LAS
 AGROINDUSTRIAS

Océano Pacífico



- 1 EXPORT. ALABOR
- 2 DEBASA
- 3 CONSERVAS DEL VALLE
- 4
- 5 AGROIND. EL HOGAR
- 6 TICOCHAL AGROINDUST.
- 7 CORPA, S.A.
- 8
- 9 PROD. TUCURIBUQUE

ANEXO 6

CUADRO SINOPTICO
DE LA SITUACION
DEL SUB-SECTOR
PALMITO DE PEUEBAYE

| PREVENTA1 | PREVENTA2 | PREVENTA3 | PREVENTA4 | PREVENTAS | INDESP | COSTOS/HA: FUECITA | IN FUECO | C/PIEZO | C/PIEZO | C/PIEZO | C/PIEZO |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------------|--------------------|------------------|---------|---------|---------|---------|
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 32 00 | 38 00 | ALUMINIO | 4 00 FUECA | WUEWUEWUEWUE | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 20 00 | 22 00 | ALUMINIO | 4 00 FUECA | FUECAAGRICULTION | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 15 00 | 35 00 | ALUMINIO | 4 00 FUECA | WUEWUEWUEWUE | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 17 00 | 0 00 | WUE | 4 00 FUECA | AGRICULTURA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 36 00 | 14 00 | 14 00 | 27 00 | 0 00 | CUBO METALIZADO | 5 00 FUECA | WUEWUEWUEWUE | 4 0000 | 0 | 0 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 21 00 | 30 00 | ALUMINIO | 1 00 FUECA | ORGANIZACION | 4 0000 | 0 | 0 | 0 |
| 0 00 | 18 00 | 20 00 | 25 00 | 30 00 | ALUMINIO | 4 00 FUECA | ORGANIZACION | 3 0000 | 25 000 | 35 000 | 3 0000 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 19 00 | 40 00 | DEF. COMPACTACION | 1 50 FUECA | WUEWUEWUEWUE | 5 0000 | 0 | 0 | 0 |
| 40 00 | 40 00 | 18 00 | 25 00 | 0 00 | PIRULO | 2 50 FUECA | AGRICULTURA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 26 00 | 0 00 | PIRULO | 0 00 FUECA | AGRICULTURA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 34 00 | 30 00 | 0 00 | PIRULO | 1 50 WUEWUEWUE | AGRICULTURA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 00 | 14 00 | 21 00 | 26 00 | 0 00 | WUE | 3 00 FUECA | ORGANIZACION | 8 0000 | 0 | 0 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 50 00 | 35 00 | 35 00 | WUE | 0 00 FUECA | AGRICULTURA | 5 0000 | 1 0000 | 1 0000 | 1 0000 |
| 0 00 | 0 00 | 30 00 | 35 00 | 0 00 | PIRULO | 0 00 FUECA | WUEWUEWUEWUE | 5 0000 | 25 000 | 25 000 | 0 |
| 0 00 | 28 00 | 40 00 | 40 00 | 0 00 | WUE | 0 00 FUECA | AGRICULTURA | 7 0000 | 3 0000 | 3 0000 | 5 0000 |
| 0 00 | 25 00 | 30 00 | 35 00 | 0 00 | PIRULO | 2 50 WUEWUEWUE | AGRICULTURA | 4 0000 | 4 0000 | 4 0000 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 35 00 | 35 00 | 0 00 | PIRULO | 2 00 WUEWUEWUE | AGRICULTURA | 7 0000 | 4 0000 | 4 0000 | 25 000 |
| 0 00 | 0 00 | 25 00 | 30 00 | 34 00 | WUEWUEWUEWUE | 0 00 FUECA | WUEWUEWUEWUE | 7 0000 | 25 000 | 25 000 | 25 000 |
| 0 00 | 0 00 | 36 00 | 30 00 | 0 00 | ALUMINIO | 5 00 WUEWUEWUE | ORGANIZACION | 17 0000 | 9 0000 | 9 0000 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 35 00 | PIRULO | 5 00 WUEWUEWUE | ORGANIZACION | 16 0000 | 8 0000 | 8 0000 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 28 00 | 0 00 | ALUMINIO | 5 00 WUEWUEWUE | ORGANIZACION | 12 0000 | 65 000 | 65 000 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | WUE | 0 00 WUE | WUE | 16 0000 | 0 | 0 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 35 00 | ALUMINIO | 5 00 WUEWUEWUE | ORGANIZACION | 2 0000 | 1 0000 | 1 0000 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 34 00 | 0 00 | ALUMINIO | 5 50 FUECA | ORGANIZACION | 1 0000 | 8 0000 | 8 0000 | 6 0000 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 34 00 | 0 00 | ALUMINIO | 5 50 FUECA | ORGANIZACION | 12 0000 | 95 000 | 95 000 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 32 00 | 0 00 | ALUMINIO | 5 00 FUECA | ORGANIZACION | 17 5000 | 17 0000 | 17 0000 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 25 00 | 0 00 | ALUMINIO | 1 00 FUECA | ORGANIZACION | 2 0000 | 1 0000 | 1 0000 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 30 00 | 33 00 | 0 00 | ALUMINIO | 5 00 FUECA | ORGANIZACION | 18 0000 | 825 000 | 19 0000 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 33 00 | 0 00 | ALUMINIO | 5 50 FUECA | ORGANIZACION | 15 0000 | 1 0000 | 1 0000 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 30 00 | 33 00 | ALUMINIO | 5 00 FUECA | ORGANIZACION | 24 0000 | 0 | 0 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 32 00 | 0 00 | ALUMINIO | 5 50 FUECA | AGRICULTURA | 15 0000 | 1 0000 | 1 0000 | 1 0000 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 32 00 | 0 00 | ALUMINIO | 5 50 WUEWUEWUE | ORGANIZACION | 14 0000 | 7 0000 | 4 0000 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 34 00 | 0 00 | ALUMINIO | 5 50 FUECA | ORGANIZACION | 175 000 | 5 0000 | 0 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 30 00 | 0 00 | ALUMINIO | 5 50 FUECA | ORGANIZACION | 17 5000 | 8 0000 | 8 0000 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 37 00 | 0 00 | ALUMINIO | 6 00 WUEWUEWUE | ORGANIZACION | 25 0000 | 15 0000 | 15 0000 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 34 55 | 0 00 | ALUMINIO | 5 00 WUEWUEWUE | ORGANIZACION | 16 0000 | 8 0000 | 8 0000 | 0 |
| 0 00 | 0 00 | 0 00 | 27 00 | 43 00 | ALUMINIO | 5 50 FUECA | ORGANIZACION | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 00 | 25 00 | 25 00 | 33 00 | 30 00 | PIRULO | 0 20 WUEWUEWUE | AGRICULTURA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 00 | 25 00 | 25 00 | 33 00 | 36 00 | PIRULO | 5 00 WUEWUEWUE | AGRICULTURA | 0 | 0 | 0 | 0 |

| CEREBROS | FERTILIZ | CONTAMINADA | CAMARINCO | COMUNIDAD | PERSONA | INDICADOR | CUBIERTA | ALMACEN | PROGRAMA | ACTIVIDAD | ANALISIS | COMERCIO | CREDITO |
|----------|----------|-------------|-----------|-----------|---------|-----------|----------|---------|----------|------------|----------|----------|---------|
| 0 | 1 | 12 | NE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 12 000 | MIXTA | SI | NO | SI |
| 0 | 1 | 2 | NE | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 000 | MIXTA | NO | NO | NO |
| 0 | 3 | 2 | NE | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 000 | MIXTA | NO | NO | NO |
| 0 | 3 | 5 | NE | 1 | 5 | 0 | 0 | 0 | 5 000 | MIXTA | SI | NO | NO |
| 0 | 4 | 3 | SI | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 7 000 | MIXTA | NO | SI | NO |
| 0 | 1 | 4 | NE | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 000 | MIXTA | SI | SI | NO |
| 0 | 4 | 3 | SI | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 5 000 | MIXTA | NO | SI | NO |
| 0 | 4 | 12 | NE | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 000 | FAMILIAR | NO | SI | NO |
| 0 | 10 | 4 | SI | 6 | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 000 | MIXTA | SI | SI | SI |
| 0 | 2 | 4 | SI | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 500 | MIXTA | NO | NO | SI |
| 0 | 1 | 3 | NE | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 750 | CONTRATADA | NO | NO | NO |
| 0 | 12 | 1 | NE | 3 | 0 | 1 | 0 | 0 | 5 000 | FAMILIAR | SI | SI | NO |
| 0 | 0 | 2 | NE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 000 | CONTRATADA | SI | SI | NO |
| 25 000 | 4 | 10 | NE | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 12 000 | CONTRATADA | SI | NO | NO |
| 0 | 1 | 2 | NE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 000 | FAMILIAR | SI | NO | NO |
| 5 000 | 4 | 12 | NE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 000 | CONTRATADA | SI | NO | NO |
| 0 | 3 | 2 | NE | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 000 | CONTRATADA | SI | NO | NO |
| 0 | 3 | 2 | NE | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 500 | CONTRATADA | SI | SI | NO |
| 0 | 6 | 0 | NE | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 4 000 | MIXTA | SI | SI | NO |
| 0 | 4 | 4 | NE | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 000 | FAMILIAR | SI | SI | SI |
| 0 | 3 | 4 | NE | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 000 | FAMILIAR | SI | SI | SI |
| 0 | 4 | 4 | NE | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 000 | CONTRATADA | SI | SI | SI |
| 0 | 3 | 5 | NE | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 000 | MIXTA | SI | SI | NO |
| 8 000 | 12 | 6 | NE | 12 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 000 | MIXTA | SI | SI | NO |
| 0 | 4 | 4 | NE | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 1 000 | FAMILIAR | NO | NO | NO |
| 0 | 4 | 4 | NE | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 000 | FAMILIAR | SI | SI | SI |
| 0 | 4 | 3 | NE | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 500 | MIXTA | NO | SI | SI |
| 0 | 6 | 0 | NE | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 000 | FAMILIAR | SI | SI | SI |
| 0 | 2 | 1 | NE3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 000 | MIXTA | SI | SI | NO |
| 0 | 2 | 5 | NE | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 000 | MIXTA | SI | SI | NO |
| 0 | 4 | 6 | NE | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 000 | MIXTA | SI | SI | NO |
| 0 | 3 | 5 | NE | 2 | 1 | 2 | 0 | 0 | 1 000 | FAMILIAR | SI | SI | SI |
| 0 | 3 | 2 | NE | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 000 | MIXTA | SI | NO | NO |
| 0 | 4 | 6 | NE | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 500 | MIXTA | SI | SI | NO |
| 0 | 2 | 3 | NE | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 000 | CONTRATADA | SI | SI | SI |
| 0 | 3 | 3 | NE | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 500 | MIXTA | NO | SI | NO |
| 0 | 2 | 3 | NE | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 000 | MIXTA | SI | SI | NO |
| 0 | 1 | 4 | NE | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 500 | CONTRATADA | SI | SI | NO |
| 0 | 2 | 4 | NE | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 000 | CONTRATADA | SI | NO | SI |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 000 | CONTRATADA | SI | NO | SI |

| FRONT/PAGO | ASISTENCIA | IMPLEMENTADO | COMPLETO | INVESTIDO | INVESTIR | INSTRUMENTO |
|------------|------------|--------------|--|-----------|----------|-------------|
| NO | NO | NO | NO | | | |
| NO | NO | NO | NO | | | |
| SI | NO | NO | NO | | | |
| SI | NO | NO | NO | | | |
| SI | NO | NO | NO | | | |
| SI | SI | SI | MAS ALTERNAS | | | |
| SI | NO | SI | PARA ENTRENAMIENTO Y CALIFICACION | | | |
| SI | NO | NO | | | | |
| SI | NO | SI | | | | |
| NE | NE | NE | | | | |
| SI | SI | NO | | | | |
| NO | NO | NO | MAS APOYO GUBERNAMENTAL | | | |
| NO | NO | NO | ESTA MUY MAL PAGADO | | | |
| SI | NO | NO | LOS PROBLEMAS SON DE PRECIO | | | |
| NO | NO | NO | ALGUNAS PLANTAS NO INGRESAN | | | |
| NO | NO | NO | FALTA DE CONOCIMIENTOS DE LA PLANTA | | | |
| NO | NO | NO | MUY ALTOS LOS INTERESES, DEL CREDITO | | | |
| SI | NO | NO | NO HAN HABIDO PROBLEMAS HASTA AHORA | | | |
| NO | NO | NO | MAS ASISTEC Y MERCADERO POR MAG Y CMP | | | |
| NO | NO | NO | FALTA ASISTEC, TRANSPORTE MUY ALTO | | | |
| NO | NO | NO | NO HAY ASISTEC, TRANSPORTE MUY ALTO | | | |
| NO | NO | NO | | | | |
| NO | NO | NO | UBICAR PLANTA EN LA ZONA | | | |
| NO | NO | NO | PONER UNA PLANTA EN LA ZONA | | | |
| NO | NO | NO | ASISTEC COMERCIALIZACION, PUEBLOS | | | |
| NO | NO | NO | FALTA ASISTEC, CAPACITACION MERCADERO | | | |
| SI | NO | NO | FALTA EXPERIENCIA COMERCIALIZACION | | | |
| NO | NO | NO | FALTA ASISTEC | | | |
| NO | NO | NO | IMPLANTAR PLANTA EN LA ZONA | | | |
| NO | NO | NO | CONSTRUIR PLANTA CERCA, TRANSPIRACION | | | |
| NO | NO | NO | CONSTRUIR PLANTA EN LA ZONA | | | |
| SI | NO | NO | FALTA ASISTEC, MANO OBRA ESPECIALIZADA | | | |
| NO | NO | NO | | | | |
| NO | NO | NO | MEJORAR CAMINOS | | | |
| NO | NO | NO | MEJORAR PUEBLO Y ESTABILIDAD | | | |
| NO | NO | NO | FALTA ASISTEC | | | |
| NO | NO | NO | FALTA ASISTEC | | | |
| NO | NO | NO | | | | |
| NO | NO | NO | | | | |

ANEXO 7

CUESTIONARIO A PRODUCTORES

FECHA: _____

1- NOMBRE: _____

2- LOCALIZACION DE LA FINCA:
PROVINCIA: _____ CANTON: _____ DISTRITO: _____

3- OTRAS SEMAS: _____

4- EXPERIENCIA A ORGANIZACIONES:
INDIVIDUAL _____ ASOCIACION _____ COOPERATIVA _____ OTRAS _____

5- NIVEL EDUCATIVO:
PRIMARIA _____ SECUNDARIA _____ OTRA _____

6- FUENTE Y CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO:

7- AREA TOTAL DE LA FINCA _____ hectáreas

7.1- Detalle de parcelas:

- a) Area sembrada _____ há
- b) Area en producción _____ há
- c) Distancia de siembra _____ plantas/hectárea
- d) Distancia de siembra _____ metros
- e) Area de la plantación _____
- f) Rendimiento: _____ unidades/héctara
- g) Eficiencia de la producción: _____

Área: _____
Medio: _____
Unidad: _____

7.2- Grupo de palmitales:

- a) Área sembrada _____ has
- b) Área en producción _____ has
- c) Cantidad de siembra _____ plantas/ha
- d) Distancia de siembra _____ metros
- e) Edad de la plantación _____
- f) Rendimiento _____ racimos/ha/año
- g) Estacionalidad de la producción (meses):
 Alta: _____
 Media: _____
 Baja: _____

7.3- OTROS CULTIVOS

| CULTIVO | AREA (has) |
|---------|------------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

7.4- Aporte del cultivo a la economía de la finca:

C _____ % _____

8- TENENCIA DE LA TIERRA:

Propia: _____ Alquilada _____ Porcentaje específico: _____

9- EXPERIENCIA EN EL CULTIVO:

