



Estudios Técnicos para la Elaboración de Propuestas de Negociación

Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos y Centroamérica

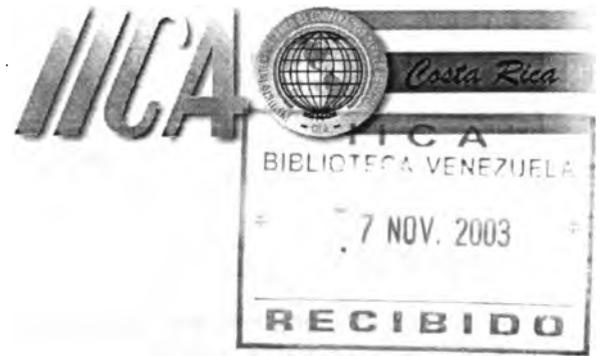


Subsectores Agroalimentarios de Costa Rica

2003

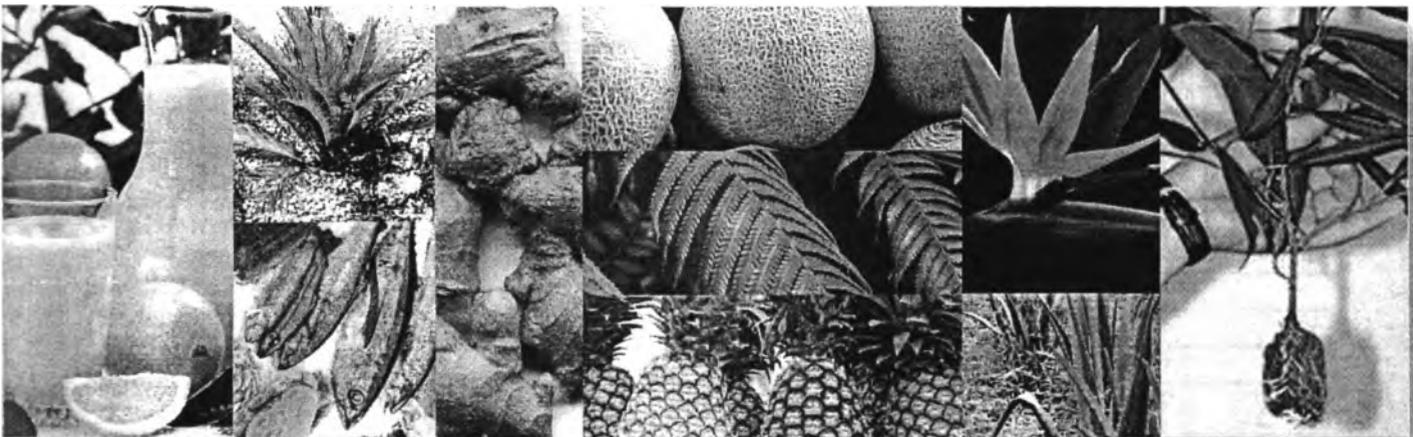
Digitized by Google





Estudios Técnicos para la Elaboración de Propuestas de Negociación

Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos y Centroamérica



Subsectores Agroalimentarios de Costa Rica

2003

Digitized by Google

00006376

IICA
E71
109

© Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
Setiembre, 2003.

Derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial de este documento sin autorización escrita del IICA.

Las ideas y los planteamientos contenidos en los artículos firmados son propios de los autores y no representan necesariamente el criterio del IICA.

Estudios técnicos para la elaboración de propuestas de negociación: tratado de libre comercio entre los Estados Unidos y Centroamérica / Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. - San José, C.R. : IICA : CADEXCO, 2003.

125 p. ; 28 cm.

ISBN 92-9039-582 6

1. Sistema Agroalimentario. 2. Tratado de Libre Comercio. 3. Comercialización. 4. Mercadeo. 5. Producción I. CADEXCO II. IICA III. Título

AGRIS
E71

DEWEY
382.9

Setiembre, 2003
San José, Costa Rica

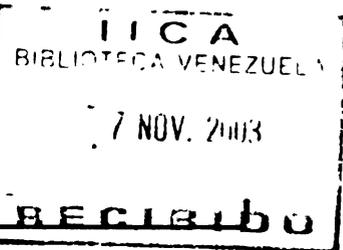


TABLA DE CONTENIDOS

TABLA DE CONTENIDOS	X
ÍNDICE DE CUADROS	X
PRESENTACIÓN	1
METODOLOGÍA	2
INTRODUCCIÓN	4
SUBSECTOR COSTARRICENSE DE PIÑA	6
I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	6
A. Descripción	6
B. Clasificación Arancelaria	7
II. CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN	7
A. Cantidad de Empresas	7
B. Características de las Empresas	7
B.1 Empleo y tamaño de las empresas	7
B.2 Ubicación y áreas de siembra	8
C. Procesos Tecnológicos	9
C.1 Insumos	9
C.2 Proceso de producción	10
III. MERCADO	10
A. Intercambio Comercial	10
B. Características del Mercado de Piña en Estados Unidos	11
IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN	12
A. Marco Legal	12
B. Régimen Arancelario	12
C. Requisitos no Arancelarios	13
C.1 Medidas sanitarias y fitosanitarias	13
C.2 Obstáculos técnicos al comercio	13
V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN	13
A. Acceso al Mercado	14
A.1 Tratamiento arancelario	14
A.2 Normas de origen	14
B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad	15
C. Normas Técnicas y Procedimientos	15
SUBSECTOR COSTARRICENSE DE MELÓN	17
I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	17
A. Descripción	17
B. Clasificación Arancelaria	17
II. CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN	18
A. Cantidad de Empresas	18
B. Características de las Empresas	18

B.1 Empleo y tamaño de las empresas	18
B.2 Ubicación y áreas de siembra	18
C. Procesos Tecnológicos	19
C.1 Insumos	19
C.2 Proceso de producción	20
III. MERCADO	20
A. Intercambio Comercial	20
B. Características del Mercado de Melón en EE.UU.	21
IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN	22
A. Marco Legal	22
B. Régimen Arancelario	22
C. Requisitos no Arancelarios	23
C.1 Medidas sanitarias y fitosanitarias	23
V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN	24
A. Acceso al Mercado	24
A.1 Tratamiento arancelario	24
A.2 Norma de origen	25
B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad	25
C. Normas Técnicas y Procedimientos	25
SUBSECTOR COSTARRICENSE DE JUGO DE NARANJA	27
I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	27
A. Descripción	27
B. Clasificación Arancelaria	27
II. CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN	27
A. Cantidad de Empresas	27
B. Características de las Empresas	28
B.1 Empleo y tamaño de las empresas	28
B.2 Ubicación y áreas de siembra	29
C. Procesos Tecnológicos	29
C.1 Insumos	29
C.2 Procesos de producción	29
III. INFORMACIÓN DEL MERCADO Y ESTADÍSTICAS DE INTERCAMBIO COMERCIAL	30
A. Intercambio Comercial	30
B. Características del Mercado del Jugo Concentrado de Naranja en Estados Unidos	31
IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN	33
A. Marco Legal	33
B. Régimen Arancelario	33
C. Requisitos no Arancelarios	34
C.1 Medidas sanitarias y fitosanitarias	35
V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN	35
A.1 Tratamiento arancelario	35

A.2 Normas de origen _____	36
A.3 Medidas no arancelarias _____	36
B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad _____	36
C. Normas Técnicas y Procedimientos _____	36
SUBSECTOR COSTARRICENSE DE FLORES _____	38
I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO _____	38
A. Descripción _____	38
B. Clasificación Arancelaria _____	38
II. CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN _____	38
A. Cantidad de Empresas _____	38
B. Características de las Empresas _____	39
B.1 Empleo y tamaño de las empresas _____	39
B.2 Ubicación y áreas de siembra _____	39
C. Procesos Tecnológicos _____	39
C.1 Insumos _____	39
C.2 Proceso de producción _____	40
III. MERCADO _____	40
A. Intercambio Comercial _____	40
B. Características del Mercado de Flores en EE.UU. _____	41
IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN _____	42
A. Marco Legal _____	42
B. Régimen Arancelario _____	42
C. Requisitos no Arancelarios _____	42
C.1 Medidas sanitarias y fitosanitarias _____	43
C.2 Obstáculos técnicos al comercio _____	43
V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN _____	44
A. Acceso al Mercado _____	45
A.1 Tratamiento arancelario _____	45
A.2 Normas de origen _____	45
B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad _____	45
C. Normas Técnicas y Procedimientos _____	45
SUBSECTOR COSTARRICENSE DE FOLLAJES _____	47
I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO _____	47
A. Descripción _____	47
B. Clasificación Arancelaria _____	48
II. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN _____	48
A. Cantidad de Empresas _____	48
B. Características de las Empresas _____	48
B.1 Empleo y tamaño de las empresas _____	48
B.2 Ubicación y áreas de siembra _____	49
C. Proceso Tecnológico _____	49
C.1 Insumos _____	49
C.2 Proceso de producción _____	50

III. MERCADO	51
A. Intercambio Comercial	51
B. Características del Mercado de Follajes de Estados Unidos	51
IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN	52
A. Marco Legal	52
B. Régimen arancelario	52
C. Requisitos no Arancelarios	52
C.1 Medidas sanitarias y fitosanitarias	53
C.2 Obstáculos técnicos al comercio	53
C.3 Otros obstáculos a nivel nacional	53
V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN	54
A. Acceso al Mercado	54
A.1 Tratamiento arancelario	54
A.2 Normas de origen	54
B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad	54
SUBSECTOR COSTARRICENSE DE PLANTAS ORNAMENTALES	56
I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	56
A. Descripción.	56
B. Clasificación Arancelaria	57
II. CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN	57
A. Cantidad de Empresas	57
B. Características de las Empresas	57
B.1 Empleo y tamaño de las empresas	57
B. 2 Ubicación y áreas de siembra	57
C. Procesos Tecnológicos	58
C.1 Insumos	58
C.2 Proceso de producción	58
III. MERCADO	59
A. Intercambio Comercial	59
B. Características del Mercado de Plantas Ornamentales en Estados Unidos	60
IV. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	60
A. Marco Legal	60
B. Régimen Arancelario	61
C. Requisitos no Arancelarios	61
C.1 Medidas sanitarias y fitosanitarias	61
C.2 Obstáculos técnicos al comercio	61
V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN	62
A. Acceso al Mercado	62
A.1 Tratamiento arancelario	62
A.2 Normas de origen	62
A.3 Medidas no arancelarias	62
B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad	62

SUBSECTOR COSTARRICENSE DE ESQUEJES	64
I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	64
A. Descripción	64
B. Clasificación Arancelaria	64
II. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	64
A. Cantidad de Empresas	64
B. Características de las Empresas	64
B.1 Empleo y tamaño de las empresas	64
B.2 Ubicación y áreas de siembra	65
C. Proceso Tecnológico	65
C.1 Insumos	65
C.2 Proceso de producción	66
III. MERCADO	68
A. Intercambio Comercial	68
B. Características del Mercado de Esquejes en Estados Unidos	68
IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN	68
A. Marco Legal	68
B. Régimen Arancelario	69
C. Requisitos no Arancelarios	69
C.1 Medidas sanitarias y fitosanitarias	69
V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN	70
A. Acceso al Mercado	70
A.1 Tratamiento arancelario	70
A.2 Normas de origen	70
B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad	70
SUBSECTOR COSTARRICENSE DE CHAYOTE	72
I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	72
A. Descripción	72
B. Clasificación Arancelaria	73
II. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	73
A. Cantidad de Empresas	73
B. Características de las Empresas	73
B.1 Ubicación y áreas de siembra	73
C. Procesos Tecnológicos	74
C.1 Insumos	74
C.2. Proceso de producción	74
III. MERCADO	74
A. Intercambio Comercial	74
VI. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN	75
A. Marco Legal	75
B. Régimen Arancelario	75
C. Requisitos no Arancelarias	75

C.1 Medidas fitosanitarias _____	75
C.2 Obstáculos técnicos al comercio _____	76
V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN _____	76
A. Acceso al Mercado _____	76
A.1 Tratamiento arancelario _____	76
A.2 Normas de origen _____	76
B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad _____	77
C. Normas Técnicas y Procedimientos _____	77
SUBSECTOR COSTARRICENSE DE JENGIBRE _____	78
I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO _____	78
A. Descripción del Producto _____	78
B. Clasificación Arancelaria _____	78
II. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN _____	79
A. Cantidad de Empresas _____	79
B. Características de las Empresas _____	79
B.1 Ubicación y áreas de siembra _____	79
C. Procesos Tecnológicos _____	79
C.1 Insumos _____	79
III. MERCADO _____	80
A. Intercambio Comercial _____	80
VI. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN _____	80
A. Marco Legal _____	80
B. Régimen Arancelario _____	80
C. Requisitos no Arancelarias _____	80
V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN _____	81
A. Acceso al Mercado _____	81
A.1 Tratamiento arancelario _____	81
A.2 Normas de origen _____	81
B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad _____	81
B.1 Medidas no arancelarias _____	81
SUBSECTOR COSTARRICENSE DE YUCA _____	82
I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO _____	82
A. Descripción _____	82
B. Clasificación Arancelaria _____	82
II. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN _____	83
A. Cantidad de Empresas _____	83
B. Características de las Empresas _____	83
B.1 Ubicación y áreas de siembra _____	83
C. Procesos Tecnológicos _____	83
C.1 Insumos _____	83
C.2 Proceso de producción de la yuca fresca _____	83
C.3 Proceso de producción de la yuca congelada _____	84

III. MERCADO	64
A. Intercambio Comercial	84
B. Características del Mercado de Yuca en Estados Unidos	84
VI. CARACTERÍSTICAS DE LA COMERCIALIZACIÓN	64
A. Marco Legal	84
B. Régimen Arancelario	85
C. Requisitos no Arancelarios	85
C.1 Medidas fitosanitarias	85
C.2 Obstáculos técnicos al comercio	85
V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN	85
A. Acceso al Mercado	85
A.1 Tratamiento arancelario	85
A.2 Normas de origen	86
B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad	86
B.1 Medidas no arancelarias	86
SUBSECTOR COSTARRICENSE DE TIQUISQUE	87
I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	87
A. Descripción	87
B. Clasificación Arancelaria	87
II. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	88
A. Cantidad de Empresas	88
B. Características de las Empresas	88
B.1 Ubicación y áreas de siembra	88
C. Procesos Tecnológicos	88
C.1 Insumos	88
C.2 Proceso de producción	89
III. MERCADO	89
A. Intercambio Comercial	89
B. Características del Mercado de Tiquisque en los EE.UU.	89
IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN	89
A. Marco Legal	89
B. Régimen Arancelario	89
C. Requisitos no Arancelarios	89
C.1 Medidas fitosanitarias	89
V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LAS NEGOCIACIONES	90
A. Acceso al Mercado	90
A.1 Tratamiento arancelario	90
A.2 Normas de origen	90
B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad	90
B.1 Medidas no arancelarias	90
Tratamiento arancelario	90
SUBSECTOR COSTARRICENSE DE ÑAME	91

I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	91
A. Descripción	91
B. Clasificación Arancelaria	91
II. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	92
A. Cantidad de Empresas	92
B. Características de las Empresas	92
B. 1 Ubicación y áreas de siembra	92
C. Procesos Tecnológicos	92
C.1 Insumos	92
C.2 Proceso de producción	93
III. MERCADO	93
A. Intercambio Comercial	93
B. Características del Mercado del Name en los EE.UU.	93
IV. CARACTERÍSTICAS DE LA COMERCIALIZACIÓN	93
A. Marco Legal	93
B. Régimen Arancelario	93
C. Requisitos no Arancelarios	93
C.1 Medidas fitosanitarias	93
V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN	94
A. Acceso al Mercado	94
A.1 Tratamiento arancelario	94
A.2 Normas de origen	94
B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad	94
B.1 Medidas no arancelarias	94
SUBSECTOR COSTARRICENSE DE MALANGA	95
I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	95
A. Descripción	95
B. Clasificación Arancelaria	95
II. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	96
A. Cantidad de Empresas	96
B. Características de las Empresas	96
B.1 Ubicación y áreas de siembra	96
C. Procesos Tecnológicos	97
C.1. Insumos	97
C.2 Proceso de producción	97
III. MERCADO	97
A. Intercambio Comercial	97
B. Características del Mercado de Malanga en Estados Unidos.	97
IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN	97
A. Marco Legal	97
B. Régimen Arancelario	98
C. Requisitos no Arancelarios	98
C.1 Medidas Fitosanitarias	98

V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LAS NEGOCIACIÓN	98
A. Acceso al Mercado	98
A.1 Tratamiento arancelario	98
A.2 Normas de origen	98
B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad	98
B.1 Medidas no arancelarias	98
SUBSECTOR COSTARRICENSE DE SÁBILA	103
I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	103
II. CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN	104
A. cantidad de Empresas	104
B. Características de las Empresas	104
B.1 Empleo y tamaño de las empresas	104
B.2 Ubicación y área de siembra	104
C. Procesos Tecnológicos	104
C.1 Insumos	104
C.2 Proceso de producción	104
III. MERCADO	105
A. Intercambio Comercial	105
B. Características del Mercado de la Sábila en los Estados Unidos	106
IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN	107
A. Marco Legal	107
B. Régimen Arancelario	107
C. Requisitos no Arancelarios	107
C.1 Medidas sanitarias y fitosanitarias	107
C.2 Obstáculos técnicos al comercio	107
V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN	108
A. Acceso al Mercado	108
A.1 Tratamiento arancelario	108
A.2 Normas de origen	108
B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad	108
C. Normas Técnicas y Procedimientos	108
SUBSECTOR COSTARRICENSE DE PESCADO	110
I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	110
A. Descripción	110
B. Clasificación Arancelaria	110
II. CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN	110
A. Cantidad de Empresas	110
B. Características de las empresas	111
B.1. Empleo y tamaño de las empresas	111
B. 2. Ubicación de las empresas	111
C. Procesos tecnológicos	112
C.1. Insumos	112
C.2. Proceso de producción	112

III. Mercado	112
A. Intercambio Comercial	112
B. Características del Mercado de Pescado en Estados Unidos	113
IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN	114
A. Marco Legal	114
B. Régimen Arancelario	114
C. Requisitos no Arancelarios	114
C.1 Medidas sanitarias y fitosanitarias	114
V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN	115
A. Acceso al Mercado	115
A.1 Tratamiento arancelario	115
A.2 Norma de origen	116

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1	11
CUADRO 2	21
CUADRO 3	31
CUADRO 4	31
CUADRO 5	32
CUADRO 6	33
CUADRO 7	33
CUADRO 8	40
CUADRO 9	51
CUADRO 10	59
CUADRO 11	68
CUADRO 12	102
CUADRO 13	106
CUADRO 14	113

PRESENTACIÓN

Los países de la región centroamericana iniciaron conversaciones con las autoridades del Gobierno de Estados Unidos (EE.UU.) en el 2002 con el fin de negociar un Tratado de Libre Comercio (TLC) para el área. En enero de 2003, comenzó formalmente la primera ronda de negociaciones entre la región y Estados Unidos en nuestro país.

Para Costa Rica, la nación estadounidense se ha constituido en su principal mercado de exportación, el cual ha mantenido una evolución favorable en los últimos 10 años; durante ese periodo el país ha incrementado y diversificado sus exportaciones con el consiguiente efecto positivo para la economía nacional. Por lo tanto, garantizar condiciones de acceso favorables a dicho mercado constituye un elemento de supervivencia para las empresas exportadoras y para sus trabajadores.

Por esa razón, la Cámara de Exportadores Costarricenses (CADEXCO) considera importante que los subsectores relacionados con las exportaciones agroalimentarias sistematicen la información base para establecer una oferta comercial en la negociación; esto les permitirá participar en este proceso y buscar el beneficio para sus empresas resguardando sus intereses. Esa información deberá proporcionarse a los negociadores como respaldo para sus argumentos en el momento de buscar facilidades de acceso al mercado de los Estados Unidos.

Bajo este supuesto, CADEXCO emprendió, con el apoyo metodológico del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), una gestión tendiente a apoyar a estos subsectores para que en un periodo corto prepararan un documento sencillo y claro con la información necesaria que permitiera lograr la mejor negociación posible.

Con este propósito, el IICA asignó a tres especialistas de la Dirección de Comercio y Agronegocios y, por su parte, CADEXCO encargó a un equipo técnico para que juntos trabajaran con las empresas exportadoras en la preparación de los perfiles de los productos que comercian con EE.UU. Este trabajo no hubiera sido posible realizarlo sin los insumos aportados por la Cámara Nacional de Productores y Exportadores de Piña, la Asociación Costarricense de Productores y Exportadores de Helechos (ACOPEHEL), la Cámara Nacional de Productores y Exportadores de Plantas Ornamentales (CANEPLANTA), la empresa Tico Fruit, el Grupo Del Oro, la Cámara Nacional de Productores y Exportadores de Melón y Sandía, así como de diversas empresas exportadoras del sector agroalimentario.

La Oficina del IICA en Costa Rica se siente complacido de presentar este documento como producto del esfuerzo conjunto entre el Instituto y la Cámara de Exportadores de Costa Rica (CADEXCO).

Finalmente, debemos reconocer el esfuerzo de trabajo en equipo de los especialistas de la Sede Central del IICA y la Dirección de Operaciones de la Región Central, específicamente a la Sra. Juana Galván y los señores Danilo Herrera y Henry Benavides, para la elaboración de este trabajo.

METODOLOGÍA

Para preparar los perfiles de los productos que facilitarían las ofertas de negociación, se planteó por parte de IICA/CADEXCO un programa de trabajo que tuvo los objetivos y actividades que se presentan seguidamente.