10- PRECIOS DE VENTA:

| AÑO | PALMITO Cantidad | FRUTO C/racimo |
|------|---------------------|-------------------|
| 1991 | | |
| 1992 | | |
| 1993 | | |
| 1994 | | |

| CROPOS | FERTILIZ | CONTAMINAZA | CAMARINCO | COMPLETAS | DEFECTIVA | NUMEROS | CONTRUI | OTRAS | ALMACEN | PROGRAM | MAQUINARIA | ARRIAC | COMERC | CREDITO |
|--------|----------|-------------|-----------|-----------|-----------|---------|---------|-------|--------------------------|---------|------------|--------|--------|---------|
| 0 | 1 | 12 (M) | 13 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1000 (MILL) | | | SI | NO | SI |
| | 0 | 2 NE | NE | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 400 NE | | MIXIA | NO | NO | NO |
| | 0 | 2 NE | NE | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 50 AGRUPAMIENTO | | MIXIA | NO | NO | NO |
| | 0 | 3 NE | NE | 1 | 5 | 0 | 0 | 0 | 5 00 NE | | MIXIA | SI | NO | NO |
| | 0 | 3 SI | NO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 00 MIA | | MIXIA | NO | SI | NO |
| | 0 | 4 NF | NF | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 50 INSTRUCCIONES | | MIXIA | NO | SI | NO |
| | 0 | 4 SI | NO | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 00 SUJERES | | MIXIA | NO | SI | NO |
| | 0 | 4 NF | NE | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 00 MIA | | FAMILIAR | NO | SI | NO |
| | 0 | 4 SI | NO | 6 | 2 | 1 | 0 | 0 | 7 00 INOFINO | | MIXIA | SI | SI | SI |
| | 0 | 4 SI | NO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 00 PROFRO | | MIXIA | NO | NO | SI |
| | 0 | 3 NE | NE | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 75 TIKURKANE | | CONTRATADA | NO | NO | NO |
| | 0 | 1 NE | NE | 3 | 0 | 1 | 0 | 0 | 15 00 VIVERO PROPIO | | FAMILIAR | SI | SI | NO |
| | 0 | 2 NE | NE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 00 INTAL SAN CARLOS | | CONTRATADA | SI | SI | NO |
| 25000 | 0 | 10 NE | NE | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 12 00 MISMA ZONA | | CONTRATADA | SI | NO | NO |
| | 0 | 2 NE | NF | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 00 PUERTO VEJO | | FAMILIAR | SI | NO | NO |
| 50000 | 4 | 12 NE | NE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 00 SUJERES | | CONTRATADA | SI | SI | NO |
| | 3 | 2 NE | NE | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 9 00 VIVERO EN LA FINCA | | CONTRATADA | SI | NO | NO |
| 25000 | 3 | 2 NE | NE | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 10 00 DE LA MISMA FINCA | | CONTRATADA | SI | SI | NO |
| | 6 | 9 NE | NE | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 16 00 AGUAS CARIAS UPALA | | MIXIA | SI | SI | NO |
| | 4 | 4 NE | NE | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 16 00 GUAPLES | | FAMILIAR | SI | SI | SI |
| | 3 | 4 NE | NE | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 11 75 GUAPLES | | FAMILIAR | SI | SI | SI |
| | 4 | 4 NE | NE | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 15 00 GUAPLES | | CONTRATADA | SI | SI | SI |
| | 0 | 5 NE | NE | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 16 00 GUAPLES | | MIXIA | SI | SI | NO |
| 80000 | 0 | 6 NE | NE | 12 | 0 | 0 | 0 | 0 | 16 00 GUAPLES | | MIXIA | SI | SI | NO |
| | 0 | 4 NE | NE | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 15 00 GUAPLES | | FAMILIAR | NO | NO | NO |
| | 0 | 4 NE | NE | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 16 00 GUAPLES | | FAMILIAR | SI | SI | SI |
| | 0 | 3 NE | NE | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 16 00 UPALA | | MIXIA | NO | SI | SI |
| | 0 | 6 NE | NE | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 15 00 NE | | FAMILIAR | SI | SI | SI |
| | 0 | 3 NE3 | NE | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 12 00 GUAPLES | | MIXIA | SI | SI | NO |
| | 0 | 5 NE | NE | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 16 00 NE | | MIXIA | SI | SI | NO |
| 100000 | 0 | 6 NE | NE | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11 00 GUAPLES | | MIXIA | SI | SI | NO |
| | 0 | 5 NE | NE | 2 | 1 | 2 | 0 | 0 | 11 75 GUAPLES | | FAMILIAR | SI | SI | SI |
| | 0 | 3 NE | NE | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 11 00 UPALA | | MIXIA | SI | NO | NO |
| | 0 | 4 NE | NE | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11 00 UPALA | | MIXIA | SI | SI | NO |
| | 0 | 3 NE | NE | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 16 00 NE | | CONTRATADA | SI | SI | SI |
| | 0 | 3 NE | NE | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11 75 GUAPLES | | MIXIA | NO | SI | NO |
| | 0 | 3 NE | NE | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11 75 GUAPLES | | MIXIA | SI | SI | NO |
| | 0 | 4 NE | NE | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 00 (DE LA MISMA ZONA) | | CONTRATADA | SI | SI | NO |
| | 0 | 4 NE | NE | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 00 NE | | CONTRATADA | SI | NO | SI |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 00 | | CONTRATADA | SI | NO | SI |

| FRONTOPAGO | ASISTENCIA | MUJEREMENID | COMPROB | NIVEL III | INVERSIÓN |
|------------|------------|-------------|--|-----------|-----------|
| NO | NO | NO | | | |
| NO | NO | NO | | | |
| SI | NO | NO | | | |
| SI | NO | NO | | | |
| SI | NO | NO | | | |
| SI | SI | SI | MAS AIRWAYS | | |
| SI | NO | SI | PLANIFICACION DE INICIACION | | |
| SI | NO | SI | | | |
| SI | NO | SI | | | |
| NE | NE | NE | | | |
| SI | SI | NO | | | |
| NO | NO | SI | MAS APOYO GUBERNAMENTAL | | |
| NO | NO | NO | ESTA MUY MAL PAGADO | | |
| SI | NO | NO | LOS PROBLEMAS SON DE PRECIO | | |
| NO | NO | NO | ALGUNAS PLANTAS NO INGEAN | | |
| NO | NO | NO | FALTA DE CONOCIMIENTOS DE LA PLANTA | | |
| NO | NO | NO | MUY ALTOS LOS INTERESES, DEL CREDITO | | |
| SI | NO | NO | NO HAN HABIDO PROBLEMAS HASTA AHORA | | |
| NO | NO | NO | MAS ASISTEC Y MERCADERO POR MAG Y CNP | | |
| NO | NO | NO | FALTA ASISTEC, TRANSPORTE MUY ALTO | | |
| NO | NO | NO | NO HAY ASISTEC, TRANSPORTE MUY ALTO | | |
| NO | NO | NO | | | |
| NO | NO | NO | UBICAR PLANTA EN LA ZONA | | |
| NO | NO | NO | PONER UNA PLANTA EN LA ZONA | | |
| NO | NO | NO | ASISTEC COMERCIALIZACION, PUEBLOS | | |
| NO | NO | NO | FALTA ASISTEC, CAPACITACION MERCADERO | | |
| NO | NO | NO | FALTA EXPERIENCIA COMERCIALIZACION | | |
| SI | NO | NO | FALTA ASISTEC | | |
| NO | NO | NO | IMPLANTAR PLANTA EN LA ZONA | | |
| NO | NO | NO | CONSTRUIR PLANTA CERCA, TRANSPLANTAR | | |
| NO | NO | NO | CONSTRUIR PLANTA EN LA ZONA | | |
| SI | NO | NO | FALTA ASISTEC, MANO OBRA ESPECIALIZADA | | |
| NO | NO | NO | | | |
| NO | NO | NO | MEJORAR CAMINOS | | |
| NO | NO | NO | MEJORAR PUEBLO Y ESTABILIDAD | | |
| NO | NO | NO | FALTA ASISTEC | | |
| NO | NO | NO | FALTA ASISTEC | | |
| NO | NO | NO | | | |
| NO | NO | NO | | | |

ANEXO 7

CUESTIONARIO A PRODUCTORES

FECHA: _____

1- NOMBRE: _____

2- LOCALIZACION DE LA FINCA:
PROVINCIA: _____ CANTON: _____ DISTRITO: _____

3- OTRAS SEMAS: _____

4- EXPERIENCIA A ORGANIZACION:
INDIVIDUAL _____ ASOCIACION _____ COOPERATIVA _____ OTRAS _____

5- TIPO DE EMPLAZAMIENTO:
URBANA _____ SEMIURBANA _____ RURA _____

6- FUENTE Y CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO:

7- AREA TOTAL DE LA FINCA _____ hectáreas

7.1- Balance de tejidos:

- a) Area sembrada _____ Hás
- b) Area en producción _____ Hás
- c) Distancia de siembra _____ plantas/hectárea
- d) Distancia de siembra _____ metros
- e) Edad de la plantación _____
- f) Rendimiento: _____ unidades/Hás/ano
- g) Rentabilidad de la producción: _____
Alto: _____
Medio: _____
Bajo: _____

7.1- Fruto de palmito:

- a) Área sembrada _____ has
- b) Área en producción _____ has
- c) Cantidad de siembra _____ plantas/ha
- d) Distancia de siembra: _____ metros
- e) Edad de la plantación _____
- f) Rendimiento _____ racimos/ha/año
- g) Estacionalidad de la producción (meses):
 Alta: _____
 Media: _____
 Baja: _____

7.2- OTROS CULTIVOS

| CULTIVO | AREA (has) |
|---------|------------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

7.4- Aporte del cultivo a la economía de la finca:

C _____ % _____

8- TENENCIA DE LA TIERRA:

Propia: _____ Alquilada _____ Otros especifique: _____

9- EXPERIENCIA EN EL CULTIVO:

10- PRECIOS DE VENTA:

| AÑO | PALMITO C/cantidad | FRUTO C/racimo |
|------|-----------------------|-------------------|
| 1991 | _____ | _____ |
| 1992 | _____ | _____ |
| 1993 | _____ | _____ |
| 1994 | _____ | _____ |

11- TRANSPORTE:

Propio _____ Alquilado _____ Capacidad del vehículo _____

11.1- Flete del transporte:

a) Palmito: C _____ viaje C _____ unidades
 b) Fruta: C _____ viaje C _____ unidades

12- METODO DE VENTA:

En pie _____ Cortado en la finca _____ Puesto en la industria _____

13- COMPRADORES:

Intermediario _____ Organización _____ Agroindustria _____ Comercio _____
 Público _____ Otros (especifique) _____

14- VOLUMENES COMERCIALIZADOS POR SEMANA:

14.1- Palmito: _____ unidades

14.2- Fruta: _____ sacos o Kgrs.

15- COSTOS DE PRODUCCION:

| COSTO HABANO | RECIBIDOS | |
|--------------|-----------|-------|
| | PALMITO | FRUTA |
| PRIMER AÑO | | |
| SEGUNDO AÑO | | |
| TERCER AÑO | | |
| CUARTO AÑO | | |
| QUINTO AÑO | | |

16- TECNICAS DEL CULTIVO:

Fertilización: _____ veces por año.
 Control de malezas: _____ veces por año.
 Control de plagas: _____ veces por año.
 Deshija: _____ veces por año.
 Trazajes: _____ veces por año.
 Cobertura de suelos: _____ veces por año.
 Curvas de desnivel: _____ veces por año.
 Otros: _____

17- COSTOS DE SIEMBRA:

17.1- C_____ salmido

17.2- C_____ caballo o kgv.

18- COSTOS DEL SEMILLERO:

18.1- Costo de la semilla:

seca_____ 1 kgv

germinada_____ 1 kgv

plántula_____ 1 kgv

18.2 Proveniencia de las semillas y plántulas: _____

19- MANO DE OBRERA:

| | FERTILIZANTES | CONTROLADAS |
|-------|---------------|-------------|
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |

20- OTROS INSUMOS:

20.1- Fertilizante granulado: Valor unitario_____ Valor total_____

20.2- Fertilizante foliar: Valor unitario_____ Valor total_____

20.3- Control de plagas: Valor unitario_____ Valor total_____

20.4- Control de malezas: Valor unitario_____ Valor total_____

21- OTROS COSTOS:

21.1- Transporte de insumos: Valor unitario_____ Valor total_____

21.2- Transporte de plántulas: Valor unitario_____ Valor total_____

22- FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PRODUCCION:

Asistencia técnica____ Comercialización____ Créditos____ Ganancias____
Condiciones climáticas____ Pendiente del terreno:0-5%____, 5-10%____
Drenajes____ Otros (especifique)_____

23- ¿PIENSA AMPLIAR EL AREA DE SIEMBRA?

si____ no____

24- OBSERVACIONES DEL PRODUCTOR:

24.1- A nivel de producción y pos-cosecha. (criterio utilizado para la corta: grosor-longitud-madurez)_____

24.2- A nivel de comercialización._____

24.3- A nivel de precios._____

24.4- A nivel de organización._____

24.5- A nivel de apoyo gubernamental (sistema bancario y sector agrupamiento)_____

24.6- Futuro de la actividad._____

24.7- Incentivos que recibe del comprador (industria, intermedio, etc).

Insumos (especifique)_____ Pago por rendimiento_____

Transporte_____ Pronto pago_____ Asistencia técnica_____

Implementos_____ Otros (especifique)_____

24.8- Principales problemas y alternativas de solución._____

ANEXO 8

CUESTIONARIO A NIVEL INDUSTRIAL

FECHA: _____

1- NOMBRE DE LA EMPRESA _____

2- LOCALIZACION:

Provincia: _____ Cantón: _____ Distrito: _____

Otras señas: _____

3- ACTIVIDAD PRINCIPAL:

Exportación: _____ % Nacional: _____ % Otro (especifique): _____

4- TAMAÑO DE LA EMPRESA:

4.1- No. de empleados permanentes: _____

4.2- No. de empleados ocasionales: _____

4.3- Precedencia de la mano de obra: _____

4.4- Posee plantación propia? Palmito _____ hás Fruta _____ hás

5- PRODUCCION:

5.1- Volumen total de producción (especificar unidad de medida, kilos, latas, frascos, bolsas, unidades, etc).

a) Diario _____

b) Mensual _____

5.2- Capacidad instalada de proceso (especificar unidad de medida, kilos, latas, frascos, bolsas, unidades, etc).

a) Diario _____

b) Mensual _____

5.3- Presentación del producto (especificar unidad de medida porcentaje).

Latas: _____ Vidrio: _____ 

En cajas: _____ Total s.: _____

2- PRINCIPALES MATERIAS PRIMAS QUE PROTEJA LA EMPRESA:

MATERIAS PRIMAS:

CANTIDAD POR MES*

- a. Palmico: _____
- b. Fruta: _____
- c. _____
- d. _____
- e. _____
- f. _____

* Especificar unidad de medida.

3.4- Proveniencia de la materia prima:

| | PALMICO | FRUTA |
|---------------------------------|----------|--------|
| a. Producción propia | _____% | _____% |
| b. Compra directa a productores | _____% | _____% |
| c. Compra a intermediarios | _____% | _____% |
| d. Regiones: | | |
| Central | : _____% | _____% |
| Pacífico Central | : _____% | _____% |
| Chorotega | : _____% | _____% |
| Brunca | : _____% | _____% |
| Huetar Atlántica | : _____% | _____% |
| Huetar Norte | : _____% | _____% |

e) Forma de contratación: Verbal _____ Escrita _____ Otra _____

f. Normas de calidad para la compra:

- 1) Calibre con die cáscaras: _____ cms
- 2) Calibre envasado: _____ cms
- 3) Longitud: _____ cms

4) Rendimiento: _____ unidades/caja

5) Tamaño del fruto: _____ cms

7- SATISFACCIÓN CON LOS PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA:

Calidad _____ Suministro _____ Puntualidad _____ Tiempo de entrega _____
Comentarios: _____

8- INCENTIVOS DE LA INDUSTRIA AL PRODUCTOR:

Insumos (especificar) _____ Pago por rendimiento _____
Transporte _____ Frenos pago _____ Asistencia técnica _____
Implementos _____ Otros (especificar) _____

9- ESTABILIDAD DE LA PRODUCCION (HECTA):

| | PALMITO | FRUTA |
|--------------|---------|-------|
| 9.1- Alta : | _____ | _____ |
| 9.2- Media : | _____ | _____ |
| 9.3- Baja : | _____ | _____ |

10- PRECIOS PAGADOS EN LA PLANTA INDUSTRIAL:

| ANO | PALMITO | FRUTA * |
|------|---------|---------|
| 1990 | | |
| 1991 | | |
| 1992 | | |
| 1993 | | |
| 1994 | | |

* indicar unidad de medida (racimo o kgr).