Objetivos Específicos

- Identificar los subsectores agroalimentarios que no tuvieran ofertas definidas para las negociaciones y que sirvieran como aporte al proceso dirigido por las autoridades negociadoras del Tratado.
- Analizar las oportunidades y amenazas que pudiera presentar el mercado regional como consecuencia de las negociaciones entre la región y EE.UU.
- Proponer alternativas de ofertas de negociación en materia de acceso a mercados, normas de origen y otros aspectos relacionados con las negociaciones.

Actividades Básicas

- El IICA con el apoyo de CADEXCO elaboró una propuesta de cooperación para efectuar un estudio de la oferta comercial dentro de la negociación Estados Unidos – Centroamérica.
- CADEXCO, mediante algunos criterios de la balanza comercial Costa Rica-Centro América y Costa Rica-Estados Unidos, seleccionó los subsectores importantes por estudiar.
- IICA y CADEXCO recolectaron la información mediante una encuesta realizada a los exportadores de cada subsector; con ese fin, se procuró una muestra representativa.¹
- CADEXCO, con la ayuda de estudiantes, recogió la información de las diferentes empresas involucradas en los subsectores agroalimentario seleccionados en la encuesta. Para ello, se enviaron formularios por medios electrónicos, fax y se realizaron visitas a las empresas.
- Se recopiló información escrita y publicada por distintos organismos e instituciones nacionales e internacionales.
- Se realizó la tabulación y el análisis de la información.²
- Finalmente se prepararon los informes para cada producto seleccionado, los que fueron presentados a representantes de las empresas exportadoras para completar y validar la información y definir en conjunto las posiciones para la presentación de ofertas de negociación.
- Posteriormente, se entregaron los documentos a la jefa del equipo negociador de Costa Rica.

¹Anexo 1.

² Anexos 2, 3, 4, 5.

Los informes de productos han sido preparados de la forma más resumida posible; solamente se enfatizó en la información necesaria para los fines de la negociación. En primer lugar, se describe en general el producto, lo que conlleva su cultivo o sus procesamientos, los insumos que requieren y las condiciones en las que se producen. Seguidamente se caracterizan las empresas dedicadas a estos productos y la información del entorno socioeconómico donde realizan sus actividades.

Además, se presenta información sobre el intercambio comercial con EE.UU. y las condiciones de ese mercado para el producto, identificando su evolución, su competencia y las perspectivas futuras. El análisis de las condiciones actuales de acceso para cada producto permitió plantear los objetivos óptimos de negociación que deberían lograrse en el TLC que se negocia.

Estos informes fueron presentados por CADEXCO y los representantes de las empresas exportadoras a las autoridades involucradas en las negociaciones para que puedan retroalimentarse con la información obtenida.

INTRODUCCIÓN

La relación comercial con EE.UU. ha sido calificada por las autoridades gubernamentales como fundamental y de suma importancia para el país; ya que esa nación es el principal socio comercial de Costa Rica, pues es el destino de más del 50% de las exportaciones de bienes, del 53% de las importaciones y de cerca del 55% de la inversión extranjera directa.

En una década (1991 al 2001), el comercio de bienes de Costa Rica pasó del 59% al 71%, eso gracias a la política comercial de este país de apertura a nuevos mercados y a una acción constante para promoverlos. En ese sentido, se ha buscado ampliar las oportunidades que ha ofrecido hasta ahora el mercado estadounidense.

En el estudio patrocinado por el Banco Mundial (Monge-González, González-Vega y Monge-Arifo)³ que analiza las ventajas comparativas reveladas de los productos agrícolas y agroindustriales de Costa Rica a nivel mundial y en el mercado de EE.UU., se muestra que en este último existen 131 fracciones arancelarias de productos con ventajas comparativas reveladas. El 75% del total de las exportaciones agrícolas y agroindustriales exportadas por Costa Rica en el período 1998-2000 muestra ventajas comparativas reveladas. Así mismo, existen 136 fracciones arancelarias que muestran ventajas comparativas reveladas en el resto del mundo, pero por distintos obstáculos no se presentan en el mercado de EE.UU.

Esto significa que aún cuando las exportaciones agroalimentarias costarricenses han logrado posicionarse con ventajas en el mercado de EE.UU., existe un margen para incrementar el número de productos que se pueden exportar para los cuales Costa Rica tiene ventaja comparativa. Entre los productos identificados y que se estudiarán en este documento técnico, se encuentran algunos como el pescado y los mariscos distintos a las especies y presentaciones que se exportan actualmente, así como los arbustos, las plantas y los esquejes.

Los documentos técnicos que se presentan a continuación examinan los productos de exportación costarricenses considerados como no tradicionales y que en su mayoría se exportan al mercado de EE.UU. con grandes ventajas. Casi todos gozan de preferencias arancelarias otorgadas mediante el programa conocido como la Iniciativa para la Cuenca del Caribe (ICC) de 1983⁴, que fue confirmado y ampliado en mayo del 2000 mediante la Ley de Asociación Comercial de la Cuenca del Caribe.

³ Se refiere al documento titulado, "Efectos Potenciales de un Tratado de Libre Comercio entre USA y Centro América sobre el Sector Agropecuario y Agroindustrial de Costa Rica y El Salvador", preparado por Ricardo Monge-González, Claudio González-Vega y Francisco Monge-Arifo.

⁴ Ley para la Recuperación Económica de la Cuenca del Caribe, 1983

En virtud de dichas preferencias, existen muy pocas barreras arancelarias para los productos estudiados; sin embargo, se identifican algunos impuestos que tienen que pagar los exportadores (como en el caso del atún y del jugo de naranja en el Estado de Florida, EE.UU.) y algunas barreras no arancelarias como sucede con plantas y esquejes.

La encuesta permitió obtener gran parte de la información; pero no es uniforme para todos los productos, porque en algunos casos no se obtuvieron respuestas. En relación con la información estadística se utilizaron, hasta donde fue posible, datos del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) y la información que ofrece el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (COMEX).

La responsabilidad de la información proporcionada es de las fuentes consultadas, es decir, de los informantes de las encuestas y de los documentos de mercados y comercio consultados.

SUBSECTOR COSTARRICENSE DE PIÑA



I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

A. Descripción

Sector: agrícola

Nombre científico: *Ananas comosus*

Nombre corriente: piña

Descripción: la planta de la piña es una monocotiledónea, herbácea y perenne, originaria de América del Sur de la región de Matto grosso, entre Uruguay y Brasil.

Aunque es un cultivo perenne, desde el punto de vista comercial lo recomendable son dos cosechas por ciclo productivo. En Costa Rica, el período productivo oscila entre 32 y 35 meses; este cultivo que ha tenido mucho auge principalmente en los últimos cinco años y es una importante fuente de divisas como fruta de exportación a EE.UU. y Europa.

En Costa Rica se producen comercialmente dos variedades.

1. **Champaka:** la planta tiene las hojas de color verde oscuro y anchas (6 cm); carece de espinas en el borde, excepto en los extremos. El fruto maduro es de color naranja rojizo, de gran tamaño y los "ojos" son poco profundos. El color de la pulpa varía de amarillo pálido a amarillo dorado y tiene alto contenido de azúcares. Es una variedad que ha tenido amplio mercado internacional como fruta fresca y muchas cualidades para la industrialización; sin embargo, en los últimos cinco años ha sido desplazada por la *Golden* o Amarilla.
2. **Golden** o Amarilla: con esos nombres se conoce en Costa Rica. Las hojas de este tipo de planta son de color verde oscuro a lo largo del limbo y no tienen espinas, excepto una en el extremo apical. Los frutos son de diversos tamaños y la pulpa es de color amarillo, contiene poca fibra, muy buen sabor y aroma; los "ojos" son grandes y profundos. Se produce principalmente para el consumo como fruta fresca, ha tenido una excelente aceptación en los mercados y su crecimiento productivo y de consumo se

ha aumentado, siendo Costa Rica uno de los principales países productores.

La producción promedio por cosecha de la *Golden* en Costa Rica varía entre 90 y 120 toneladas por hectárea mientras que la *Champaka* alcanza rangos de producción por hectárea entre 80 y 110 toneladas.

B. Clasificación Arancelaria

- Capítulo 08 del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías: "Frutas o frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías"

- Piñas frescas: 0804.30.00.10

- Piñas secas: 0804.30.00.20

- Piñas congeladas: 0811.90.00.10

II. CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN

A. Cantidad de Empresas

Cantidad de productores: 34 empresas

Cantidad de empresas exportadoras: 50 empresas²

Cantidad de empresas exportadoras a los EE.UU : 37 empresas³

B. Características de las Empresas

B.1 Empleo y tamaño de las empresas

De las empresas exportadoras de piña, un 74.2% son consideradas pequeñas y medianas empresas (PYME). Según datos de la exportación del 2002, si se caracterizan por rangos de exportación, se encuentra que de las 50 empresas, 38 venden anualmente al exterior menos de US\$1 millón; cinco compañías exportan entre US\$1 y US\$5 millones y siete empresas venden más de US\$5 millones.

Se estima que esta actividad genera 7 mil empleos directos; de ellos, el 83% corresponde a mano de obra masculina y 17% a mano de obra femenina.

² Mayores a \$200, año 2002. Fuente: PROCOMER

³ Fuente: PROCOMER

B.2 Ubicación y áreas de siembra

La piña es un producto que en Costa Rica se produce desde tiempos de la colonia; sin embargo, la producción monocultivo de alta intensidad y demanda tecnológica fue desarrollada comercialmente a finales de la década de los setentas, cuando la subsidiaria de la transnacional Corporación de Desarrollo Agrícola Del Monte, S. A., conocida como PINDECO, inició sus operaciones en el sur del país; luego hacia el final de los ochentas se iniciaron las siembras en la zona Norte del país (San Carlos), posteriormente, se extendieron hacia La Virgen de Sarapiquí; a finales de los noventas, las siembras de piña se desarrollaron en la zona Atlántica con motivo de los programas de reconversión productiva como sustitución principalmente de las áreas sembradas de banano y, finalmente, en la zona de Parrita (Pacífico Sur).

Las principales zonas de producción de piña en Costa Rica son las regiones Sur, Norte y Atlántica. Se produce principalmente en Buenos Aires de Puntarenas, en el cantón de San Carlos, Sarapiquí, Grecia, Guápiles, Guácimo y Siquirres, y en la zona de Parrita, en el Pacífico Sur.

Los programas de siembra se hacen considerando las necesidades de mercado y los compromisos de entrega de fruta que tiene el productor; sin embargo, estos programas pueden verse afectados por la presencia de floración natural, que se presenta de una a dos veces al año, principalmente durante los meses de mayo y junio, lo que ocasiona costos más altos y excedentes de producción y en algunos casos, pérdidas para el productor al no poder cosechar la totalidad de la fruta.

Según datos de la Promotora del Comercio Exterior (PROCOMER), las exportaciones de piña fresca durante el período de enero a octubre del 2002, alcanzaron 368 152,10 toneladas métricas con un valor de US\$128 888 842. En promedio, el volumen mensual exportado fue de 36 815 toneladas métricas con un valor unitario de US\$0,35/ kg, valor que incluye a la piña de industria o procesada.