10.1-Mecanismo para determinar el precio de compra

11- PRINCIPALES PRODUCTOS Y CANTIDADES PRODUCCION POR MES:
(especificar unidad de medida)

| | |
|--|--|
| | |
| | |
| | |
| | |

12- MERCADO DE DESTINO DE LA PRODUCCION (en porcentaje):

| 12.1- Mercado nacional: | | PALMITO | FRUTA |
|-------------------------|---------------------------|---------|-------|
| 1 | Región Central: | _____ | _____ |
| 2 | Región Pacífico Central: | _____ | _____ |
| 3 | Región Chocotega: | _____ | _____ |
| 4 | Región Uraba: | _____ | _____ |
| 5 | Región Huastar Atlántica: | _____ | _____ |
| 6 | Región Huastar Norte: | _____ | _____ |

| 12.2- Mercado internacional: | | PALMITO | FRUTA |
|------------------------------|------------------------|---------|-------|
| 1 | Estados Unidos de Am.: | _____ | _____ |
| 2 | Francia: | _____ | _____ |
| 3 | Canadá: | _____ | _____ |
| 4 | Centro América: | _____ | _____ |
| 5 | otros países: | _____ | _____ |

13- PREMIOS INTERNACIONALES :

| | PALMITO | FRUTA |
|--|---------|-------|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

* Indicar unidad de medida (cajas, kgrs, etc.).

14- INTENTIVOS A LA INDUSTRIA

Crédito _____ Subsidios _____ Exoneración de impuestos _____
Asistencia técnica _____ Investigación _____ Otros (especifique): _____

15- INVERSIONES DE LA EMPRESA (especifique) _____

| |
|--|
| |
| |
| |

19- PRINCIPALES PROBLEMAS QUE AFECTAN A LA EMPRESA

19.1- Materia prima:

Calidad___ Abastecimiento___ Estacionalidad de la producción___
Precios___ Crédito___ Conservación del producto___
Investigación y transferencia de tecnología___ Otros
específicos:_____

19.2- Procesos:

Capacitación___ Asistencia técnica___ Crédito___ Conservación___
Almacenamiento___ Reconocimiento de normas de calidad___
Costo de mano de obra___ Otros (específicos) _____

19.3- Administración y mercados:

Capacitación___ Capacitación___ Demanda insuficiente___
Información de mercados interno y externo___ Transporte___
Estructura___ Falta de canales de comercialización___
Otros (específicos) _____

ANEXO 9

CUESTIONARIO DE COMERCIALIZACION
PRODUCTO FRESCO

FECHA: _____

1- NOMBRE: _____

2- LOCALIZACION:

Provincia _____ Cantón _____ Distrito _____

Otras señas _____

3- TIPO DE EMPRESA:

Trivada _____ Cooperativa _____ Asociativ. _____ Otras _____

especifique. _____

4- PRODUCTOS QUE COMERCIALIZA:

| PRODUCTO | CANTIDAD POR MES* |
|------------|-------------------|
| a) Palmito | _____ |
| b) Fresa | _____ |
| c) _____ | _____ |
| d) _____ | _____ |
| e) _____ | _____ |

* Especificar unidad de medida.

5- ACTIVIDADES REALIZADAS:

5.1- Clasificación y proceso. _____

5.2- Transporte. _____

5.3- Almacenamiento. _____

5.4- Compra, Venta. _____

5.5- Ingresos (especifique). _____

6- FRECUENCIA DEL PRODUCTO:

7- ESTACIONALIDAD DE LA OFERTA COMERCIALIZABLE (meses):

7.1- Frecuencia:
Alta: _____
Media: _____
Baja: _____

7.2- Tipo de estacionalidad:
Alta: _____
Media: _____
Baja: _____

8- COMERCIALIZACIÓN:

8.1- Por semana, por mes, trimestre, unidad de medida. _____

8.2- Volumen comercializado en época de cosecha (estacionalidad). _____

8.3- En otras épocas del año. _____

8.4- Presentación del producto:
En fresco: _____ Procesado (indicar empaque) _____

8.5- Cómo determina el precio de compra. _____

8.6- Cómo determina el precio de venta. _____

8.7- Transporte: Medio _____ Furgón _____ Alquilado _____
Capacidad del vehículo: _____

8.8- Costo del transporte del inicio de compra al de venta (indicar si es por viaje, unidad u otra). _____

9- DESCRIPCION DEL MANEJO POST COSECHA:

10- PERDIDAS POR MANEJO:

10.1- Causas de la pérdida. _____

11- ALMACENAMIENTO:

11.1- Lugar y tiempo de almacenamiento: _____

11.2- Pérdidas por almacenamiento _____

12- EFECTOS:

12.1- De compra : C/palmito : _____ C/racimo o kg : _____

12.2- De venta : C/palmito : _____ C. racimo . kg. : _____

13- FACTORES QUE INFLUYEN EN LA COMERCIALIZACION:

Crédito: _____ Normas y unidades de medida _____ Transporte _____

Información de mercados _____ Fijación de precios _____ Calidad _____

Material de empaque _____ Otros (especifique) _____

14- COMENTARIOS DEL COMERCIANTE:

14.1- A nivel del proveedor _____

14.2- A nivel del comprador _____

14.3- Oferta del producto _____

14.4- Precios de compra _____

14.5- Problemática de la comercialización de palmito y/o frusa de
peñibaye _____

15- OTRAS ACTIVIDADES DEL COMERCIANTE:

15.1- Otros productos que comercializa _____

16- OTRAS ACTIVIDADES NO RELACIONADAS CON EL SECTOR:

17- Otros comentarios y observaciones: _____

ANEXO 10

CUADRO 1

FRANCIA

Importaciones de Palmito, según país de procedencia
Período 1990-1994

En: toneladas métricas y porcentajes de participación

| PAIS/AÑO | 1990 | | 1991 | | 1992 | | 1993 | | 1994 * | |
|--------------|------|------|------|------|------|------|------|------|--------|------|
| | TM | % | TM | % | TM | % | TM | % | TM | % |
| BELGICA LUXB | 23 | 0.2 | 36 | 0.4 | 110 | 1.2 | | | 43 | 0.7 |
| PAISES BAJOS | 34 | 0.4 | 2 | 0.02 | 2 | 0.02 | | | | |
| ALEMANIA | 2 | 0.02 | | | | | | | 2 | 0.01 |
| ITALIA | | | | | | | | | 3 | 0.01 |
| COSTA MARFIL | 31 | 0.3 | | | | | | | | |
| COSTA RICA | 1080 | 11.4 | 1275 | 14.2 | 1959 | 21.6 | 2772 | 30 | 1439 | 24 |
| COLOMBIA | 926 | 9.3 | 1915 | 21.4 | 1210 | 13.3 | 342 | 10.2 | 547 | 9.1 |
| VENEZUELA | 519 | 5.5 | 1001 | 11.2 | 483 | 5.3 | 575 | 6.2 | 196 | 3.3 |
| GUYANA | 226 | 2.4 | 418 | 4.7 | 567 | 6.2 | 732 | 7.9 | 555 | 9.3 |
| ECUADOR | 387 | 4.1 | 213 | 2.4 | 108 | 1.2 | | | | |
| PERU | 158 | 1.9 | 253 | 2.9 | 122 | 1.3 | 99 | 1.1 | 67 | 1.1 |
| BRASIL | 5971 | 63.4 | 3759 | 41.7 | 4522 | 49.3 | 4002 | 44.4 | 3023 | 50.4 |
| FRANCIA | | | | | 1 | 0.01 | | | | |
| ESPAÑA | | | 16 | 0.2 | | | | | | |
| REINO UNIDO | | | | | | | 1 | 0.01 | 1 | 0.02 |
| PARAGUAY | | | 31 | 0.3 | | | | | | |
| PORTUGAL | | | | | | | | | 1 | 0.02 |
| SIRIA | | | | | | | 17 | 0.2 | | |
| BOLIVIA | | | | | | | | | 114 | 1.9 |
| TOTALES | 9421 | 100 | 8919 | 100 | 9084 | 100 | 9241 | 100 | 5995 | 100 |

* AL MES DE JULIO DE 1994

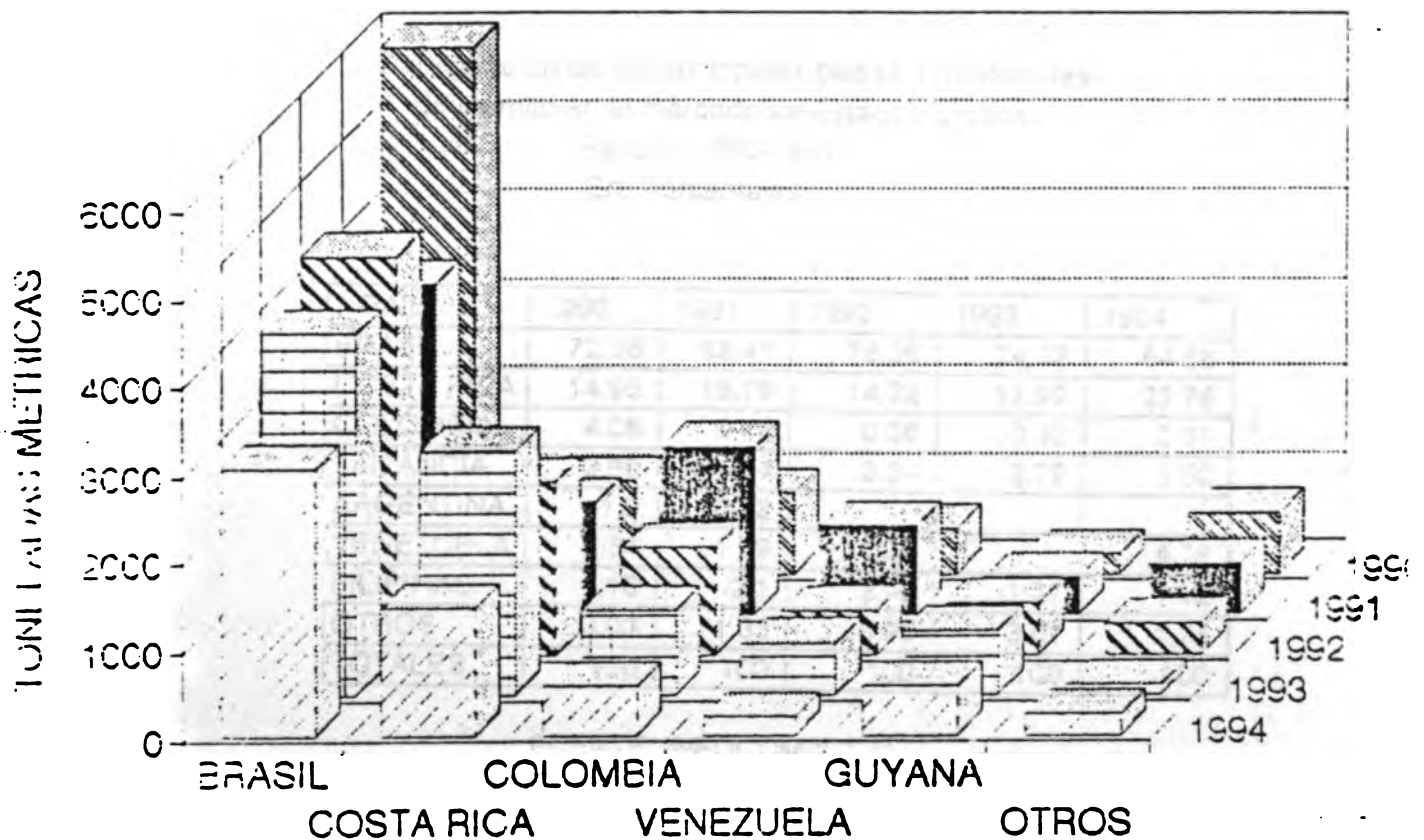
FUENTE. EUROSTAT-CINCE. Centro de Documentación

ANEXO 11

GRAFICO 1

FRANCIA IMPORTACIONES DE PALMITO

PERIODO 1990-1994*



* AL MES DE JULIO DE 1994

ANEXO 12

CUADRO 2

Participación de los principales países exportadores
de palmito en el mercado de Estados Unidos.
Período 1990-1994
En: Porcentajes

| PAIS | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| BRASIL | 72.36 | 68.41 | 78.98 | 74.02 | 64.66 |
| COSTA RICA | 14.95 | 18.79 | 14.32 | 17.99 | 23.76 |
| COLOMBIA | 4.08 | 0.76 | 0.36 | 0.32 | 0.31 |
| TAILANDIA | 3.98 | 6.4 | 3.34 | 2.79 | 3.32 |
| ARGENTINA | 1.9 | 0.32 | | | |
| VENEZUELA | 1.54 | 1.39 | 0.32 | | 5.08 |
| FILIPINAS | 1.16 | 2.1 | 2.42 | 1.27 | 1.12 |
| OTROS | 0.03 | 1.33 | 0.26 | 3.61 | 1.75 |
| TOTALES | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

FUENTE: INFOCOM (OEA).

ANEXO 13

CUADRO 3

Principales países importadores de palmito.
Período 1990-1994
En: Toneladas Métricas

| PAIS/AÑO | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 |
|----------------|------|------|------|------|------|
| FRANCIA * | 9421 | 8971 | 9084 | 9241 | 5995 |
| ESTADOS UNIDOS | 2842 | 2055 | 2232 | 2593 | 2175 |
| ESPAÑA * | 1099 | 1598 | 1259 | 899 | 607 |
| CANADA | N.D | N.D | 687 | 737 | 721 |
| BELGICA * | 310 | 217 | 303 | 199 | 135 |
| ITALIA | 358 | 412 | 253 | 345 | 197 |
| ALEMANIA | 147 | 153 | 175 | 134 | 86 |

* AL MES DE JULIO DE 1994

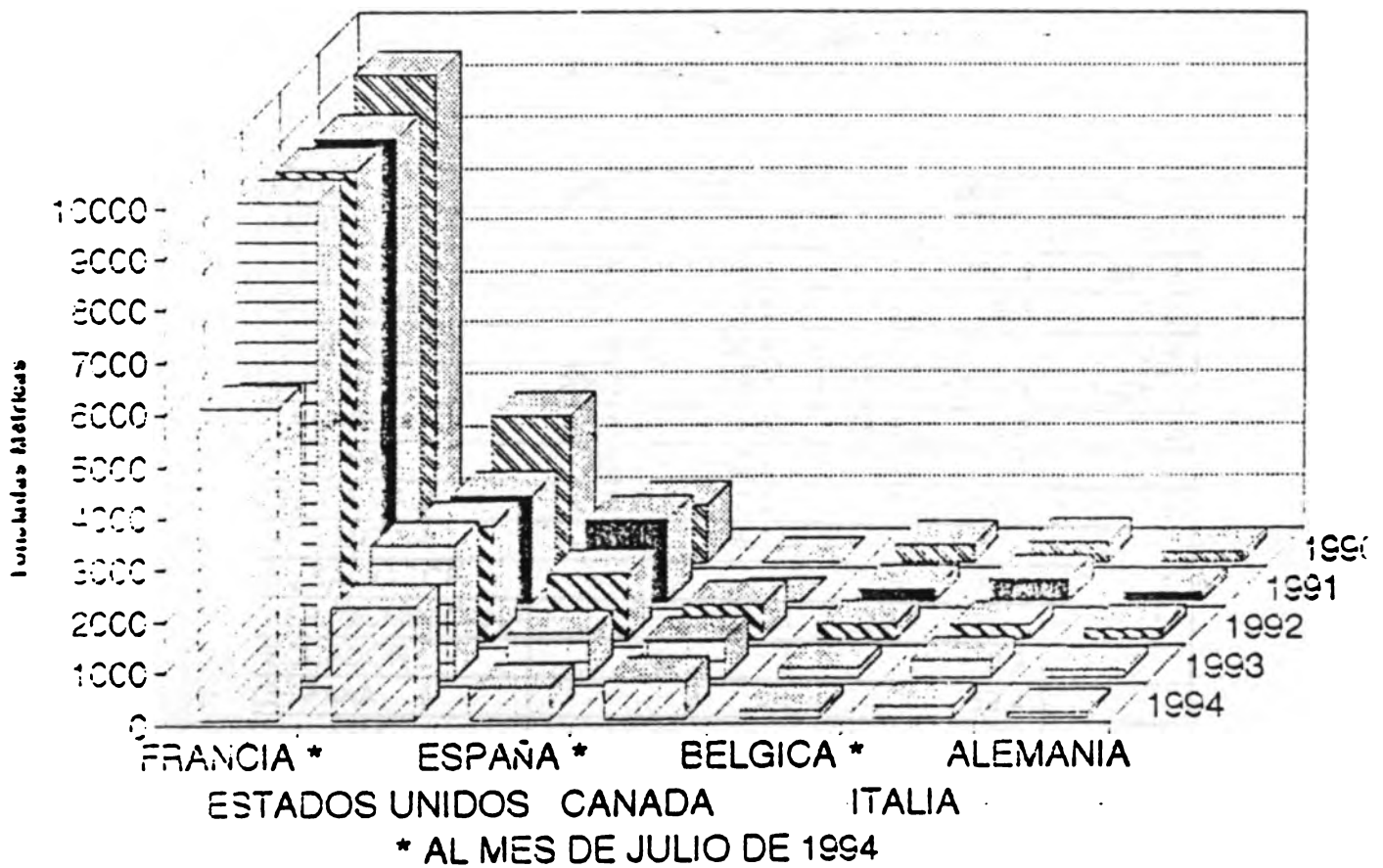
FUENTE: Canadian Import Statistics
EUROSTAT
INFOCOM (OEA).