Según información del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), se espera que para finales de este año (2003) se alcance un área neta de siembra cercana a las 12 500 hectáreas, proyectándose para finales del 2005 unas 16 000 hectáreas.

Costa Rica se encuentra entre los primeros 10 países productores de piña del mundo y presenta el mayor crecimiento promedio anual en el periodo 1980-2001, ubicado en 18.96, según las estadísticas de la FAO.⁵

Los mayores productores de esta fruta son Tailandia, Filipinas, Brasil, Australia, Kenia e Indonesia, países que dedican la mayor parte de su producción a abastecer el mercado interno, aunque también la industrializan para la exportación. En Latinoamérica se encuentran en vías de crecimiento países como México, Guatemala, Honduras, Panamá y Ecuador que producen piña, tanto para

⁵ FAOSTAD Database

la exportación como fruta fresca como para la agroindustria o proceso. De Honduras hay información de que desarrolla proyectos de piña orgánica certificada para los mercados de europeos y estadounidense.

C. Procesos Tecnológicos

C.1 Insumos

Los principales insumos utilizados en la producción de la piña se señalan a continuación.

- **Semilla:** actualmente Costa Rica es autosuficiente en la producción de semilla de esta fruta, la que puede obtenerse de las plantaciones establecidas mediante programas que previamente planifica el productor para desarrollar sus siembras y también para la exportación, si es del caso.
- **Agroquímicos:** fertilizantes, fungicidas, insecticidas, herbicidas, entre otros, que son comprados en el mercado local o en su defecto importados directamente por el productor-exportador. Gran parte de los insumos usados en la piña son importados principalmente de EE.UU.
- **Cajas de cartón:** se utilizan para efectos de empaque y protección de la fruta. Este material puede ser importado o adquirido en el mercado nacional; sin embargo, la materia prima para la fabricación de las cajas se importa principalmente de los EE.UU. por razones de estándares de calidad.
- **Plásticos y otros materiales para el empaque:** entre estos insumos se cita el fleje plástico, esquineros de cartón o plástico, *Ryans* o termógrafos, etiquetas, plastiflechas, entre otros, que son adquiridos en el mercado nacional, aunque también algunos son importados.
- **Tarimas de madera:** las tarimas de madera son un producto de fabricación nacional. Costa Rica ha sido autosuficiente con las fuentes de materia prima para la producción de tarimas, gracias a los programas de incentivos a la reforestación de bosques; pero a largo plazo, la situación se torna preocupante ya que se estima un faltante de madera para fabricar tarimas por el incremento de las exportaciones de productos frescos que las utilizan y a la falta de nuevos programas que incentiven la reforestación.
- **Maquinaria agrícola y repuestos:** la maquinaria agrícola y sus repuestos en su mayor parte son importados de diferentes países entre ellos EE.UU., Brasil, Alemania e Inglaterra. El equipo agrícola que normalmente se importa es el siguiente: tractores, *spray boom*, tanques abastecedores, tratadoras de semilla, rastras, subsoladores, encamadoras, encaladoras, carretas para semilla, carretas para frutas, para escombros, tanques para fertilizante y agua, motocicletas, cuadracillos, *pick-ups*, camiones, chapeadoras, palas de camino, paleadoras, trituradoras, montacargas, motores, bombas, bandas transportadoras, cosechadoras de fruta, dragas, equipos para cuartos fríos, armadoras de cajas, romanas, ventiladores,

radios de comunicación, perras hidráulicas, flejeadoras, ensunchadoras, grapadoras, plantas eléctricas y otros.

C.2 Proceso de producción

El proceso de producción consta básicamente de los siguientes pasos esenciales:

- Destroncar y barrida.
- Quitar escombros.
- Hacer canales y drenajes.
- Subsolar.
- Rastrear.
- Encamar y controlar la erosión.
- Sembrar, resembrar y replantar.
- Controlar plagas y malezas.
- Fertilizar.
- Inducción floral.
- Cosechar (recolección).
- Limpiar, seleccionar y recubrir de cera.
- Empacar la fruta.
- Conservar en frío y exportar.

III. MERCADO

A. Intercambio Comercial

Estados Unidos representa para la piña costarricense el 60% de su mercado según datos del 2002, mientras que para el mercado Europeo se destina el 40% principalmente a países de la Unión Europea como España, Italia, Alemania, Bélgica y Holanda, así como El Reino Unido.

El nivel de exportaciones de piña de Costa Rica presenta un crecimiento importante en los últimos cinco años (61%); pues pasó de US\$64 millones en 1998 a US\$164 millones en el 2002. También se registraron más empresas productoras y exportadoras en este periodo así como más industrializadores.

No se registraron importaciones de piña fresca desde Los Estados Unidos en cuatro de los cinco últimos años, solamente en el 2000 se reportaron importaciones por US\$374 mil dólares, las cuales consistieron en producto enlatado. Así mismo, no se registró comercio intrarregional de piña fresca.

Por no contar con datos específicos para el intercambio comercial de piña procesada entre Costa Rica y Estados Unidos, no se incluyen en este análisis; no obstante, se tomarán en cuenta en algunos aspectos donde se cuente con la información.

CUADRO 1. INTERCAMBIO COMERCIAL DE LA PIÑA

Producto: Piña (08004.30)
Costa Rica: Intercambio Comercial con los Estados Unidos
(en miles de US\$)

	1998	1999	2000	2001	2002
EXPORTACIONES	64 236.24	102 424.98	108 953.21	129 741.90	163 822.79
IMPORTACIONES	N/E	N/E	374.68	N/E	N/E

Producto: Piña (0804.30)
Estados Unidos: intercambio Comercial con Centroamérica
(en miles US\$)

	1998	1999	2000	2001	2002
EXPORTACIONES	N/E	N/E	374.68	3.88	N/E
IMPORTACIONES	72 736.03	110 302.92	117 302.92	136 731.32	170 125.08

Fuente: Área de Comercio y Agronegocios del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) con base en *Magic* de CEPAL.

B. Características del Mercado de Piña en Estados Unidos

Un análisis del consumo de piña en EE.UU.⁶ muestra que la mayor parte de la piña consumida en ese mercado es procesada en forma de jugo y de fruta enlatada. Sin embargo, la demanda por la fruta fresca es cada vez más mayor y su consumo ha ido creciendo a una tasa promedio anual de 7% en los últimos años y de un 11% en el 2002. Entre las variedades que dominan el mercado está la *Golden* o Amarilla y en menor escala la *Champaka*.

La producción de piña en EE.UU. proviene solamente de Hawaii (98%), zona que produce mayormente la *Golden* y la *Champaka*. Los picos de producción en Hawaii van de junio a agosto, luego entra al mercado en mayor volumen la piña importada; de esa manera, hay disponibilidad de esta fruta durante todo el año.

La producción nacional en EE.UU. se ha mantenido sin grandes variaciones durante los últimos cinco años y se destina principalmente al procesamiento (66%), mientras que el consumo en fresco se abastece en gran parte con las importaciones, que cubren el 82% de la demanda y ha tenido una tasa de crecimiento de 11.9%.

⁶ Ver informe del *Whole Food Market* disponible en INTERNET

Los principales proveedores de ese mercado son Costa Rica, que abastece el 85% del volumen de piña que se importa anualmente; además, se encuentran también Honduras y México entre los proveedores de esta fruta, así como Tailandia, Guatemala, Ecuador y Panamá.

Los precios promedio de la piña en Estados Unidos son menos volátiles que los de otras frutas; otro aspecto importante es que se reciben precios interesantes para la piña fresca de Costa Rica sobre otros proveedores.

En relación con la piña procesada, Estados Unidos es el segundo mayor importador del producto (32.3%); esa actividad presenta una tasa de crecimiento del 3.6%. La importación consiste en jugos congelados, concentrado de piña y piña enlatada. Recientemente se está desarrollando el mercado para piña deshidratada y subproductos de piña. Tailandia es el principal exportador de procesados, seguido por Filipinas e Indonesia. Costa Rica participa en este mercado con jugo de piña congelado con el 8% del volumen total exportado de conformidad con las estadísticas de la FAO.

IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

A. Marco Legal

Las empresas exportadoras de piña del país no utilizan ningún régimen especial de exportación debido a que no existe un sistema de incentivos que se adecue a la naturaleza de la actividad, por lo que se clasifican dentro de la modalidad de exportación definitiva.

No obstante, para generar una mayor rentabilidad, las empresas utilizan sistemas internos que las exoneran del pago de ciertos tributos como algunos impuestos de importación y el impuesto sobre las ventas, mediante las modalidades que seguidamente se señalan.

- a) Exoneración de tributos y sobretasas a la importación de maquinaria, equipo e insumos para la actividad agropecuaria (Reglamento al artículo 5 de la Ley 7293).
- b) Mecanismo de compras autorizadas de la Dirección General de Tributación Directa.

B. Régimen Arancelario

Actualmente la piña fresca y procesada está libre del pago de impuestos a la importación (0% de arancel) debido a que los exportadores gozan de libre ingreso al mercado de EE.UU. mediante los beneficios ofrecidos por los tratados y sistemas siguientes.

a) Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) o *Generalized System of Preferences*.

b) Iniciativa de la Cuenca del Caribe (ICC) o *Caribbean Basin Initiative* (CBI).

La importación de piña fresca en el mercado de Costa Rica es gravado con el 15% y existe también un impuesto de 15% para la piña procesada en jugo o enlatada.

C. Requisitos no Arancelarios

C.1 Medidas sanitarias y fitosanitarias

- Presentación del certificado fitosanitario de exportación

El certificado fitosanitario de exportación es el documento oficial otorgado por la Gerencia Técnica de Exportaciones del MAG, según el diseño o modelo establecido por la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF), en el que se atestigua sobre la situación fitosanitaria de cualquier envío sujeto a reglamentaciones de ese tipo.

Su fundamento legal es la Ley de Protección Fitosanitaria No. 7664.

- Exigencias sobre el tratamiento y presentación del producto.
- Exigencia de no aplicación de ciertos funguicidas.

C.2 Obstáculos técnicos al comercio

- Preocupación por la implementación de nuevas regulaciones de seguridad.
- Notificación previa del peso y contenido del contenedor.

V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN

Los ingresos por exportaciones de piña de Costa Rica han representado un aporte importante al producto interno bruto agrícola del país, situándose entre los principales productos de exportación. Esta actividad brinda ingresos a 50 empresas y constituye el sustento de 7000 trabajadores (productores y procesadores).

El mercado de los EE.UU. es el principal mercado para la piña costarricense y muestra evidencias de crecimiento (11% anual para la piña fresca y 3.6% para la piña procesada). Su producción nacional no se ha incrementado significativamente⁷, lo que puede representar una buena oportunidad para que

⁷ En estudio realizado por la Corporación Colombiana Internacional, utilizando como base los datos de FAOSTAD, se reporta que mucha tierra dedicada al cultivo de piña en Hawai ha sido destinada al turismo y la producción ha disminuido de 1980 al 2001 en una tasa promedio de 10,57%.

Costa Rica mantenga la participación de liderazgo que ha tenido en ese mercado.

Una característica importante de la producción y comercialización de la piña es que, aunque es un mercado de mucha competencia (participan más de 70 países productores), está concentrada en dos multinacionales y sus subsidiarias: Dole y Del Monte, que están presentes en casi todos los países productores y exportadores de esta fruta. Por lo tanto, la estrategia de comercialización tendrá siempre elementos de conveniencia corporativa que deben tenerse en cuenta cuando se analizan las oportunidades de mercado.

Con este panorama los intereses de los exportadores de piña costarricenses en el TLC estarían representados si se toma en cuenta las posiciones que se analizan en los apartados siguientes.

A. Acceso al Mercado

A.1 Tratamiento arancelario

Es conveniente que se mantenga la situación arancelaria que beneficia las exportaciones de piña al mercado de Estados Unidos, ya que constituye una ventaja frente a las importaciones de otras partes del mundo y ha ayudado al crecimiento de esta actividad.

En consecuencia, el ingreso de la piña costarricense, tanto fresca como procesada, libre de aranceles de importación en el mercado de EE.UU. es un objetivo por lograr en la negociación del TLC.

Estados Unidos no es un exportador importante de piñas frescas, sin embargo, ha incrementado su exportación de concentrados de piña a base de materia prima importada y exporta productos enlatados. El mercado centroamericano puede ser atractivo para la industria de procesados que en la actualidad debe pagar un arancel de 15%; de manera que, si se da una desgravación total en ambas vías, EE.UU. estarían obteniendo también ventajas en el intercambio.

Es necesario examinar si el mercado intrarregional para los productos procesados de piña es de interés para las exportaciones de Costa Rica, pues debería disputarlo con las importaciones provenientes de Estados Unidos. Para ello se deben tomar en cuenta los volúmenes, costos y precios del producto en Centroamérica versus los que se obtienen en el mercado de EE.UU.

A.2 Normas de origen

En el intercambio comercial de piña fresca es de esperarse una norma general de producto cultivado para conferir origen. Sin embargo, en el caso del producto procesado, ya sea seco o congelado (se encuentran en un mismo capítulo 08), e incluso para productos como el jugo de piña (capítulo 20) para que sean 100%

originarios, la norma deberá señalar que la materia prima debe ser originaria de los países signatarios del TLC para que se le confiera el origen. Eso no permitiría importar piña fresca de ningún otro lugar fuera de la región para ser procesada y luego exportada beneficiándose del TLC.

B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad

Cada vez más se exige por parte de los consumidores e importadores fuertes medidas de inocuidad en los productos alimenticios. Por ello, se deberá mantener un alto estándar en el manejo y procesamiento de la fruta para mantener la calidad y el prestigio de la piña de Costa Rica en el mercado estadounidense. Así mismo, se debe exigir la importación de productos de Estados Unidos cumpla con la reglamentación sanitaria y de inocuidad de los países centroamericanos.

Estados Unidos prohíbe la exportación de piña a Hawai como excepción a la admisibilidad de productos,⁸ sin embargo, no presenta ningún argumento científico para esta medida. Ello puede no ser impedimento para los exportadores, ya que su principal mercado se encuentra en los estados continentales de EE.UU.; sin embargo, eso es una muestra del uso de medidas sanitarias con fines de restricción del comercio, lo que no deben darse entre socios comerciales que buscan el libre comercio a través de tratados.

C. Normas Técnicas y Procedimientos

El 12 de junio de 2003, el Presidente George W. Bush validó, con su firma la Ley de Seguridad de la Salud Pública y Preparación y Respuesta ante el Bioterrorismo de 2002 (conocida como La ley contra el Bioterrorismo), la cual incluye un gran número de disposiciones para preservar la seguridad de los Estados Unidos frente al bioterrorismo.

Al igual que los exportadores de otros productos, los productores y exportadores de piña están preocupados por la implementación de esa legislación. Aún cuando su entrada en vigencia se estima hasta diciembre del 2003, se prevén mayores costos y demoras en los embarques. Ante eso, es importante garantizar que la aplicación de las leyes y procedimientos que norman la entrada de productos en las partes no constituyan obstáculos al comercio.

⁸ Ver lista de admisibilidad para Centroamérica del USDA-APHIS en el *Plant Import Manual* 5ª edición.

Resumen de los Objetivos de Negociación

0804.30.00.10	Piñas frescas
Acceso al mercado Tratamiento arancelario	Libre comercio con cero arancel
Norma de Origen	Cultivado en el país exportador
Medidas Sanitarias	Procurar el cumplimiento de las leyes y reglamentos en forma expedita y con bases científica
Normas Técnicas y procedimientos	Evitar atrasos, discrecionalidad y discriminación en la aplicación de la nueva ley de bioterrorismo

0804.30.00.20, 0811.90.0010	Piñas secas y congeladas
Acceso al mercado Tratamiento arancelario	Arancel 0
Norma de Origen	A partir de piña cultivada en los países signatarios del TLC
Medidas Sanitarias	Procurar el cumplimiento de las leyes y reglamentos en forma expedita y con bases científica
Normas Técnicas y procedimientos	Evitar atrasos, discrecionalidad y discriminación en la aplicación de la nueva ley de bioterrorismo

SUBSECTOR COSTARRICENSE DE MELÓN



**Cámara Nacional de Productores
y Exportadores de Melón y Sandía**

I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

A. Descripción

Sector: agrícola

Nombre científico: *Cucumis melo*

Nombre corriente: melón

Existen tres tipos de melones cultivados.

1. *Cucumis melo* var. *Reticulatus* Naud. A este tipo pertenecen las variedades *Powdery Mildew*, *Resistent*, *Resistent No 45*, *Hale's Best Jumbo*, *Edisto*, *Edisto 47*, *Gulfcoast*, *Ananás Temprano de América* y otros.
2. *Cucumis melo* var. *Cantaloupensis* Naud, conocidos como cantaloupes o cantalupos.
3. *Cucumis melo* var. *Inodorus* Naud. Sus variedades son la *Honey Dew*, *Orange Flesh*, *Valenciano*, *Casava*, *Golden Beauty*, *Meted Gem*, *Amarelo CAC*, *Melogold*, *Early Deliciosos*, *Amalfi* y otras.

De las anteriores, las variedades que más produce y comercializa el país son los Cantaloupe, *Honey Dew*, *Dorado*, *Galia*, *Piel de Sapo*, *Charantais* y *Orange Flesh*.

B. Clasificación Arancelaria

- Capítulo 08 del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías: "Frutas o frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías"

- Melones frescos: 0807.19.00.00

- Melones congelados: 0811.90.00.90

II. CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN

A. Cantidad de Empresas

Cantidad de productores: 26 empresas¹

Cantidad de empresas exportadoras: 24 empresas²

Cantidad de empresas exportadoras a los EE.UU: 16 empresas³

B. Características de las Empresas

B.1 Empleo y tamaño de las empresas

Se estima que el empleo directo generado por la producción y la exportación de melón en Costa Rica asciende a 20 mil personas aproximadamente. Estudios determinan que se requieren dos empleados por hectárea en promedio para atender una plantación de esa fruta.

Mucho de este empleo es temporal, pues el cultivo es estacional; se siembra a partir de octubre y la cosecha se inicia en diciembre y se extiende hasta mayo. Dentro de estos meses, en algunas zonas, se siembran dos cosechas de melón en un mismo campo. La cosecha de la primera siembra se lleva a cabo en el período comprendido entre diciembre y febrero y la segunda, entre febrero y mayo.

Datos de PROCOMER determinan que de la mano de obra empleada en la producción del melón y su preparación para exportarlo el 67% es masculina, mientras que el restante 33% pertenece al género femenino; el empleo se da principalmente en los campos de producción, plantas empacadoras y viveros. La mayoría de las empresas exportadoras están catalogadas por PROCOMER PYMES.

B.2 Ubicación y áreas de siembra

Las principales zonas de producción en Costa Rica son la Región Chorotega (Guanacaste) y la Región del Pacífico Central (Puntarenas).

¹ Cámara Nacional de Productores y Exportadores de Melón y Sandía de Costa Rica

² Mayores a \$200, año 2002. Fuente: PROCOMER

³ Fuente: PROCOMER

Datos de la Cámara de Meloneros determinan un área total cultivada de melón y sandía para la exportación, en la temporada 2002 - 2003, de 9.379 hectáreas, incluidas primera y segunda cosecha. La producción estimada a partir de esa área es de 239.628 toneladas métricas.

La Región Chorotega reportó un área de 6.748 hectáreas, para una producción total estimada de 174.268 toneladas métricas.

Por su parte, la Región Pacífico Central confirmó un área de 2.631 hectáreas y se estimó la producción en 65.360 toneladas métricas.

C. Procesos Tecnológicos

C.1 Insumos

Como resultado de la información recopilada mediante entrevistas realizadas a las empresas exportadoras de melón, se determinó que los principales insumos utilizados son los que se enumeran en seguida.

- **Semilla:** producto importado principalmente de España y de los Estados Unidos y en menor proporción de Tailandia.
- **Plástico para cubrimiento:** producto de fabricación nacional, con resinas importadas de los EE.UU. También se utiliza plástico importado de Guatemala, Israel y España.
- **Agroquímicos:** productos comprados en el mercado local, o en su defecto, importados directamente por el productor-exportador, entre ellos se pueden citar: fertilizantes, fungicidas, insecticidas y bactericidas. La actividad de exportación de melón utiliza también algunos agroquímicos para el control de malezas, que son comprados en el mercado local.
- **Cinta de riego:** uno de los insumos más utilizados; se importa principalmente de Israel; también se compra en los EE.UU.
- **Cajas de cartón:** producto utilizado para el empaque. Puede ser importado o adquirido en el mercado nacional, La materia prima para la fabricación de las cajas se importa principalmente de los EE.UU. En el caso de las empresas que importan las cajas ya fabricadas la compran en España, debido a razones de cumplimiento del diseño y de los estándares de calidad aplicables en Europa.
- **Otro material de embalaje:** entre estos insumos se citan las bolsas plásticas, los esquineros para cajas, el fleje y las grapas y se adquieren en el mercado nacional.
- **Tarimas de madera:** producto nacional de plantaciones de madera, principalmente de "gmelina".
- **Maquinaria agrícola y repuestos:** maquinaria y repuestos correspondientes que se importa de diferentes países, principalmente Estados Unidos, Brasil, Alemania e Inglaterra.

C.2 Proceso de producción

El proceso de producción consta básicamente de los siguientes pasos esenciales:

- Preparación del terreno y encamado.
- Siembra directa por semillas o por transplante.
- Fertirrigación por medio de riego por goteo.
- Fumigación principalmente con maquinaria agrícola para el control de plagas y enfermedades. También se realizan aplicaciones manuales de algunos agroquímicos.
- Cosecha (56 a 65 días después de la siembra).
- Limpieza, selección, enfriamiento y empaque de la fruta.
- Transporte refrigerado y exportación de la fruta.