ANEXO 14

GRAFICO 2

Principales países import. de Palmito

Período 1990-1994



ANEXO 15

CUADRO 4

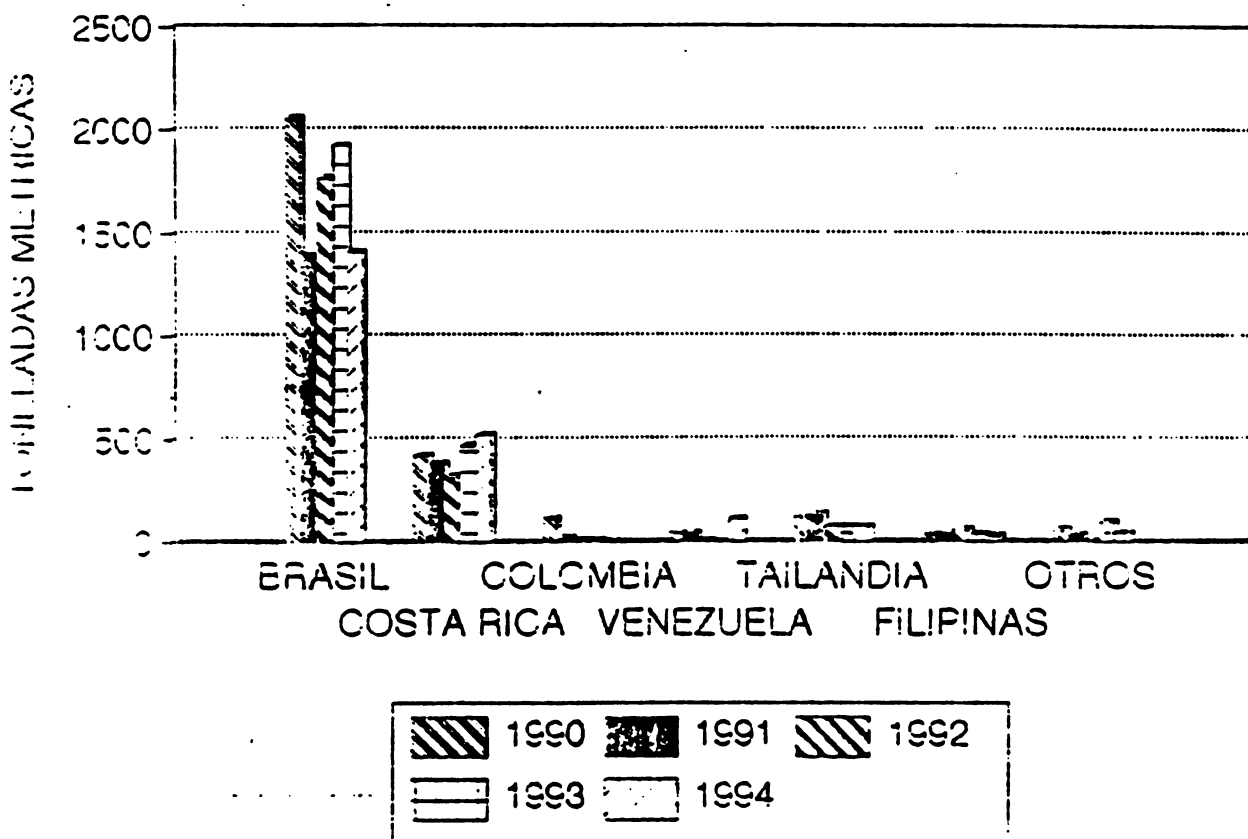
ESTADOS UNIDOS
Importaciones de palmito segun país de procedencia
PERIODO 1990-1994
En: Toneladas Métricas

| PAIS/AÑO | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 |
|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| MEXICO | | | | | 7.7 |
| COSTA RICA | 424.9 | 386.1 | 319.7 | 466.5 | 516.9 |
| COLOMBIA | 115.9 | 15.6 | 8 | 8.3 | 6.8 |
| VENEZUELA | 43.9 | 38.9 | 7.2 | | 110.4 |
| BRASIL | 2056.8 | 1405.4 | 1763.1 | 1919.3 | 1406.4 |
| TAILANDIA | 113.3 | 131.5 | 74.5 | 72.3 | 72.2 |
| FILIPINAS | 33.1 | 43.2 | 54 | 33 | 24.4 |
| GUATEMALA | 0.7 | 27.3 | 2.5 | 25.1 | 23 |
| ARGENTINA | 54 | 5.5 | | | |
| EL SALVADOR | | | 1.5 | | |
| REP. DOMINICANA | | | 0.7 | | |
| Ecuador | | | | 0.9 | |
| ESPAÑA | | | | 59.4 | |
| MALASIA | | | | 8.1 | |
| GHANA | | | | | 2.4 |
| TOTALES | 2842.6 | 2054.5 | 2231.4 | 2593.9 | 2175.2 |

FUENTE: INFOCCM (CEA).

USA IMPORTACIONES DE PALMITO

PERIODO 1990-1994



ANEXO 17

CUADRO 5

COSTA RICA
EXPORTACIONES DE PALMITO DE PEJIBAYE
Periodo 1990-1994
EN: TONELADAS METRICAS Y VALOR FOB EN MILES DE U.S. DOLARES

| PAIS ANOS | 1990 | | 1991 | | 1992 | | 1993 | | 1994 | |
|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | TM | % | TM | % | TM | % | TM | % | TM | % |
| CANADA | 342 | 903.7 | 450 | 334.1 | | | 172.5 | 243.2 | 408.2 | 725.1 |
| ESTADOS UNIDOS | 589.5 | 997.4 | 537.3 | 1719.8 | 527.5 | 353 | 425 | 1515.4 | 570.1 | 860.5 |
| BELICA LUXB | 244.2 | 752.5 | 218.4 | 352.7 | 230.5 | 452.7 | 55.5 | 170.3 | 230.5 | 347.3 |
| FRANCIA | 1335.5 | 2417.1 | 1719.1 | 3190 | 2455.3 | 4288.8 | 2181.5 | 2455.7 | 1320.5 | 3015.2 |
| GUAYMALA | 18 | 31.5 | | | | | | | | |
| ARGENTINA | 31 | 3.4 | | | 178.8 | 313.9 | 101.3 | 159.7 | 20.4 | 34.3 |
| BRASIL | 15 | 1 | | | 31.5 | 53.1 | | | | |
| MEXICO | 125.1 | 140.3 | | | | | 18 | 29.5 | 58.2 | 125 |
| COLOMBIA | 23 | 3.8 | 3.8 | 1.1 | 3.1 | 3.1 | | | 7.7 | 14.5 |
| ESPAÑA | 24.7 | 158.7 | 331.5 | 500.7 | 427.1 | 758.3 | 255.4 | 442.3 | 355.8 | 510.4 |
| PERU | 11.7 | 146 | 41.5 | 155.2 | 1.5 | 2 | 1.4 | 3.3 | | |
| VENEZUELA | 3.5 | 15.7 | 19.5 | 55.2 | 39.5 | 32.5 | 42.5 | 15.1 | 5.3 | 11.5 |
| CHINA | 177 | 10.4 | 333 | 374 | 12.5 | 32.9 | | | | |
| INDONESIA | 19 | 34.5 | 19 | 34.5 | | | | | | |
| GUATEMALA | | | 12.9 | 11.5 | 53.2 | 118.4 | | | 33 | 3.5 |
| NICARAGUA | | | 1.5 | 3.4 | 2.2 | 7.5 | 3.9 | 5.4 | 3.9 | 3.7 |
| IRAN | | | | | 160.8 | 279 | 40.8 | 70.5 | 10.1 | 38.5 |
| PANAMA | | | | | 24.7 | 38.5 | | | 3.5 | 12 |
| TAIWAN | | | | | 18 | 38.5 | 30.3 | 155.4 | | |
| LIBIA | | | | | 38.7 | 32 | 52.3 | 121.3 | 10.5 | 59.7 |
| YEMEN | | | | | 3.24 | 3.25 | | | 3.2 | 3.3 |
| INDONESIA | | | | | 2.1 | 2 | 2.3 | 2.4 | 5 | 11.2 |
| INDONESIA | | | | | 157.2 | 172 | 37 | 17 | | |
| INDONESIA | | | | | 14.5 | 15.5 | | | | |
| INDONESIA | | | | | | | 15.5 | 15.7 | | |
| INDONESIA | | | | | | | 15.7 | 41.5 | | |
| INDONESIA | | | | | | | 2.5 | 17 | | |
| INDONESIA | | | | | | | | | 16.5 | 31.4 |
| INDONESIA | | | | | | | | | 18 | 15.1 |
| INDONESIA | | | | | | | | | 49.1 | 16.2 |
| TOTALES | 2829.4 | 5308.9 | 3370.7 | 4973.3 | 4469.4 | 7593 | 3539.2 | 5506.4 | 3542.5 | 5025.3 |

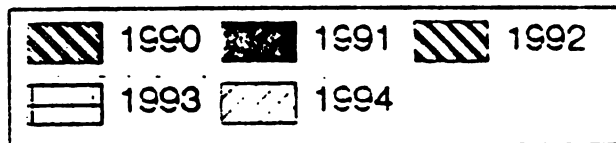
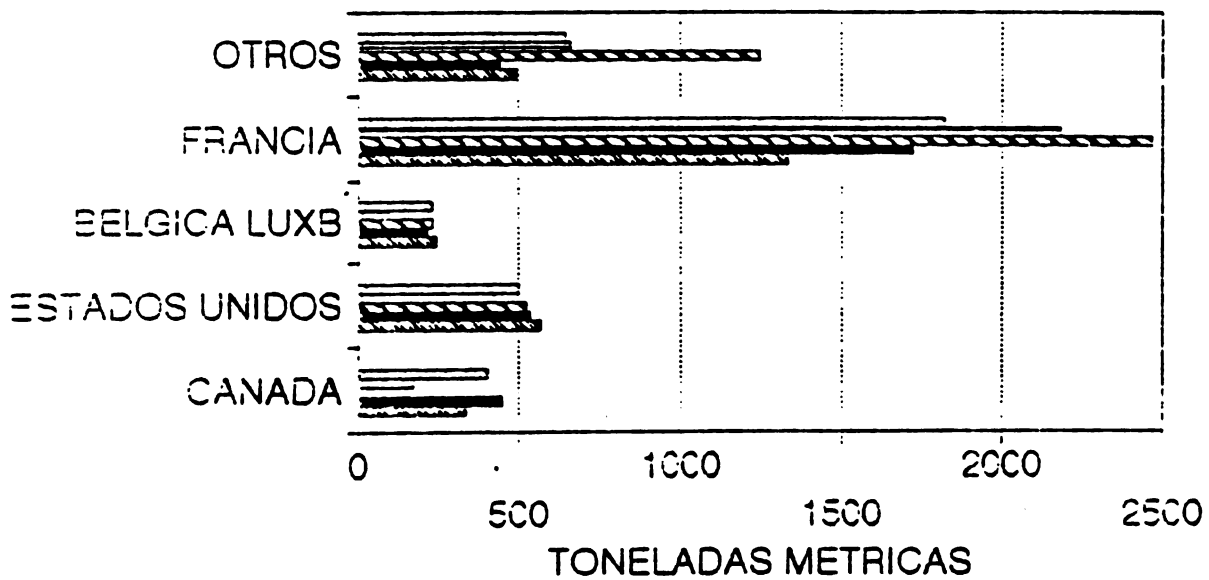
FUENTE: MEIC, Dirección General Estadística y Censos.

ANEXO 18

GRAFICO 4

COSTA RICA

EXPORTACIONES DE PALMITO DE PEJIBAYE



ANEXO 19

CUADRO 6

PALMITO DE PEJIBAYE
 EXPORTACIONES DE COSTA RICA A CENTROAMERICA
 PERIODO 1990-1994
 EN: TONELADAS METRICAS Y VALORES EN MILES DE U.S. DOLARES

| PAIS | 1990 | | 1991 | | 1992 | | 1993 | | 1994 | | TOTAL PERIODO | |
|-------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|--------|---------------|--------|
| | TM | US \$ | TM | US \$ | TM | US \$ | TM | US \$ | TM | US \$ | TM | US \$ |
| GUATEMALA | | | 12.36 | 11.62 | 53.22 | 118.4 | | | 3.31 | 0.59 | 66.89 | 130.59 |
| HONDURAS | | | 1.47 | 2.37 | 2.16 | 7.46 | 2.92 | 4.04 | 2.92 | 3.73 | 6.59 | 17.3 |
| EL SALVADOR | | | | | 2.11 | 8.26 | 5.1 | 7.7 | 5.39 | 11.4 | 13.6 | 28.06 |
| PANAMA | | | | | 13.16 | 17.57 | 0.02 | 0.05 | 2.54 | 18.95 | 22.72 | 36.57 |
| TOTALES | | | 14.93 | 13.99 | 70.65 | 152.4 | 7.15 | 11.79 | 16.97 | 134.67 | 109.3 | 212.92 |

FUENTE: Dirección General de Estadística y Censos.
 Centro para la promoción de las Exportaciones y
 de las Inversiones (CENPRO)

ANEXO 20

CUADRO 7

El Salvador
Precios de venta del palmito en San Salvador*

| MARCA | PRESENTACION | PRECIO |
|---------|--------------|--------------|
| FACUND | 425 GRS | \$ 2.51 |
| CAN | 32 OZ | \$ 5.10 |
| CALIFOR | 220 GRS | \$1.83->1.94 |
| CAMPESI | 425 GRS | \$2.51->2.27 |
| MIGUEL | 16 OZ | \$2.81->2.38 |

* TIPO DE CAMBIO E.S C8.75/1US\$

FUENTE: Muestreos en supermercados, enero, 95

ANEXO 21

CUADRO 8

PALMITO DE PEJIBAYE
 EXPORTACIONES DE LOS PAISES CENTROAMERICANOS
 AL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS (USA)
 PERIODO 1990-1994
 EN TONELADAS METRICAS Y VALORES EN MILES DE U.S. DOLARES

| PAIS | 1990 | | 1991 | | 1992 | | 1993 | | 1994 | | TOTAL PERIODO | |
|-------------|------|--------|------|--------|------|--------|-------|---------|------|---------|---------------|---------|
| | TM | US \$ | TM | US \$ | TM | US \$ | TM | US \$ | TM | US \$ | TM | US \$ |
| GUATEMALA | 27 | 126 | 27 | 29.45 | 2.46 | 703 | 25.25 | 27.21 | 29 | 40.53 | 34.57 | 106.12 |
| EL SALVADOR | 224 | 763.42 | 286 | 760.81 | 319 | 721.78 | 466 | 1012.45 | 516 | 1168 | 2114.02 | 4848.43 |
| EL CAYMAN | | | | | 1.33 | 4.45 | | | | | 1.33 | 4.45 |
| TOTAL | 251 | 889.42 | 313 | 790.26 | 323 | 733.23 | 492 | 1039.46 | 544 | 1208.53 | 2220.22 | 4968.70 |

FUENTE: Dirección General de Estadística y Censos
 Dirección de Promoción de las Exportaciones
 y de las Inversiones

ANEXO 22

CUADRO 9

PALMITO DE PEJIBAYE
Area sembrada y producción
Período 1990-1994
EN: HECTAREAS Y MILLONES DE UNIDADES

| AÑO | HECTAREAS | PRODUCCION |
|------------|------------------|-------------------|
| 1990 | 2029.0 | 18.2 |
| 1991 * | 2470.0 | 21.0 |
| 1992 | 3200.0 | 27.2 |
| 1993 | 3722.0 | 31.6 |
| 1994 | 3926.0 | 33.3 |

* DATOS ESTIMADOS

FUENTE: Consejo Nacional de Producción
Dirección Región Huetar Atlántica

ANEXO 23

CUADRO 10

PALMITO DE PEJIBAYE
EDAD DE LAS PLANTACIONES SEGUN UBICACION GEOGRAFICA
EN PORCENTAJE DE PARTICIPACION RELATIVA POR CATEGORIA

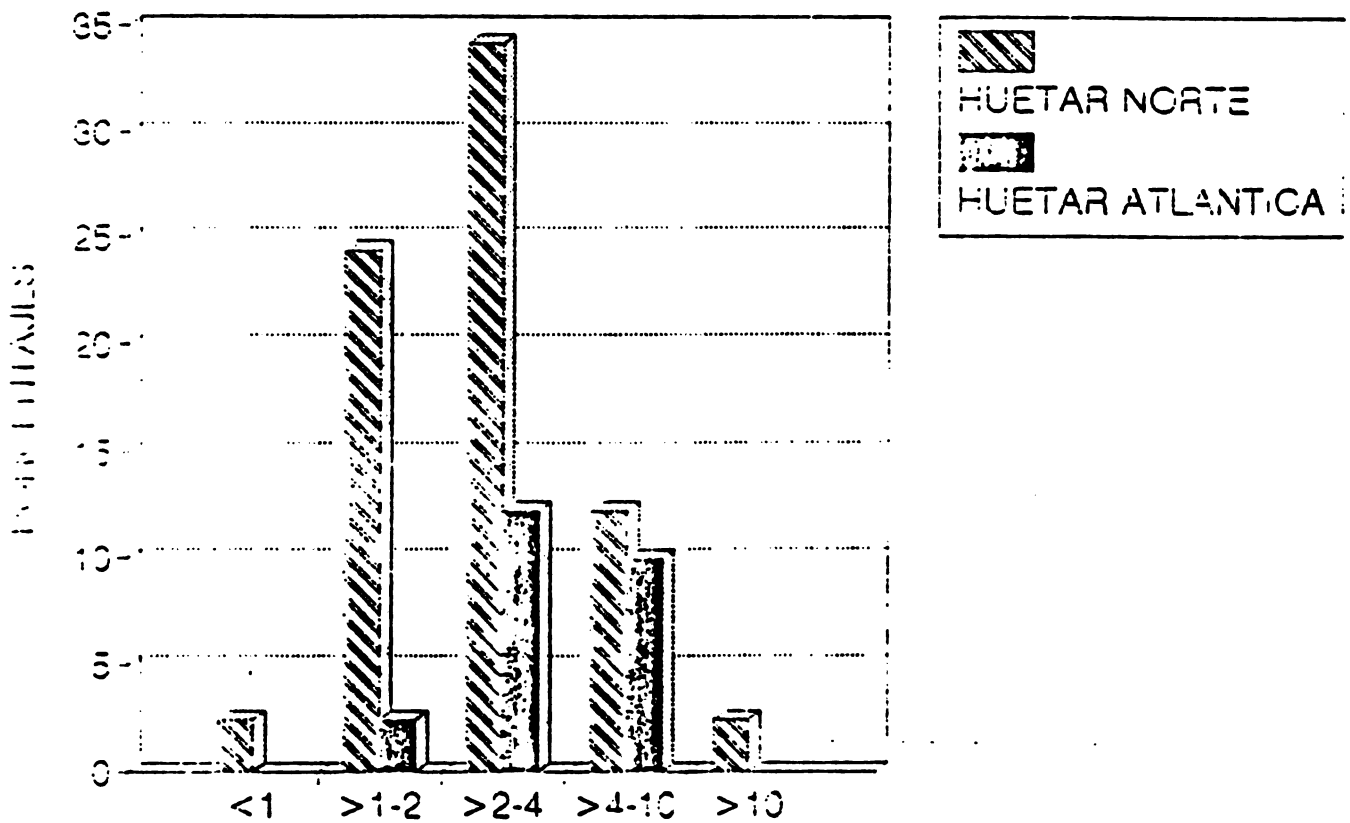
| CATEGORIA AÑOS | H. NORTE % | H. ATLANTICA % | TOTAL % |
|-------------------|---------------|-------------------|------------|
| <1 | 2.4 | | 2.4 |
| >1-2 | 24.4 | 2.4 | 26.8 |
| >2-4 | 34.1 | 12.2 | 46.3 |
| >4-10 | 12.2 | 9.9 | 22.1 |
| >10 | 2.1 | | 2.1 |
| TOTALES | 75.5 | 24.5 | 100.0 |

FUENTE: Encuesta a productores, marzo, 1995

ANEXO 24

GRAFICO 5

EDAD DE LA PLANTACION SEGUN UBICACION GEOGRAFICA



ANEXO 25

CUADRO 11

PALMITO DE PEJIBAYE
 COSTA RICA: CAPACIDAD INSTALADA DE PROCESO ANUAL DE PALMITO
 Y DESTINO DE LA PRODUCCION
 EN: MILES DE PALMITOS

| INDUSTRIA | CAPACIDAD INSTALADA | MERCADO NACIONAL | EXPORTACION |
|------------------|---------------------|------------------|-------------|
| SONS AMADOR | 1550.0 | 1482.0 | 78.0 |
| DEMASA | 18720.0 | 748.0 | 17971.2 |
| DEL VALLE | 3080.0 | | 3380.0 |
| PALMITOS DE C.R. | 10920.0 | | 10920.0 |
| EL HOGAR | 468.0 | 468.0 | |
| TIOCHAAL | 523.0 | 211.2 | 316.8 |
| CORPA | 158.0 | 158.0 | |
| PALMITOS DEL NOR | 75.0 | 76.0 | |
| OTROS | 257.0 | 252.0 | |
| TOTALES | 14053.0 | 3410.0 | 33548.0 |

FUENTE: Encuestas a las agroindustrias - marzo 78

ANEXO 26

CUADRO 12

COSTA RICA: PRESENTACION Y PRECIOS
DEL PALMITO DE PEJIBAYE

| PESO | PRESENTACION | PRECIO COLONES | MARCA | NEGOCIO |
|----------|------------------|----------------|--------------|--------------------|
| 410 GRS | LATA | 175 | DEL TROPIC | GRAN VIA-PERIFERIC |
| 200 GRS | LATA | 264 | EL ANGEL | GRAN VIA-PERIFERIC |
| 425 GRS | VIDRIO | 346.5 | CAMPESINO | GRAN VIA-PERIFERIC |
| 300 GRS | VIDRIO | 315.5 | TUCURRIQUE | GRAN VIA-PERIFERIC |
| 1400 GRS | VIDRIO | 319.5 | TUCURRIQUE | GRAN VIA-PERIFERIC |
| 3 DZ | VIDRIO | 210 | AMADCR | GRAN VIA-PERIFERIC |
| 33 DZ | VIDRIO | 359.5 | AMADCR | GRAN VIA-PERIFERIC |
| 300 GRS | VIDRIO | 210 | PROC. MARISA | GRAN VIA-PERIFERIC |
| 300 GRS | BOLSA PLASTICA * | 179 | SABEMAS | MAS X MENOS |
| 200 GRS | VIDRIO | 200 | SABEMAS | MAS X MENOS |
| 300 GRS | VIDRIO | 264 | PROC. MARISA | MAS X MENOS |
| 335 GRS | VIDRIO | 349 | CAMPESINO | MAS X MENOS |
| 220 GRS | LATA | 249 | EL ANGEL | MAS X MENOS |
| 300 GRS | VIDRIO FRUTAS** | 234 | PROC. MARISA | MAS X MENOS |
| 300 GRS | BOLSA PLASTICA * | 145 | SABEMAS | SUPER CANASTA BASI |
| | | | | LA ESTACION |
| 3 DZ | VIDRIO | 302 | AMADCR | LA ESTACION |
| 16 DZ | VIDRIO | 365 | AMADCR | LA ESTACION |
| 200 GRS | LATA | 170.75 | CALIFORNIA | LA ESTACION |
| 143 DZ | VIDRIO | 263 | EL ANGEL | LA ESTACION |
| 305 GRS | VIDRIO TROCITOS | 419.75 | CAMPESINO | LA ESTACION |
| 305 GRS | VIDRIO TROCITOS | 345.5 | CAMPESINO | LA ESTACION |

* 300 GRS. 1.5

** Tanto pelado como con cascara, mismo precio y presentacion

FUENTE: MUESTREOS EN SUPERMERCADOS, MARZO 1995

ANEXO 27

CUADRO 13

COSTA RICA

Población total y tasa de crecimiento anual.
Período 1990-1994

| AÑO | POBLACION | TASA CRECIMIENTO % |
|------|-----------|--------------------|
| 1990 | 2.304.769 | |
| 1991 | 2.371.085 | 2.86 |
| 1992 | 2.398.377 | 2.34 |
| 1993 | 3.004.577 | 2.25 |
| 1994 | 3.070.913 | 2.21 |

FUENTE: Dirección General de Estadística y Censos-MEIC

ANEXO 39

CUADRO 14

FRUTA DE PEJIBAYE
OFERTA MENSUAL EN EL CENADA
PERIODO 1990-1994
EN: TONELADAS METRICAS Y PORCENTAJES

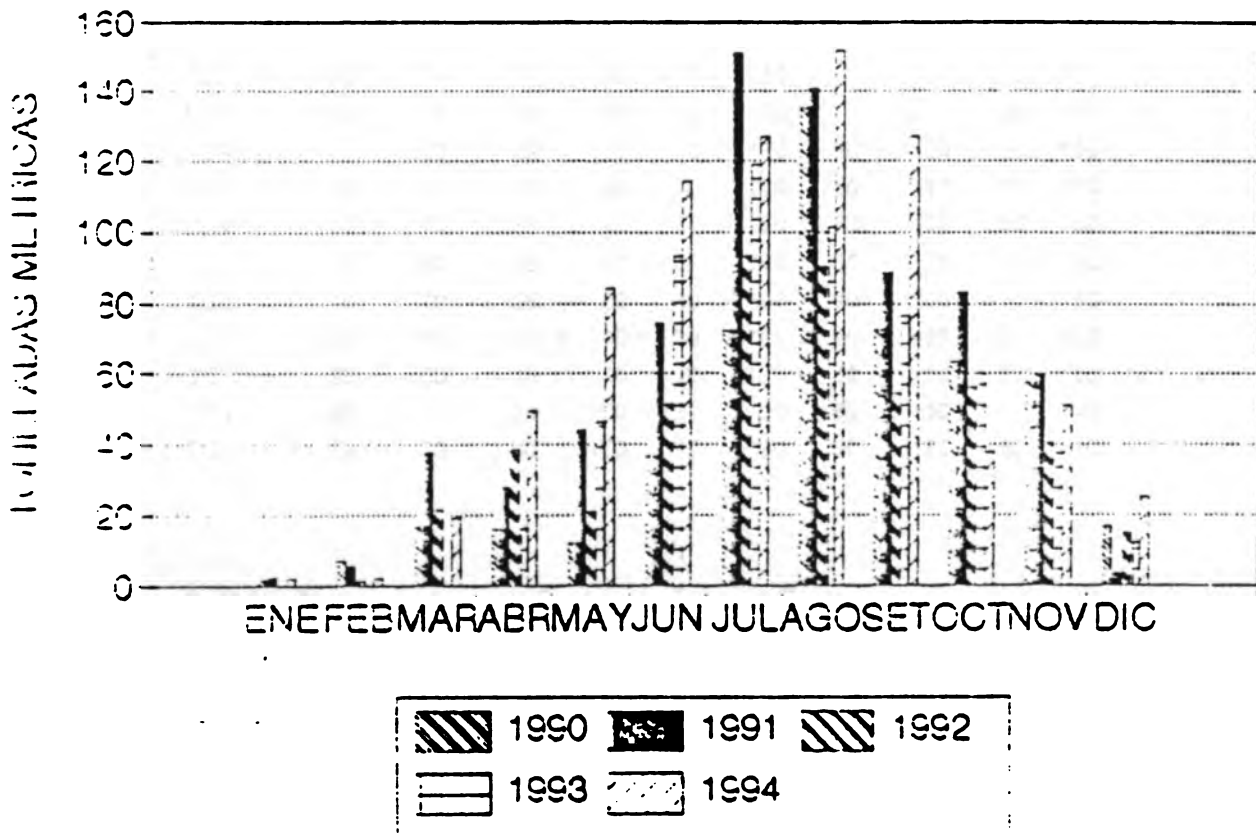
| AÑO MES | 1990 | | 1991 | | 1992 | | 1993 | | 1994 | |
|----------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|-------|
| | OFERTA | % | OFERTA | % | OFERTA | % | OFERTA | % | OFERTA | % |
| ENE | 1.5 | 0.3 | 2.5 | 0.3 | | | 2 | 0.4 | | |
| FEB | 3.3 | 1.3 | 5.4 | 0.8 | 1 | 0.2 | | | 2 | 0.3 |
| MAR | 15.9 | 3.0 | 37.3 | 5.0 | 21.5 | 4.3 | | | 19.4 | 2.9 |
| ABR | 15.9 | 3.1 | 29.1 | 3.9 | 38.5 | 9 | 16.5 | 2.9 | 49.8 | 8.0 |
| MAY | 12 | 2.4 | 40.9 | 5.1 | 21.3 | 4.4 | 46.3 | 3.2 | 34 | 10.7 |
| JUN | 33.2 | 7.2 | 70.2 | 10.3 | 51.2 | 10.8 | 33.2 | 18.5 | 114.5 | 14.8 |
| JUL | 70.1 | 14.0 | 151.1 | 21.1 | 33.2 | 18.3 | 119.1 | 21.1 | 103.9 | 13 |
| AGO | 35.2 | 6.7 | 141.2 | 19.7 | 30.2 | 18.7 | 101 | 17.9 | 13.3 | 1.7 |
| SEPT | 12.1 | 2.3 | 39.5 | 5.3 | 54.2 | 11.2 | 78.4 | 12.8 | | |
| OCT | 11 | 2.5 | 32.7 | 4.5 | 55 | 11.3 | 40 | 10.8 | 11.3 | 1.5 |
| NOV | 57.3 | 11.5 | 89.8 | 12 | 10 | 3.4 | 37.3 | 6.5 | 50.3 | 6.4 |
| DIC | 12.9 | 2.5 | 2.1 | 0.4 | 15.1 | 3.1 | 12 | 2.1 | 25.1 | 3.2 |
| TOTALES: | 506.3 | 100 | 717.9 | 100 | 482 | 100 | 553.3 | 99.3 | 799.3 | 100.2 |

FUENTE. Consejo Nacional de Producción. Dirección General de Mercadeo Agropecuario.

ANEXO 29

GRAFICO 6

FRUTA DE PEJIBAYE OFERTA MENSUAL EN EL CENADA



ANEXO 30

CUADRO 15

FRUTA DE PEJIBAYE
 PRECIOS MODALES MENSUALES EN EL CENADA
 MINIMO Y MAXIMO,
 PERIODO 1990-1994
 EN: COLONES POR KILOGRAMOS

| AÑO/MES | 1990 | | 1991 | | 1992 | | 1993 | | 1994 | |
|---------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|
| | MIN | MAX | MIN | MAX | MIN | MAX | MIN | MAX | MIN | MAX |
| ENE | 50 | 60 | 55 | 60 | | | 80 | 120 | | |
| FEB | 35 | 70 | 30 | 30 | 50 | 60 | | | 100 | 110 |
| MAR | 30 | 70 | 30 | 30 | 40 | 150 | | | 30 | 160 |
| ABR | | 60 | 25 | 30 | 40 | 150 | 50 | 150 | 30 | 150 |
| MAY | 30 | 60 | 30 | 30 | 40 | 100 | 60 | 150 | 60 | 150 |
| JUN | 25 | 70 | 30 | 30 | 50 | 120 | 50 | 100 | 50 | 150 |
| JUL | 20 | 60 | 25 | 30 | 35 | 100 | 30 | 120 | 60 | 150 |
| AGO | 20 | 70 | 25 | 30 | 30 | 100 | 40 | 120 | | 150 |
| SET | 20 | 80 | 30 | 30 | 30 | 100 | 40 | 150 | 50 | 150 |
| OCT | 25 | 60 | 30 | 30 | 40 | 100 | 50 | 150 | 30 | 150 |
| NOV | 20 | | 30 | 100 | 50 | 120 | 60 | 150 | | 140 |
| DIC | 30 | 70 | 40 | 100 | 50 | 100 | 30 | 150 | 50 | 150 |

FUENTE: Consejo Nacional de Producción, Dirección General de mercadeo agropecuario.