III. MERCADO

A. Intercambio Comercial

EE.UU. es el principal mercado para el melón de Costa Rica. En segundo lugar están los países de la Unión Europea. En los últimos cinco años, el valor de las exportaciones registradas hacia el mercado de estadounidense aumentó en alrededor de 41%, pasando de 32.7 millones de dólares en 1998 a 55.8 millones de dólares en el 2002, tal y como se aprecia en el Cuadro 1. No se registran importaciones representativas de melones de EE.UU. a Costa Rica.

El comercio intrarregional de este producto parece ser casi nulo debido a que todos los países producen melón, pero también puede ser por la alta incidencia en el costo final que tiene el material de empaque y el flete, razón por la que las estadísticas del intercambio comercial no registran movimiento.

CUADRO 2.INTERCAMBIO COMERCIAL DEL MELÓN

Producto: Melón (080719)
Costa Rica: Intercambio Comercial con Estados Unidos
(en miles de US\$)

	1998	1999	2000	2001	2002
EXPORTACIONES	32 741.32	32 947.27	39 454.16	57 937.70	55 817.35
IMPORTACIONES	10.56	N/E	5.04	7.70	8.63

Producto: Melón (080719)
Estados Unidos: Intercambio Comercial con Centroamérica
(en miles de US\$)

	1998	1999	2000	2001	2002
EXPORTACIONES	13.64	22.98	47.06	7.70	8.63
IMPORTACIONES	995 696.74	103 195.01	121 888.28	134 744.21	153 298.78

Fuente: Área de Comercio y Agronegocios del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) con base en *Magic* de CEPAL.

B. Características del Mercado de Melón en EE.UU.

Datos obtenidos del Servicio de Información del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (Melón Market Development) indican que el consumo per cápita⁹ de melones en ese mercado aumentó alrededor de 24% en el periodo 1990 – 2000; el mayor incremento se observó en la variedad cantaloupe. Durante el periodo 2001 - 2002 este aumento se reflejó en producción interna, que mostró un importante crecimiento del 15,8%, contrario a la importación que disminuyó en un 5,8%.

Es de hacer notar que las ventas de melón de Costa Rica no compiten con la producción local de los EE.UU., ya que se exporta en la llamada ventana, es decir, cuando por condiciones del clima frío (estación de invierno e inicio de la primavera) no hay producción. Esta ventana se extiende desde noviembre hasta mediados de mayo, periodo que coinciden con la totalidad de las exportaciones de melón a ese país.

⁹ Las razones que se dan para este aumento son el incremento en el ingreso, la mejora en la calidad, la disponibilidad durante todo el año, razones relacionadas con la salud, las promociones y la publicidad, la disponibilidad en puntos de compras y restaurantes y la presentación en cortes en porciones o preempacados.

Este mercado muestra grandes fluctuaciones de precios, lo que a menudo afecta a los productores - exportadores de esta fruta. Existen diferencias que se dan principalmente por la oferta y la demanda, pero también por diferencias en los mercados como *New York* y *Los Ángeles* que reportan precios más altos que *Miami* o *Philadelphia*; diferencias que muchas veces tienen que ver con la proximidad a los centros de producción.

El principal abastecedor de melón fuera de temporada para el mercado estadounidense es México seguido por Costa Rica. Otros suplidores muy importantes son Guatemala y Honduras.

IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

A. Marco Legal

Las empresas exportadoras de melón del país no utilizan ningún régimen especial de exportación debido a que no existe un sistema de incentivos que se adecue a la naturaleza de la actividad, por lo que se clasifican dentro de la modalidad de exportación definitiva.

No obstante, para generar una mayor rentabilidad, las empresas utilizan sistemas internos que las exoneran del pago de ciertos tributos como algunos impuestos de importación y el impuesto sobre las ventas mediante las modalidades que seguidamente se señalan.

- a) Exoneración de tributos y sobretasas a la importación de maquinaria, equipo e insumos para la actividad agropecuaria (Reglamento al Artículo 5 de la Ley 7293).
- b) Mecanismo de compras autorizadas de la Dirección General de Tributación Directa

Cabe notar que estos mecanismos están abiertos a todo el sector exportador agropecuario costarricense. Mediante este sistema, si alguna empresa es fabricante o productora de mercancías exentas (mercancías que por ley no deben pagar impuestos) o es exportadora, puede solicitar una autorización para efectuar compras de bienes o servicios sin pagar previamente el impuesto general sobre las ventas o el impuesto selectivo de consumo.

B. Régimen Arancelario

Actualmente la importación de melón está libre del pago de impuestos (0% arancel) debido a que los exportadores gozan de libre ingreso al mercado de EE.UU. mediante los beneficios ofrecidos por los tratados y sistemas siguientes:

a) El SGP O *Generalized System Preferences*.

b) La ICC.

En el caso del arancel centroamericano aplicado por Costa Rica para sus importaciones el melón está gravado con el 15% (14% de derechos arancelarios a la importación y 1% por concepto de la Ley 6946).

C. Requisitos no Arancelarios

C.1 Medidas sanitarias y fitosanitarias

Los productores locales deben cumplir con el uso de pesticidas autorizados y los intervalos a cosecha para poder cumplir con los requisitos de residuos máximos establecidos. Asimismo, existe en Costa Rica un programa de certificación para evitar que vayan insectos en los contenedores de fruta. La presencia de insectos considerados accionables al arribo de la fruta a los Estados Unidos son causal para la fumigación de la carga, y en caso de considerarse necesario su rechazo.

Presentación del Certificado Fitosanitario de Exportación

El Certificado Fitosanitario de Exportación es el documento oficial otorgado por la Gerencia Técnica de Exportaciones del MAG, según el diseño o modelo establecido por la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF), en el que se atestigua sobre la situación fitosanitaria de cualquier envío sujeto a reglamentaciones de ese tipo.

Su fundamento legal es la Ley de Protección Fitosanitaria No 7664.

- Exigencias sobre el tratamiento y presentación del producto y registro de las plantas de empaque del melón

Entre los aspectos señalados por la ley se citan:

- Requisitos técnicos para emparadoras de productos vegetales de exportación
- Procedimientos para la exportación de plantas y productos vegetales en punto de salida terrestre o fluvial
- Requisitos técnicos para la exportación de plantas y productos vegetales en punto de salida marítimo
- Procedimientos para la inspección y certificación en finca o lugar de empaque de los productos vegetales de exportación
- Requisitos técnicos para empaques y medios de transporte de plantas y productos vegetales de exportación

El fundamento legal es la Ley de Protección Fitosanitaria No 7664.

- Intensificación de las inspecciones de las mercancías

V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN

El melón es un producto importante dentro de las exportaciones no tradicionales de Costa Rica; en los últimos años ha generado ingresos de divisas por valores superiores a los cincuenta millones de dólares. Constituye la fuente de ingreso de más de veinte mil personas al generar empleos directos tanto en la actividad de producción agrícola como en el proceso de empaque. Es, además, una fuente de ingresos para los proveedores de insumos nacionales, servicios de transporte, comunicaciones y otros.

EE.UU. es el mercado más importante para este producto; por eso, en las negociaciones del TLC entre los países del istmo centroamericano con esa nación, los exportadores nacionales deben recibir un buen tratamiento.

Una característica importante del comercio de este producto es que en la mayoría de los casos existen alianzas entre las empresas distribuidoras en los EE.UU. y los exportadores en Costa Rica. Por ello, se realizan inversiones conjuntas y se financian parte de las operaciones de producción y comercialización, lo que hace que la actividad interese a ambos países.

Algunos de los aspectos más importantes para este producto en el TLC que se negocia son los que seguidamente se señalan.

A. Acceso al Mercado

A.1 Tratamiento arancelario

La preferencia arancelaria de la que se benefician las exportaciones de melón se otorga en virtud de esquemas unilaterales que son revisados periódicamente y que contienen condiciones para su uso. No obstante, estas preferencias han permitido, que al no ingresar el producto pagando aranceles de importación, se pueda incrementar el volumen de la oferta y puedan obtenerse beneficios de esta actividad, máxime si se toma en cuenta el riesgo implícito en un mercado tan fluctuante en precio.

En consecuencia, es apropiado esperar que en el TLC negociado se mantenga el acceso libre de arancel de importación para el melón fresco o procesado. Este tratamiento puede darse en ambas vías, con lo que se eliminaría el 15% de impuesto arancelario a la importación; ya que se considera que existe ventaja en la producción de este bien por parte de Costa Rica y los países de la región sobre la producción de los EE.UU.

La estabilidad del acceso libre de arancel, ayudaría a mantener el crecimiento que se ha observado en esta actividad y abastecer, de manera regular, el mercado de EE.UU.; eso sería un elemento que justificaría la inversión en mejoras tecnológicas a la producción.

De no darse esta condición de libre acceso, Costa Rica y los demás países centroamericanos se verían en una situación de clara desventaja ante sus otros competidores en esta "ventana", principalmente México y República Dominicana.

A.2 Norma de origen

Debido a que este producto se consume preferiblemente fresco y a la vez, es altamente perecedero, no se observa la práctica de reexportación. Por lo tanto, el origen del producto que se comercialice deberá ser cultivado en un país socio del TLC.

En relación con las presentaciones de productos previamente cortados y congelados también deberían proceder de un país que realiza ese proceso.

B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad

Aún cuando en la investigación realizada, los exportadores no consideran que las normas exigidas en cuanto a sanidad e inocuidad de este producto representen problema serio a la exportación, se deberá continuar con su estricta aplicación para cuidar la calidad del producto en el mercado, excepto el costo adicional que implicará el uso de tarimas previamente certificadas a partir de enero del año 2004.

C. Normas Técnicas y Procedimientos

Existe preocupación por el cumplimiento de la nueva Ley de Seguridad y Bioterrorismo aprobada en febrero del 2003 por las autoridades de EE.UU., pues se teme que ocasione costos adicionales, demoras en las aduanas de destino y trámites burocráticos que afecten el libre comercio. Tanto para esta nueva ley y su reglamentación como para todos los requisitos aduaneros y técnicos, el TLC deberá procurar acuerdos que garanticen que no se convertirán en obstáculos para el comercio.

Esto significará apego estricto a las reglamentaciones, no dejar a la discrecionalidad burocrática la aplicación y tramitación y evitar la discriminación entre empresas o países. Adicionalmente, será necesario la asesoría y cooperación para el conocimiento de los procedimientos actuales y nuevos que facilite su cumplimiento por parte de los exportadores.

Resumen de los Objetivos de la Negociación

0807.19.00.00	Melón fresco
Acceso al mercado Tratamiento arancelario	Libre comercio con cero arancel
Norma de Origen	Cultivado en el país exportador
Medidas Sanitarias	Evitar la discrecionalidad y procurar su cumplimiento con la debida asistencia
Normas Técnicas	Evitar atrasos, discrecionalidad y discriminación Proporcionar la asistencia y la información a tiempo Asistencia técnica para cambios en tecnología de producción para reemplazar insumos prohibidos

SUBSECTOR COSTARRICENSE DE JUGO DE NARANJA



I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

A. Descripción

Sector: agroindustrial

Nombre del producto: jugo concentrado de naranja

Descripción: el jugo concentrado de naranja es el producto que se obtiene cuando se elimina parte del agua al jugo de naranjas maduras no fermentadas de la especie *Citrus sinensis*.