ANEXO 31

CUADRO 16

PRODUCTORES DE PALMITO DE PEJIBAYE
 PERTENENCIA A ORGANIZACION
 EN: NUMERO Y PORCENTAJE DE PARTICIPACION RELATIVA
 SEGUN: CATEGORIA Y REGION AGRICOLA

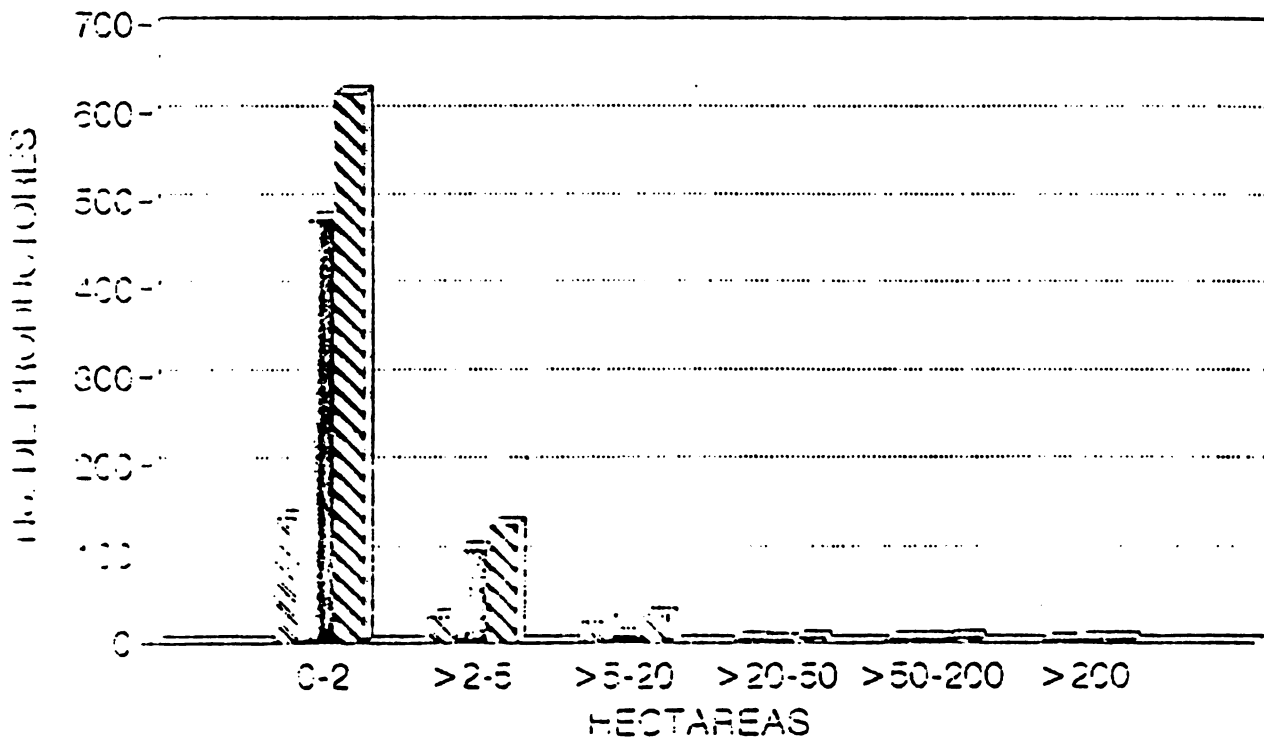
| CATEGORIA | HUETAR ATLANTICA | | | | HUETAR NORTE | | | | GRAN TOTAL PRO % | |
|-----------|------------------|-------|-----------|------|--------------|-------|-----------|-------|------------------|------|
| | COPRO PALMITO | COTRO | TOTAL PRO | % | FUNDECO | COTRO | TOTAL PRO | % | | |
| 2-1 | 22 | 5 | 143 | 17.9 | 478 | 2 | 480 | 100.2 | 523 | 78.1 |
| 2-2 | 1 | 27 | 28 | 3.5 | 59 | 5 | 105 | 113.2 | 123 | 16.7 |
| 2-3-10 | 11 | 12 | 23 | 2.9 | 1 | 5 | 7 | 3.9 | 30 | 3.8 |
| 2-10-50 | | 3 | 3 | 0.4 | | 1 | 1 | 0.1 | 4 | 0.5 |
| 2-10-100 | | 3 | 3 | 0.4 | | 2 | 2 | 0.3 | 5 | 0.7 |
| 2-10 | | 1 | 1 | 0.1 | | 2 | 2 | 0.3 | 3 | 0.4 |
| TOTAL | 104 | 97 | 201 | 25.2 | 578 | 19 | 597 | 174.3 | 798 | 100 |

FUENTE: CNP MAG FUNDECA-CAPE. CENSO DE PRODUCTORES. 1964

ANEXO 32

GRAFICO 7

NUMERO PRODUCTORES, PALMITO DE FEJIBAYE SEGUN CATEGORIA Y REGION AGRICOLA



▨ TOTAL PRCD HA ■ TOTAL PRCD HN ▨ GRAN TOTAL

ANEXO 33

CUADRO 17

PRODUCTORES DE PALMITO DE PEJIBAYE
 PARTICIPACION RELATIVA (%) POR CATEGORIA.
 SEGUN: PERTENENCIA A ORGANIZACION Y REGION AGRICOLA

| CATEGORIA HAS | HUETAR ATLANTICA % | | | HUETAR NORTE % | | |
|------------------|--------------------|-------|-------|----------------|-------|-------|
| | COPECO PALMITO | OTROS | TOTAL | FUNDEDA | OTROS | TOTAL |
| > 2 | 64.3 | 35.7 | 100 | 39.6 | 60.4 | 100 |
| > 2-5 | 3.6 | 96.4 | 100 | 34.3 | 65.7 | 100 |
| > 5-10 | 47.3 | 52.7 | 100 | 14.3 | 85.7 | 100 |
| > 10-50 | | 100 | 100 | | 100 | 100 |
| > 50-200 | | 100 | 100 | | 100 | 100 |
| > 200 | | 100 | 100 | | 100 | 100 |

FUENTE: INP, MAG, FUNDEDA-DAPE, CENSO DE PRODUCTORES, 1994

ANEXO 47

CUADRO 25

PRODUCTORES DE PALMITO DE PEJIBAYE
DESTINO DE LA PRODUCCION
EN: PORCENTAJE

| DESTINO | PORCENTAJE |
|----------------------|------------|
| INTERMEDIARIO | 15 |
| FERIA DEL AGRICULTOR | 2.5 |
| AGROINDUSTRIA | 27.5 |
| ORGANIZACION | 50 |
| AUTOCONSUMO | 5 |
| TOTAL | 100 |

FUENTE: ENCUESTA A PRODUCTORES, MARZO, 1995

ANEXO 34

CUADRO 18

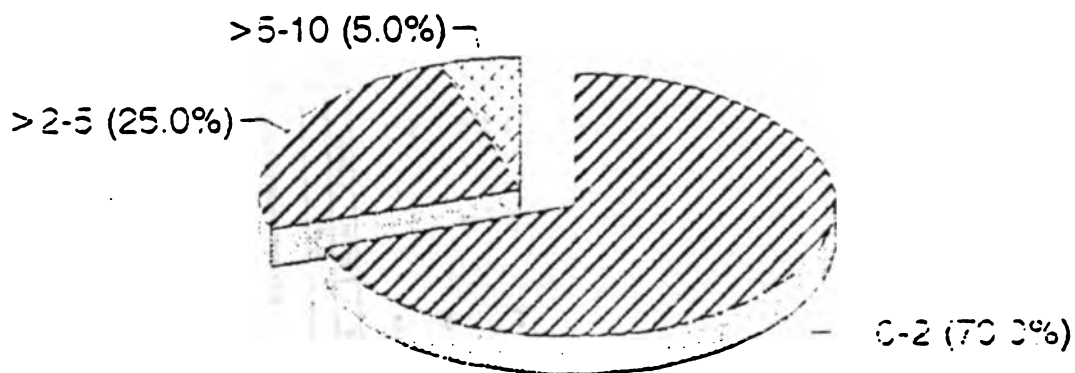
PRODUCTORES DE FRUTA DE PEJIBAYE
Según: Categoría, número, área sembrada
y participación relativa

| CATEGORIA (Has) | PRODUCTORES No. | AREA (Has) | PARTICIPACION RELATIVA % |
|--------------------|--------------------|---------------|-----------------------------|
| 0-2 | 123 | 250 | 70 |
| >2-5 | 44 | 100 | 25 |
| >5-10 | 9 | 20 | 5 |
| TOTAL | 176 | 400 | 100.0 |

FUENTE: Centro Agrícola Cantonal de Jiménez
y Censo de Productores 1994

ANEXO 35
GRAFICO 8

PRODUCTORES DE FRUTA DE PEJIBAYE SEGUN: PARTICIPACION RELATIVA %



AIRE NO 38

CUADRO 10

PALMITO DE PEJRAVE
 TÉCNICAS DE CULTIVO
 EN PORCENTAJE DE PRODUCTORES SEGURINVEL TECNOLÓGICO
 Y CATEGORÍA DE SIEMBRA

| TÉCNICA | 0.5 | | | > 20 50 | | | > 50 100 | | | > 100 200 | | | TOTAL | | |
|----------------------|------|-------|------|---------|-------|------|----------|-------|------|-----------|-------|------|-------|-------|------|
| | ALTA | MEDIA | BAJA | ALTA | MEDIA | BAJA | ALTA | MEDIA | BAJA | ALTA | MEDIA | BAJA | ALTA | MEDIA | BAJA |
| SEMI-ALTO | 312 | 171 | 73 | 40 | 24 | 24 | 40 | 40 | 24 | 24 | 24 | 24 | 403 | 22 | 87 |
| SEMI-BAJA | 86 | 337 | 122 | 00 | 00 | 00 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 182 | 707 | 171 |
| COMUNICACION MALEZAS | 563 | 00 | 40 | 00 | 24 | 24 | 24 | 24 | 40 | 24 | 24 | 24 | 603 | 168 | 49 |
| COMUNICACION PLAGAS | 40 | 203 | 30 | 00 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 24 | 24 | 24 | 73 | 341 | 269 |
| SEMI-ALTO | 22 | 00 | 337 | 24 | 24 | 24 | 40 | 40 | 40 | 24 | 24 | 24 | 122 | 103 | 203 |
| SEMI-BAJA | 24 | 00 | 01 | 40 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 122 | 103 | 203 |

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE AGROPECUARIO, marzo 1980

ANEXO 37

CUADRO 20

PALMITO DE PEJIBAYE
 DISTRIBUCION DEL AREA SEMBRADA
 SEGUN: UBICACION GEOGRAFICA Y PERTENENCIA A ORGANIZACION
 EN: HECTAREAS

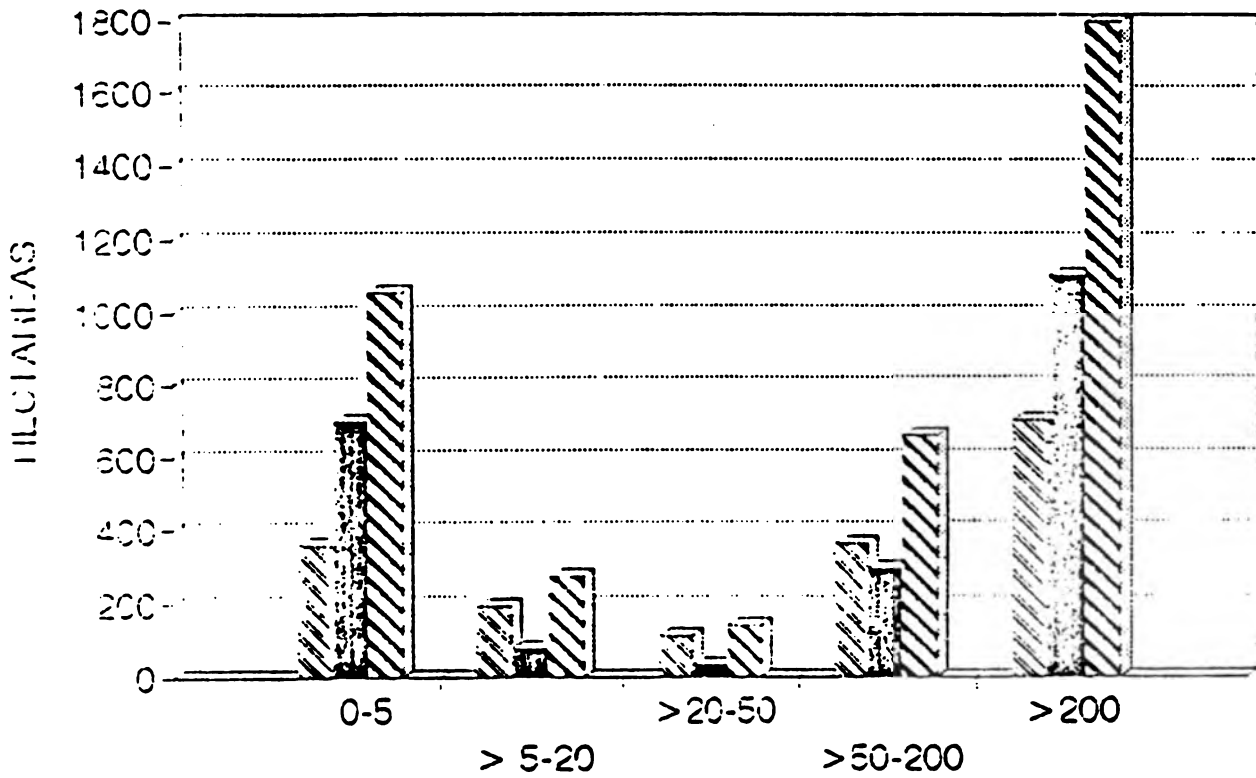
| CATEGORIA (Has) | IUEJAR ATLANTICA | | IUEJAR MAGDALENA | | IUEJAR OTROS | | GRAN TOTAL |
|--------------------|------------------|-------|------------------|-------|--------------|-------|---------------|
| | COPROP | OTROS | FUNDEC | OTROS | TOTAL | TOTAL | |
| 0-5 | 192 | 165 | 675 | 24 | 357 | 699 | 1056 |
| > 5-20 | 86 | 107 | 16 | 64 | 193 | 80 | 273 |
| > 20-50 | | 111 | | 31 | 111 | 31 | 142 |
| > 50-200 | | 360 | | 295 | 360 | 295 | 655 |
| > 200 | | 700 | | 1100 | 700 | 1100 | 1800 |
| TOTALES | 278 | 1443 | 691 | 1514 | 1721 | 2205 | 3926 |

FUENTES: CNP-MAG-FUNDECA-CARE-CENSOS DE PRODUCTORES

ANEXO 38

GRAFICO 9

DISTRIBUCION DEL AREA SEMBRADA



ANEXO 39

CUADRO 21

PALMITO DE PEJIBAYE
ASISTENCIA TECNICA
PRODUCTORES SEGUN REGION AGRICOLA,
QUE LA HAN RECIBIDO O NO
EN PORCENTAJES

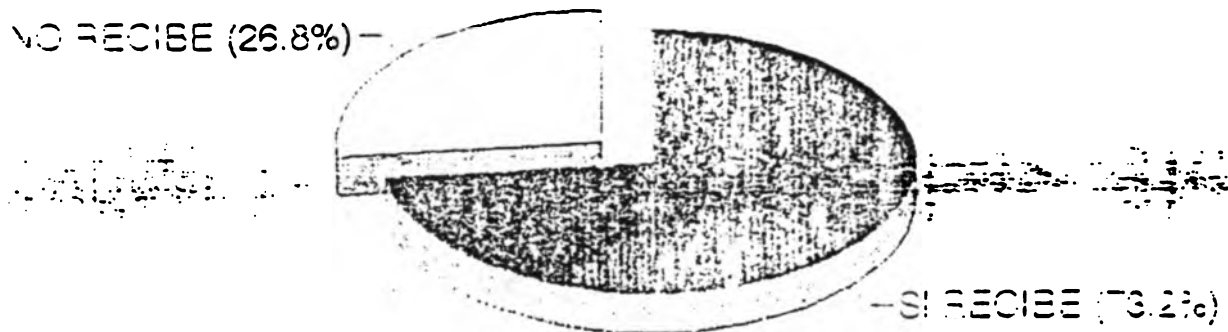
| REGION | SI RECIBE % | NO RECIBE % | TOTAL % |
|------------------|----------------|----------------|------------|
| HUETAR ATLANTICA | 12.2 | 12.2 | 24.4 |
| HUETAR NORTE | 61 | 14.6 | 75.6 |
| TOTAL | 73.2 | 26.8 | 100 |

FUENTE: CENSO DE PRODUCTORES MARZO, 1995

ANEXO 40

GRAFICO 10

ASISTENCIA TECNICA PORCENTAJE PROMEDIO DE PRODUCTORES



ANEXO 41

CUADRO 22

NIVEL EDUCATIVO
 PORCENTAJE DE PRODUCTORES DE PALMITO DE PEJIBAYE
 SEGUN: REGION AGRICOLA

| REGION | PRIMARIA | SECUNDARIA | UNIVERSITARIA | NINGUNA | TOTAL |
|------------------|----------|------------|---------------|---------|-------|
| | % | % | % | % | % |
| PLETAR ATLANTICA | 9.8 | 4.9 | 9.3 | | 24.5 |
| PLETAR NORTE | 46.3 | 19.5 | 2.4 | 7.3 | 75.5 |
| TOTAL | 56.1 | 24.4 | 12.2 | 7.3 | 100 |

FUENTE: CENSO DE PRODUCTORES MARZO 1988

ANEXO 42

CUADRO 23

PALMITO DE PEJIBAYE
FUENTE Y CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO
SEGUN UBICACION GEOGRAFICA
EN: PORCENTAJES

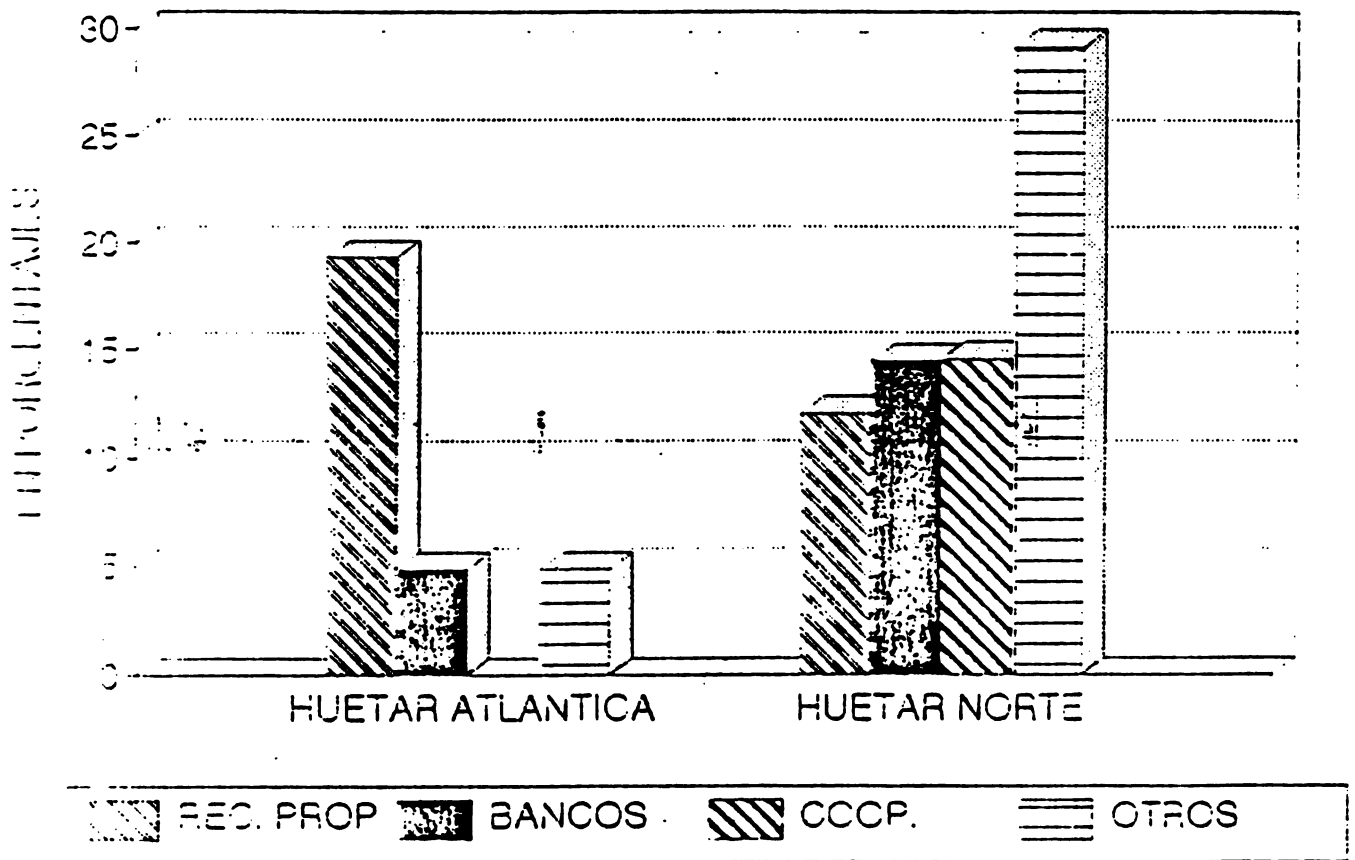
| HUESTAR ATLANTICA | | | HUESTAR NORTE | | | |
|-------------------|-------|--------------|---------------|-------|--------------|-------|
| REC. PROP. | BANCO | COOP. / OTRO | REC. PROP. | BANCO | COOP. / OTRO | OTROS |
| 7.3 | | 2.4 | 7.3 | 7.3 | 14.5 | 26.3 |
| 4.3 | 4.3 | 2.4 | 2.4 | | | 2.4 |
| | | | | 2.4 | | |
| 7.3 | | | 2.4 | 2.4 | | |
| | | | | 2.4 | | |
| 19.4 | 4.8 | 4.3 | 12.1 | 14.5 | 14.5 | 29.2 |

FUENTE: ENCUESTA A PRODUCTORES, MARZO 1995

ANEXO 43

GRAFICO 11

FUENTE Y CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO SEGUN: UBICACION GEOGRAFICA



ANEXO 44

CUADRO 24
 PALMITO DE PEJIBAYE
 RENDIMIENTO: PALMITOS POR HECTAREA POR AÑO
 SEGUN: REGION AGRICOLA Y PERTENENCIA A ORGANIZACION
 EN: PORCENTAJES

| RENDIMIENTO | HUEVAR ATLANTICA | | HUEVAR NORTE | | TOTAL |
|-------------|------------------|-------|--------------|-------|-------|
| | CCOPROP | OTROS | FUNDECA | OTROS | |
| <2000 | | | 12.5 | | 12.5 |
| >2000-5000 | 7.5 | 2.5 | 17.5 | 15 | 42.5 |
| >5000-8000 | | | 5 | 2.5 | 7.5 |
| >8000-10000 | 2.5 | 12.5 | 5 | 2.5 | 22.5 |
| >10000 | 7.5 | 2.5 | 5 | | 15 |
| TOTALES | 17.5 | 17.5 | 45 | 20 | 100 |

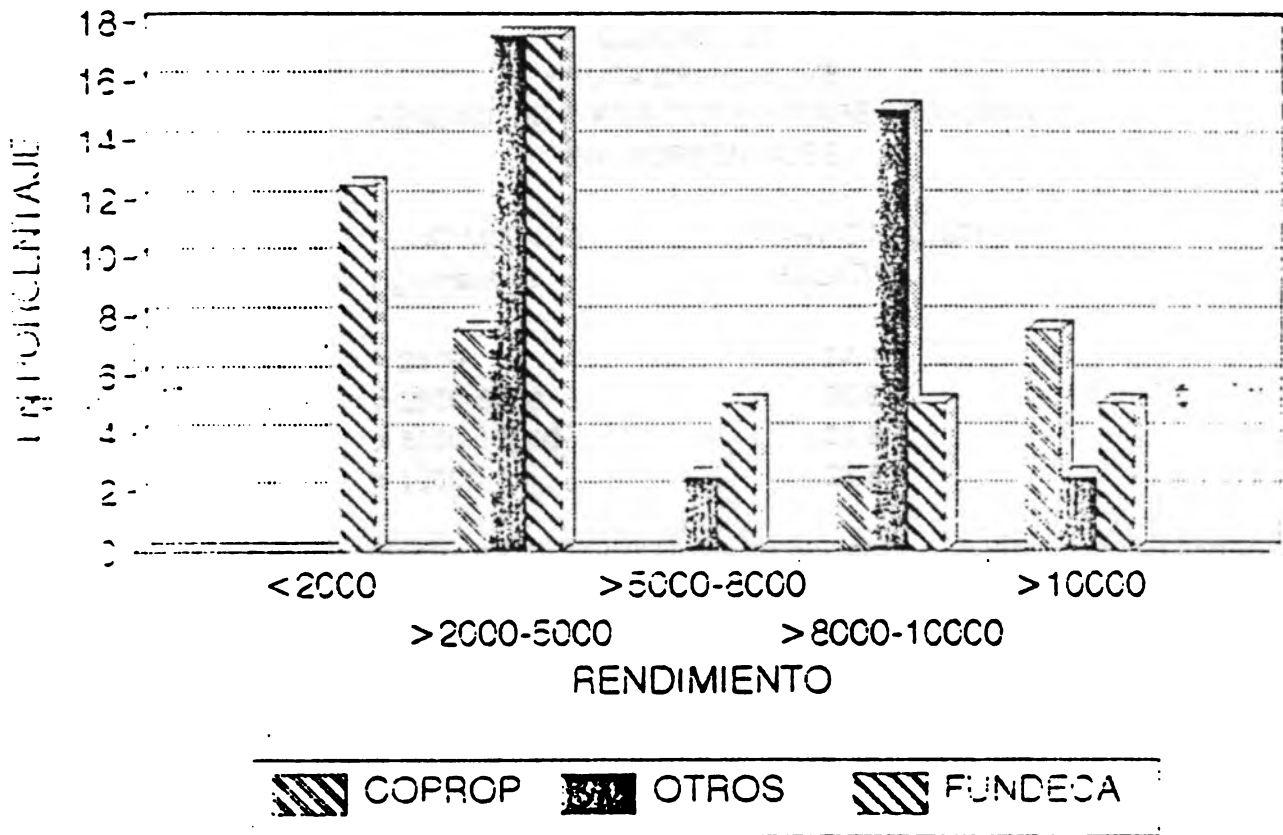
FUENTE: Encuesta a Productores, marzo, 1995

ANEXO 45

GRAFICO 12

RENDIMIENTO/Ha/Año

PROMEDIO DE AMBAS REGIONES



ANEXO 46

CUADRO 25
FRUTA DE PEJIBAYE
RENDIMIENTO:KGS POR HECTAREA POR AÑO
EN: PORCENTAJES

| RENDIMIENTO Kgs/Ha/Año | PARTICIPACION RELATIVA |
|---------------------------|---------------------------|
| <2500 | 14.4 |
| >2500-5000 | 30.9 |
| >5000-10000 | 30.9 |
| >10000 | 23.8 |
| TOTALES | 100 |

FUENTE: CNP, Sub Región Turriaiba,
encuesta productores.marzo 1995

ANEXO 47

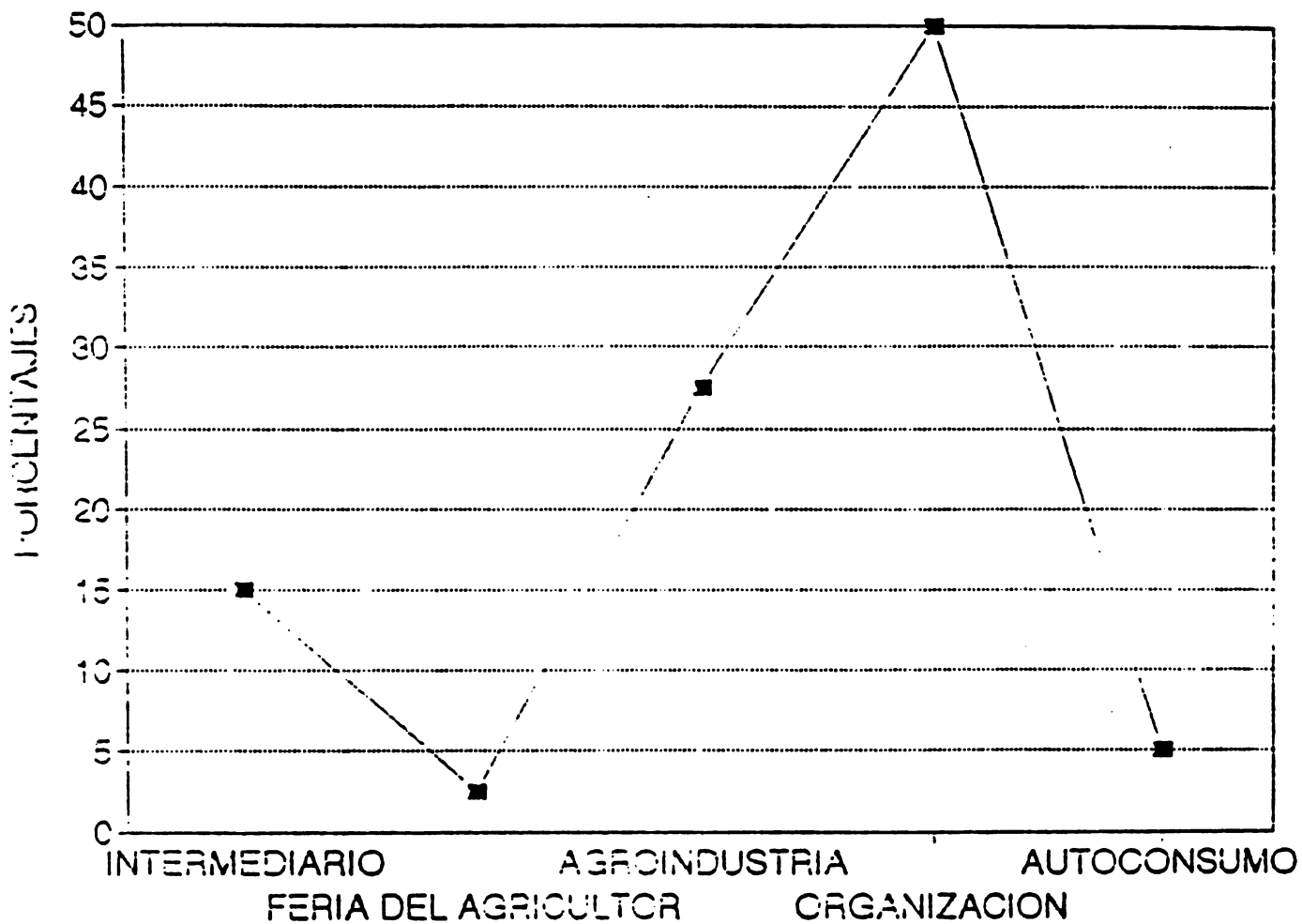
CUADRO 26

PRODUCTORES DE PALMITO DE PEJIBAYE
DESTINO DE LA PRODUCCION
EN: PORCENTAJE

| DESTINO | PORCENTAJE |
|----------------------|------------|
| INTERMEDIARIO | 15 |
| FERIA DEL AGRICULTOR | 2.5 |
| AGROINDUSTRIA | 27.5 |
| ORGANIZACION | 50 |
| AUTOCONSUMO | 5 |
| TOTAL | 100 |

FUENTE: ENCUESTA A PRODUCTORES, MARZO, 1995

DESTINO DE LA PRODUCCION



ANEXO 49
 CUADRO 27
 PRODUCTORES DE PALMITO DE PEJIBAYE
 TIPO DE MANO DE OERA
 SEGUN REGION AGRICOLA
 EN PORCENTAJE

| MANO DE OBR | HUETAR ATLANTIC | HUETAR NCRT | TOTAL |
|-------------|-----------------|-------------|-------|
| CONTRATADA | 12.5 | 35 | 47.5 |
| FAMILIAR | 7.5 | 22.5 | 30 |
| MIXTA | 5 | 17.5 | 22.5 |
| TOTALES | 25 | 75.5 | 100 |