B. Clasificación Arancelaria

El jugo concentrado de naranja se clasifica arancelariamente en el capítulo 20 del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías: "Preparaciones de Hortalizas, Frutas u Otros Frutos o Demás Partes de Plantas"

- Jugo concentrado de naranja: 2009.19.10.00

II. CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN -

A. Cantidad de Empresas

Productores de naranja: 1 000 productores aproximadamente¹⁰

Productores de jugo concentrado de naranja: 10 empresas¹¹

Cantidad de empresas exportadoras: 8 empresas¹²

Cantidad de empresas exportadoras a los EE.UU. 4 empresas¹³

¹⁰ Dato proporcionado por las empresas exportadoras

¹¹ Dato Proporcionado por el IICA

¹² Mayores a \$200. Fuente PROCOMER

¹³ Fuente: PROCOMER

A nivel mundial, Costa Rica juega un papel importante en la producción de naranja orgánica. Aproximadamente se siembran 20 000 hectáreas bajo esta modalidad, lo cual genera grandes beneficios al país.

El área plantada se incrementó rápidamente a inicios de los años noventas, ya que pasó de 10 575 hectáreas en 1990 a 22 500 hectáreas en 1995.

La mayoría de las naranjas producidas en Costa Rica son procesadas en jugo concentrado de naranja. De acuerdo con la información recabada, el total de jugo congelado y jugo concentrado de naranja que se exporta es de 41 292 MT o cerca de 57.5 millones de galones, valorado en \$48.2 millones durante el año 2000.¹⁴

Durante ese año hubo un importante aumento en el volumen de producción, que obedeció principalmente a la etapa de producción en que se encontraban los árboles y al uso de tecnología adecuada, al mejor conocimiento de la actividad y a los requerimientos climatológicos de esa actividad¹⁵.

B. Características de las Empresas

B.1 Empleo y tamaño de las empresas

Las empresas productoras de jugo concentrado de naranja tienen la característica de que compran su materia prima a productores nacionales y de la región centroamericana. Sus plantas de procesamiento están ubicadas en zonas rurales y las administrativas se encuentran en el Valle Central. Son consideradas empresas medianas.

La producción esperada en árboles existentes es de 450 000 toneladas métricas; existen árboles que permitirán triplicar el volumen de fruta procesada y, como consecuencia, triplicar la producción y las exportaciones. El valor de la inversión agrícola una vez que los árboles existentes sean adultos, llegará a US\$131 250 000.00.

Existen más de 2000 empleos directos, cifra que aumenta en la época de la cosecha de la fruta. Cuando se desarrollen los árboles existentes se generarán 3 975 empleos a tiempo completo.

Se estima que más que 5000 familias costarricenses dependen directa o indirectamente del sector y en su mayoría son de zonas rurales y de bajo ingresos.

¹⁴ *Foreign Agricultural Service/USDA*

¹⁵ Ing. Sergio Hernández, Gerente Programa Nacional de Naranja, MAG.

La actividad cítrica es de gran importancia económica y social, tanto por el aporte al producto interno bruto, como por los empleos que genera en las actividades de producción, cosecha y procesamiento.

B.2 Ubicación y áreas de siembra

Al igual que el café, la citricultura es factible a partir de muy pocos árboles; sin embargo, a diferencia del café, además de las tierras altas, muchas tierras bajas son factibles para la producción de cítricos. Es, por lo tanto, un sustituto natural para el cultivo del café en áreas marginales, así como para tierras bajas poco fértiles en la Zona Norte del país; por eso, representa una oportunidad que Costa Rica no puede desaprovechar.

El sector comercial cítrico está ubicado en la Zona Norte (Alajuela y Guanacaste), pero también hay muchos pequeños productores que dependen de esta actividad en la Zona Sur, región que tiene graves problemas sociales y económicos, los que pueden ser solucionados en gran medida por el auge que tome la actividad cítrica.

El sector cítrico creció en la Zona Norte, en la región fronteriza con Nicaragua, a ambos lados de la línea que separa a ambos países. La zona sigue siendo una prioridad para el desarrollo nacional, ya que procura más estabilidad y bienestar social en el área y reducir la inmigración hacia el Valle Central.

C. Procesos Tecnológicos

C.1 Insumos

El único insumo de producción son las naranjas (materia prima), de las cuales se extrae el zumo, que se obtiene mediante un procedimiento mecánico de naranjas maduras y en buen estado.

C.2 Procesos de producción

La naranja es sembrada y cosechada en la región centroamericana.

En resumen el proceso productivo es el siguiente:

- Pesaje de los camiones al llegar a la planta, el producto se vacía y se determina por diferencia la cantidad de materia prima ingresada en los silos.
- Ingreso de las naranjas a la planta por medio de bandas transportadoras.
- Extracción del jugo de las naranjas en máquinas extractoras y se pela la naranja. Por diferencia de peso entre el jugo y el resto de la fruta se obtiene el rendimiento.
- Succión del aire al hacer pasar el jugo por un pulmón vacío.

- **Concentración**, este procedimiento consiste en la separación física del agua de los sólidos solubles de la naranja; se realiza por medio de concentradores o evaporadores a base de calor.
- **Eliminación de parte del agua, el aceite y el sabor.**
- **Enfriamiento a temperatura adecuada en tanques de refrigeración.**
- **Traslado.** El jugo concentrado es transportado a granel mantenido a temperatura adecuada hasta su destino final.

III. INFORMACIÓN DEL MERCADO Y ESTADÍSTICAS DE INTERCAMBIO COMERCIAL

A. Intercambio Comercial

El principal destino de exportación del jugo concentrado de naranja de Costa Rica es Estados Unidos, con un valor FOB en US\$36 360 482 en el 2002. Otros destinos de exportación son Puerto Rico, Holanda y Panamá.

El valor total de las exportaciones de este producto en el 2001 fue de US\$33 717 971.

EE.UU. es el segundo productor de cítricos del mundo pero no logra abastecer sus necesidades, por lo que México y Costa Rica se han convertido en sus principales proveedores. De manera que las importaciones de este producto son del interés del consumidor como de los procesadores, pues no representan desplazamiento de producción.

Alrededor del 50% de la fruta estadounidense produce un jugo de color amarillo, mientras que las naranjas nacionales presentan una coloración predominantemente anaranjada. Para cumplir con condiciones de comercialización, EE.UU. necesita jugo de buen color por lo que mezcla su producción con la importada de Costa Rica y México. En este aspecto nuestro país suple el producto de mejor color.

Otros de los motivos fundamentales que permite que la exportación hacia EE.UU. sea más competitiva, son el bajo costo del transporte del producto y la ventaja arancelaria comparada con otros suplidores como Brasil.

CUADRO 3. INTERCAMBIO COMERCIAL DEL JUGO DE NARANJA
Producto: Jugo concentrado de naranja (2009.1)
Costa Rica: Intercambio Comercial con los Estados Unidos
(en miles de US\$)

	1998	1999	2000	2001	2002
EXPORTACIONES	2 695.35	3 294.47	2 569.80	2 701.19	5 046.26
IMPORTACIONES	31 718.69	17 898.66	45 200.08	38 589.30	40 077.72

Producto: Jugo Concentrado de naranja (2009.1)
Estados Unidos: Intercambio Comercial con Centroamérica
(en miles de US\$)

	1998	1999	2000	2001	2002
EXPORTACIONES	27 759.12	16 461.32	39 897.51	33 717.97	36 360.48
IMPORTACIONES	281.97	603.16	783.95	901.93	814.95

Fuente: Área de Comercio y Agronegocios del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) con base en *Magis* de CEPAL

CUADRO 4. VOLUMEN EXPORTADO DE JUGO DE NARANJA

Distribución porcentual del volumen exportado de jugo de naranja, según destino. enero-diciembre	
EE.UU.	61%
Holanda	35%
Centro América	3%
Puerto Rico	1%

B. Características del Mercado del Jugo Concentrado de Naranja en Estados Unidos

La industrialización del jugo de naranja se inició en la década de los cuarentas del siglo pasado y 15 años después, en los EE.UU. jugo procesado alcanzó 44% del consumo. Las principales zonas de producción se encuentran en el estado de La Florida.

En años recientes, Brasil se convirtió en el primer productor mundial de naranjas desplazando a EE.UU., como el primer exportador de jugo concentrado con el 84.8% del mercado mundial.¹⁶

Actualmente, el 52.9% del consumo per cápita en frutas y el 53.4% per cápita en hortalizas en EE.UU. corresponde a procesados, jugos y deshidratados, entre otros, aunque se espera que la composición cambie por el rápido incremento del consumo de frutas y vegetales frescos. Los procesados más importantes por su consumo son los jugos de frutas.

Los jugos de mayor demanda son el de naranja, con un consumo per cápita de 5.83 galones/año, seguido del jugo de manzana (1.85 galones/año) y el de toronja (0.66 galones/año), que presenta una tendencia hacia el alza.

CUADRO 5. CONSUMO DE JUGOS EN EE.UU.

CONSUMO DE JUGOS (Galones persona/año)	
Naranja	5.83
Manzana	1.85
Toronja	0.66
Uva	0.35
Piña	0.31

EE.UU. es un importante productor de cítricos, entre ellos la naranja con un área de cosecha de 328 969 hectáreas y una producción de 11.7 millones de toneladas en el 2000, producción que ha presentado una tasa de aumento de 4.7% como promedio anual.

Además de la producción de EE.UU., el principal competidor en el mercado de jugo concentrado de frutas es Brasil; le sigue México con un crecimiento importante provocado por la recuperación de los precios de este producto. A pesar de que EE.UU. ha aumentado y prevé aumentar sus exportaciones de jugo concentrado de naranja, sus importaciones crecen a un ritmo de 5% anual (*World Horticultural Trade and Export Opportunities*).

¹⁶ Fuente: Agronegocios, disponible en Internet

CUADRO 6. PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTOS DE NARANJA

Países Seleccionados (2000)

País	Producción (t)	Rendimiento (kg/ha)
Mundo	66 054 079	17 348
Brasil	22 744 604	22 562
EE.UU.	11 896 000	35 956
China	3 507 509	9 809
México	3 390 371	10 375
Italia	2 268 592	21 298

Fuente: FAO, 2001

CUADRO 7. PRINCIPALES EXPORTADORES DE NARANJAS Y JUGOS (1999)

País	Fruta (t)	Concentrado (t)	Diluido (t)
Mundo	4 217 663	1 376 503	2 075 583
Brasil	103 086	1 168 135	8 671
EE.UU.	258 479	90 776	316 557
España	1 223 358	29 992	129 561
Italia	88 946	2 785	31 577

Fuente: FAO, 2001

IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

A. Marco Legal

Para generar mejores utilidades, algunas de las empresas gozan de los incentivos que otorga el régimen de zona franca para la exportación; las demás empresas se clasifican dentro de la modalidad de la exportación definitiva.