FUENTE: Encuesta a Productores, marzo, 1995

ANEXO 50

CUADRO 28
PALMITO DE FEJIBAYE
METODO DE TRANSPORTE
SEGUN: REGION AGRICOLA
EN: PORCENTAJE

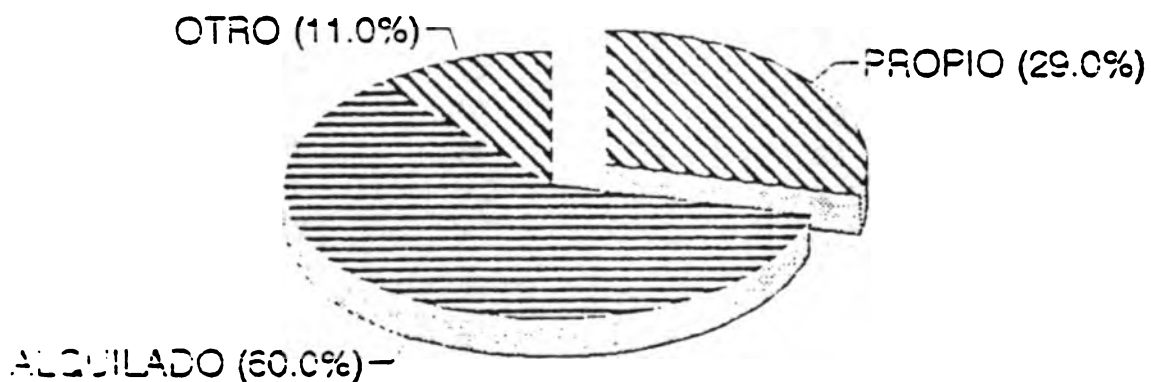
| METODO | HUETAR ATLANTIC | HUETAR NORT | TOTAL |
|-----------|-----------------|-------------|-------|
| PROPIO | 11 | 18 | 29 |
| ALQUILADO | 9 | 51 | 60 |
| OTRO | 5 | 6 | 11 |
| TOTALES | 25 | 75 | 100 |

FUENTE: ENCUESTA A PRODUCTORES, MARZO 1995

ANEXO 51

GRAFICO 14

METODO DE TRANSPORTE PROMEDIO AMBAS REGIONES



ANEXO 52

CUADRO 29

PALMITO DE PEJIBAYE
COSTOS DE PRODUCCION PROMEDIO, PERIODO 1990-1994
EN: MILES DE COLONES
SEGUN: EDAD DE LA PLANTACION

| EDAD | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 |
|-----------|------|------|------|------|------|
| < 2 AÑOS | 137 | 78 | 45 | 60 | N.D. |
| > 3 AÑOS | 154 | 76 | 81 | 60 | N.D. |
| > 4 AÑOS | 50 | 10 | 10 | 10 | N.D. |
| > 5 AÑOS | 68 | 35 | 34 | 34 | 34 |
| > 7 AÑOS | 40 | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. |
| > 20 AÑOS | 120 | N.D. | N.D. | N.D. | 120 |

FUENTE: ENCUESTA A PRODUCTORES, MARZO, 1995

ANEXO 53

CUADRO 30

PALMITO DE PEJIBAYE
 PRECIOS PROMEDIO DE COMPRA AL PRODUCTOR AÑOS 1993 Y 94
 SEGUN RENDIMIENTO (PALMITO/Ha/Año)
 EN COLONES POR PALMITO

| RENDIMIENTO | HUETAR ATLANTICA | | HUETAR NORTE | |
|--------------|------------------|------|--------------|------|
| | 1993 | 1994 | 1993 | 1994 |
| < 2000 | | | 32 | 34 |
| > 2000-5000 | 35 | 34 | 30 | 36 |
| > 5000-8000 | 34 | N.D. | 34 | N.D. |
| > 8000-10000 | 33.5 | 33.5 | 21 | 29.5 |
| > 10000 | 27 | 30 | 31 | N.D. |

FUENTE. ENCUESTA A PRODUCTORES. MARZO. 1995

ESTADOS 31
 DE BIENES PARA FORTA
 COMPLETO DE BIENES PARA FORTA

| DESCRIPCION | VALORES | | VALORES | | VALORES | | VALORES | | VALORES | |
|--------------------------|------------|-------|---------|--------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
| | UNIDAD | VALOR | UNIDAD | VALOR | UNIDAD | VALOR | UNIDAD | VALOR | UNIDAD | VALOR |
| A. MATERIAS | | | | | | | | | | |
| Preparación del terreno | Journal | 1100 | 20 | 22000 | | | | | | |
| Troncho | Journal | 1100 | 63 | 69300 | 1 | 1100 | | | | |
| Fertilizante y mezcla | Journal | 1100 | 4 | 4400 | | | | | | |
| Siembra | Journal | 1100 | 1 | 1100 | | | | | | |
| Recolección | Journal | 1100 | 0.5 | 550 | | | | | | |
| Control malezas | Journal | 1100 | 4 | 4400 | 4 | 4400 | 4 | 4400 | 4 | 4400 |
| Fertilizantes | Journal | 1100 | 1 | 1100 | 2 | 2200 | 2 | 2200 | 2 | 2200 |
| Aplicación de cal | Journal | 1100 | 4 | 4400 | | | | | | |
| Control de plagas | Journal | 1100 | 9 | 9900 | 3 | 3300 | | | | |
| Mantenimiento de diques | Journal | 1100 | | | 1 | 1100 | 1 | 1100 | 1 | 1100 |
| Grasas | Journal | 1100 | | | 1 | 1100 | 4 | 4400 | 5 | 5500 |
| Sub total labores | | | | 94610 | | 6000 | | 2000 | | 12100 |
| B. MATERIAS | | | | | | | | | | |
| Filtros | Unidad | 35 | 500 | 17500 | | | | | | |
| Fertilizante 10-20-10 | Saco | 2500 | 3 | 7500 | | | | | | |
| Fertilizante 18-5-15 G 2 | Saco | 2500 | 2 | 5000 | 5 | 12500 | 10 | 25000 | 10 | 25000 |
| Carbón de cal | Saco | 100.5 | 20 | 20100 | | | | | | |
| Hierro (transmisión) | Unidad | 2772 | 1 | 2772 | 1 | 2772 | 1 | 2772 | 1 | 2772 |
| Hierro (transmisión) | Unidad | 6000 | 1 | 6000 | | | | | | |
| Adhesivo | Unidad | 600 | 1 | 600 | 1 | 600 | 1 | 600 | 1 | 600 |
| Sub total materiales | | | | 41000 | | 18112 | | 20002 | | 31072 |
| C. INFRAMATERIAS | | | | | | | | | | |
| Revolución | Unidad | 12002 | 1 | 12002 | | | | | | |
| Carbón | Unidad | 600 | 2 | 1200 | 2 | 1200 | 2 | 1200 | 2 | 1200 |
| Pala | Unidad | 1007 | 2 | 2014 | | | | | | |
| Sub total herramientas | | | | 18000 | | 1200 | | 1200 | | 1200 |
| D. OTROS | | | | | | | | | | |
| Transporte de insumos | Kilogramos | 2 | 1100 | 2200 | 250 | 5500 | 500 | 10000 | 300 | 33000 |
| Transporte productos | Saco | 100 | | | 1 | 1000 | | | | |
| Transporte fertilizante | Kilogramos | 2 | | | | | | | | |
| Sub total otros | | | | 2200 | | 6500 | | 10000 | | 33000 |
| TOTAL (A+B+C+D) | | | | 118000 | | 27012 | | 41070 | | 65170 |

FIN DE REGISTRO FORTA (19)

| | 700. am | | 810. am | | 910. am | | 1000. am | | 1100. am | | 1200. am | | 1300. am | | 1400. am | | 1500. am | | | |
|------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | canli | costo | canli | costo | canli | costo | canli | costo | canli | costo | canli | costo | canli | costo | canli | costo | canli | costo | | |
| ALLIUMS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Leopoldo | 6 | 7174 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Golfr. herb. pro. | 2 | 2004 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Bromop | 25 | 27100 | 4 | 4752 | 4 | 4752 | 4 | 4752 | 4 | 4752 | 4 | 4752 | 4 | 4752 | 4 | 4752 | 4 | 4752 | 4 | 4752 |
| Sicoria - fert. | 31 | 35078 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Golfr. fert. | 6 | 8117 | 6 | 8117 | 6 | 8117 | 6 | 8117 | 6 | 8117 | 6 | 8117 | 6 | 8117 | 6 | 8117 | 6 | 8117 | 6 | 8117 |
| M. D. rodaja | 6 | 2179 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ablic. herb. pos. | 12 | 16874 | 10 | 10920 | 6 | 8112 | 4 | 5409 | 4 | 5409 | 4 | 5409 | 4 | 5409 | 4 | 5409 | 4 | 5409 | 4 | 5409 |
| Reserva | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Artic. Injlar | 1 | 1002 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Coocha | 0 | 0 | 6000 | 27800 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sub. Talliza | 10 | 11000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Subtotal | | 113674 | | 82676 | | 81336 | | 82572 | | 82572 | | 82572 | | 82572 | | 82572 | | 82572 | | 82572 |
| Carva costal | 0.26 | 29560.44 | 0.26 | 27180.56 | 0.26 | 27180.56 | 0.26 | 27180.56 | 0.26 | 27180.56 | 0.26 | 27180.56 | 0.26 | 27180.56 | 0.26 | 27180.56 | 0.26 | 27180.56 | 0.26 | 27180.56 |
| Totales | 162236.4 | 184177 | 107405.4 | 110270.3 | 110270.3 | 110270.3 | 110270.3 | 110270.3 | 110270.3 | 110270.3 | 110270.3 | 110270.3 | 110270.3 | 110270.3 | 110270.3 | 110270.3 | 110270.3 | 110270.3 | 110270.3 | 110270.3 |
| PUNILIPALES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Plantas escoba | 5750 | 86230 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Carapa | 16 | 12800 | 12 | 9600 | 12 | 9600 | 12 | 9600 | 12 | 9600 | 12 | 9600 | 12 | 9600 | 12 | 9600 | 12 | 9600 | 12 | 9600 |
| M P 7 | 2.5 | 2807.5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10-30 IP | 100 | 4070 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Reserva | 300 | 22400 | 300 | 13540 | 300 | 13540 | 300 | 13540 | 300 | 13540 | 300 | 13540 | 300 | 13540 | 300 | 13540 | 300 | 13540 | 300 | 13540 |
| Microfosta | 0.5 | 171.5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 16-5 15 A-2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 127625 | 127625 | 65370 | 65370 | 65370 | 65370 | 65370 | 65370 | 65370 | 65370 | 65370 | 65370 | 65370 | 65370 | 65370 | 65370 | 65370 | 65370 | 65370 | 65370 |
| CUBILOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Transp. int. | 619 | 633 | 1212 | 8400 | 1212 | 8400 | 1212 | 8400 | 1212 | 8400 | 1212 | 8400 | 1212 | 8400 | 1212 | 8400 | 1212 | 8400 | 1212 | 8400 |
| Transp. ind. | | | 6000 | 26100 | 6000 | 26100 | 6000 | 26100 | 6000 | 26100 | 6000 | 26100 | 6000 | 26100 | 6000 | 26100 | 6000 | 26100 | 6000 | 26100 |
| Total | 619 | 633 | 1812 | 34500 | 1812 | 34500 | 1812 | 34500 | 1812 | 34500 | 1812 | 34500 | 1812 | 34500 | 1812 | 34500 | 1812 | 34500 | 1812 | 34500 |
| PUNILIPALES 1RS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Total | 37721.24 | 28113.74 | 21113.74 | 21113.74 | 21113.74 | 21113.74 | 21113.74 | 21113.74 | 21113.74 | 21113.74 | 21113.74 | 21113.74 | 21113.74 | 21113.74 | 21113.74 | 21113.74 | 21113.74 | 21113.74 | 21113.74 | 21113.74 |
| GEAR TOTAL | 304933.7 | 224546.1 | 224546.1 | 224546.1 | 224546.1 | 224546.1 | 224546.1 | 224546.1 | 224546.1 | 224546.1 | 224546.1 | 224546.1 | 224546.1 | 224546.1 | 224546.1 | 224546.1 | 224546.1 | 224546.1 | 224546.1 | 224546.1 |

| | | | | | | | |
|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 0.00 | 6,000.00 | 8,000.00 | 10,000.00 | 11,000.00 | 17,000.00 | 17,000.00 | 12,000.00 |
| 35.00 | 35.00 | 35.00 | 35.00 | 35.00 | 35.00 | 35.00 | 35.00 |
| 0.00 | 210,000.00 | 200,000.00 | 200,000.00 | 200,000.00 | 200,000.00 | 200,000.00 | 200,000.00 |
| 0.00 | 210,000.00 | 200,000.00 | 200,000.00 | 200,000.00 | 200,000.00 | 200,000.00 | 200,000.00 |
| 103,250.00 | 104,100.00 | 102,000.00 | 110,200.00 | 121,500.00 | 121,500.00 | 121,500.00 | 121,500.00 |
| 120,625.00 | 65,370.00 | 65,370.00 | 65,370.00 | 65,370.00 | 65,370.00 | 65,370.00 | 65,370.00 |
| 4,333.00 | 34,500.00 | 43,200.00 | 51,200.00 | 60,000.00 | 60,000.00 | 60,000.00 | 60,000.00 |
| 27,721.20 | 20,615.10 | 21,113.70 | 22,763.00 | 24,763.00 | 24,763.00 | 24,763.00 | 24,763.00 |
| 306,733.60 | 220,566.10 | 237,251.10 | 250,000.00 | 272,052.73 | 272,052.73 | 272,052.73 | 272,052.73 |

| | | | | | | | | |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 0.00 | 57.03 | 59.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 |
| (304,933.60) | (110,566.10) | (127,740.00) | (137,150.00) | (147,312.73) | (147,312.73) | (147,312.73) | (147,312.73) | (147,312.73) |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| (304,933.60) | (110,566.10) | (127,740.00) | (137,150.00) | (147,312.73) | (147,312.73) | (147,312.73) | (147,312.73) | (147,312.73) |
| (304,933.60) | (110,566.10) | (127,740.00) | (137,150.00) | (147,312.73) | (147,312.73) | (147,312.73) | (147,312.73) | (147,312.73) |
| (304,933.60) | (110,566.10) | (127,740.00) | (137,150.00) | (147,312.73) | (147,312.73) | (147,312.73) | (147,312.73) | (147,312.73) |

ANEXO 56

CUADRO 33
 COSTOS DE LOS INSUMOS
 En: colones por unidad

| INSUMO | UNIDAD | COSTO |
|--------------------------|------------|-------|
| Gramoxone | Litro | 800 |
| Fertilizante 10-30-10 | Saco | 2406 |
| Fertilizante 18-5-15-5-2 | Saco | 2205 |
| Fertilizante 20-7-12-3-1 | Saco | 2495 |
| Nutran | Saco | 2320 |
| Fertilizante 15-3-31 | Saco | 2420 |
| Nitrofoska | Litro | 395 |
| Boal | Litro | 4120 |
| Adherente | Litro | 1155 |
| Aillette | Kilogramos | 5705 |
| Carbata | 100 gramos | 300 |
| Paralumin | 100 gramos | 100 |
| Quantes cruzadera | Unidad | 1900 |
| Quantes banguillo | Par | 1670 |
| Quental No.28 | Unidad | 580 |
| Bomba espalca | Unidad | 11395 |

FUENTE: Encuestas casas distribuidoras en Guacimo, Limón, Abril, 1995

ANEXO 57

CUADRO 34

FALMITO DE PEJIBAYE
Avio de costos de producción por hectárea *
En: colones por año

| AÑO | COSTO |
|-----|--------|
| 1 | 326600 |
| 2 | 173500 |
| 3 | 202400 |
| 4 | 213450 |

*INCLUYE: Mano de obra, materiales, compra de semilla,
cargas sociales (25%), imprevistos (10%), y
tasa de interés (34%)

FUENTE: Banco Nacional de Costa Rica, Guácimo. Limón
Marzo, 1995