B. Régimen Arancelario

El jugo concentrado de naranja está libre del pago de impuestos a la importación (0% arancel) debido a que los exportadores gozan de libre ingreso al mercado de los EE.UU. mediante el beneficio que se menciona enseguida.

- La Ley para la Recuperación Económica de la Cuenca del Caribe (*Caribbean Basin Economic Recovery Act of 1983*) y la Ley de Asociación Comercial de la Cuenca del Caribe (*Caribbean Basin Trade Partnership Act 2000*), conjuntamente conocidas como el ICC o CBT.

El arancel para “nación más favorecida” (NMF) del jugo concentrado de naranja en Estados Unidos es de 7.85 centavos de dólar por litro.

No obstante, el estado de La Florida, uno de los mayores productores de naranjas y jugo concentrado de EE.UU., aplica a las empresas exportadoras de cualquier parte del mundo un impuesto mediante la Ley de *Equalization Tax of Florida*.

El dinero del impuesto, que suma unos US\$4.5 millones por año, se dirige al Departamento de la Florida de la Fruta Cítrica para la Comercialización e Investigación. El impuesto fue creado hace aproximadamente 30 años después de que los productores de La Florida se quejaron porque los importadores no ayudaban a pagar la comercialización.¹⁷

El impuesto es de 2,75 centavos por el galón de jugo y se prevé que se incremente en cerca de 78 centavos por galón en el futuro.

Brasil y otros países exportadores así como los importadores han reaccionado ante este impuesto, considerado como ilegal. Brasil ha elevado la situación hasta el órgano de solución de controversias de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

C. Requisitos no Arancelarios

- Leyes y disposiciones de etiquetado de los EE.UU.
- Implementación de nuevas regulaciones de seguridad.

La Ley contra el Bioterrorismo de EE.UU. que incluye un gran número de disposiciones que contribuyen a preservar la seguridad de ese país.

Las normativas se aplican a todas las instalaciones, para todos los productos de alimentación humana y animal regulados por la Agencia para la Administración de Drogas y Alimentos (FDA), incluidos los suplementos dietéticos, las leches maternizadas, las bebidas y los aditivos alimenticios.

- Certificaciones de maderas

La Comisión Interna de Medidas Fitosanitarias aprobó la norma NIMF-No.15 “Directrices para reglamentar el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional” que será aplicable a todos los países del mundo, para todas las

¹⁷ *Saint Petersburgs Time*

especies maderables y para todas las empresas productoras de material de embalaje de madera. Esta norma entrará en vigencia en el segundo semestre del 2003.

C.1 Medidas sanitarias y fitosanitarias

Para el jugo de naranja se presentan las siguientes exigencias:

- Requisitos sobre el tratamiento y presentación del producto y registro
- Inspecciones de las plantas
- Certificación de las tarimas de madera

Otros requisitos que se deben cumplir

- Requisitos técnicos para empacadoras de productos vegetales de exportación
- Procedimientos para la exportación de plantas y productos vegetales en punto de salida terrestre o fluvial
- Procedimientos para la exportación de plantas y productos vegetales en punto de salida marítimo
- Procedimientos para la inspección y certificación en finca o lugar de empaque de los productos vegetales de exportación
- Requisitos técnicos para empaques y medios de transporte de plantas y productos vegetales de exportación

El fundamento legal es la Ley de Protección Fitosanitaria No 7664.

V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN

El incremento del área sembrada de naranja en Costa Rica, a pesar de la sobreproducción mundial, se debe a que ha demostrado internacionalmente que su jugo de naranja es calidad "A", lo cual permite que la fruta no tenga problemas de mercado. Aunado a ello, la fase de industrialización en el país se ha consolidado, por lo que la naranja industrializada reúne las condiciones adecuadas para su comercialización¹⁸.

A. Acceso al Mercado

A.1 Tratamiento arancelario

El libre acceso de este producto al mercado de Estados Unidos otorga una ventaja competitiva frente a las importaciones de otras partes del mundo y frente a la

¹⁸ Proyecto UNCTAD/FIELD, *Building Capacity for improved Policy Making and negotiation on Key Trade and Environment Issues*- Productos prioritarios identificados por Costa Rica para trabajar en el tema de acceso a mercados. Página 6

competencia interna; por lo tanto, es muy importante que se mantenga esta condición.

No obstante, hay que considerar con mucho cuidado las importaciones que realiza Centroamérica de ese mismo producto desde Estados Unidos y que pueden, de alguna manera, desplazar las exportaciones intrarregionales. Es necesario ponderar la relación de competitividad de la producción nacional en el istmo y los volúmenes que pudieran verse afectados.

La citricultura es una industria incipiente en Costa Rica; está muy lejos de lograr las economías de escala que esta industria necesita. La imposición de un arancel a la importación, destruiría este sector sin esperanzas de rehacerlo en un futuro, llevaría a la quiebra total del sector citrícola, provocaría el desempleo de los miles de costarricenses, el decrecimiento de las zonas menos desarrolladas y la escasez de fuentes de trabajo, así como la aparición de graves problemas sociales.

A.2 Normas de origen

El proceso productivo debe conferir el origen del jugo concentrado de naranja. Asimismo, se solicita que las naranjas producidas en la región centroamericana sean consideradas como originarias del lugar en donde se procesa el jugo concentrado de naranja.

A.3 Medidas no arancelarias

Se requiere un pronunciamiento en contra de la Ley de *Equalization Tax Florida* por considerarse discriminatoria y un obstáculo técnico al comercio.

B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad

Al igual que en otros jugos y productos alimenticios, las normas sanitarias y de inocuidad son de fundamental importancia para garantizar la calidad del producto final y la preferencia del consumidor. Por ello, es de interés para los exportadores mantener el más alto estándar en la producción y manipulación de este producto.

Sin embargo, las normas de sanidad e inocuidad no deben constituirse en una limitación para el comercio, por lo que deberán seguir estrictamente las exigencias científicamente probadas como necesarias para su conservación.

C. Normas Técnicas y Procedimientos

Se manifiesta preocupación por la implementación de la nueva Ley de Bioterrorismo de EE.UU.; se prevén mayores atrasos en la entrega de la mercancía. Es importante garantizar que la aplicación de esta ley no constituya un obstáculo al comercio.

Resumen de los Objetivos de Negociación

2009.11.00.10	Jugo Concentrado de Naranja
Acceso al mercado Tratamiento arancelario	- Libre comercio con cero arancel -Eliminación del <i>Equalization Tax Florida</i>
Norma de Origen	El proceso productivo debe conferir el origen, basándose en la acumulación regional para la materia prima
Medidas Sanitarias	Procurar el cumplimiento de las leyes y reglamentos en forma expedita y con bases científica
Normas Técnicas y procedimientos	Evitar atrasos, discrecionalidad y discriminación en la aplicación de la nueva ley de bioterrorismo.

SUBSECTOR COSTARRICENSE DE FLORES



I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

A. Descripción

Sector: agrícola

Nombre corriente: flor

En Costa Rica existe una gran variedad de flores caracterizadas por sus brillantes colores y su exótica belleza. Dentro de las principales tenemos: begonia, clavel, crisantemos, dalia, gardenia, geranio, gerbera, gladiolo, hortensia, jacinto, *Lilium* sp., orquídea, rosa y tulipán.

B. Clasificación Arancelaria

-Capítulo 06 del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías: "Plantas Vivas y Productos de la Floricultura"

- Flores frescas: 060310

Entre las principales flores cultivadas están las aves del paraíso (de la partida arancelaria 0603105000), anturios (partida 0603109700), ginger (0603104000), orquídeas (0603109500), heliconias (0603109800), rosas (0603101000), tulipanes, calas y girasoles (de la partida 0603109990), crisantemos (0603103000) y aster (0603109910). Además de estas, actualmente se producen otros tipos de flores como *Alpina*, *Ananas*, *Costus*, *Agapanthus*, *Gerbera*, *Iris*, *Limonium*, entre otras.

II. CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN

A. Cantidad de Empresas

Los registros de PROCOMER muestran la siguiente información.

Cantidad de empresas exportadoras: 87 empresas

Cantidad de empresas exportadoras a los Estados Unidos: 66 empresas

B. Características de las Empresas

B.1 Empleo y tamaño de las empresas

De las 87 empresas exportadoras de flores, un 76.6% emplea a menos de 100 empleados promedio. Esto quiere decir que califican como pequeñas y micro empresas. Además, 81 exportan menos de US\$1 millón.

Por otro lado, del total de empleados que laboran en esas empresas, un 24% son mujeres mientras que un 76% son hombres.

B.2 Ubicación y áreas de siembra

Las flores son cultivadas entre bosques lluviosos, ríos, volcanes con un amplio rango de micro climas.

Las principales zonas de Costa Rica en donde se cultivan las que se exportan corresponden a la Región Atlántica y a la Región Central, principalmente en las zonas de Guápiles, Guácimo, Alajuela y Cartago. El área de Fraijanes, por ejemplo, es óptima para la producción de claveles miniatura, rosas y gipsofilas, mientras que en la zona de Paraíso, caracterizada por su nubosidad y vientos considerables, los productos más frecuentes son claveles estándar, rosas europeas (visa), los pompones de almohadón (polaris) y gipsofilas. Otras de las zonas donde se cultivan las flores son: Llano Grande, San José de la Montaña, Zarcero, Rancho Redondo y Coronado.

En nuestro país, la floricultura es una actividad que cubre cerca de 842 hectáreas cultivadas y proporciona trabajo a unas 2 110 personas aproximadamente.

C. Procesos Tecnológicos

C.1 Insumos

La mayoría de los insumos utilizados para el cultivo de las flores son de origen nacional. Los principales insumos, según las encuestas realizadas, son los que se nombran continuación.

- **Esquejes (planta pequeña):** se importan de varios lugares.
- **Agroquímicos:** su origen es nacional como, por ejemplo, abonos, fungicidas, insecticidas y otros.
- **Semillas:** tienen origen nacional.
- **Cajas de cartón:** pueden ser nacionales o importadas.
- **Plástico para cubrimiento:** su origen es nacional.

- **Gomas o pegamentos:** productos nacionales.
- **Gorros y bolsas plásticas:** productos nacionales.
- **Cuchillos:** productos nacionales.

C.2 Proceso de producción

Los principales pasos para el cultivo de las flores son los que se describen seguidamente.

- Preparar el terreno.
- Sembrar las semillas. Este paso puede llevarse a cabo por medio de la polinización directa, el cultivo directo, el cultivo *in vitro* o bien, en un invernadero.
- Cortar las flores una vez cultivadas y desarrolladas.
- Lavar las flores.
- Seleccionar las que serán objeto de exportación.
- Empacar.
- Exportar.

III. MERCADO

A. Intercambio Comercial

CUADRO 8. INTERCAMBIO COMERCIAL DE FLORES

Producto: Flores (060310)
Costa Rica: Intercambio Comercial con los Estados Unidos
(en miles de US\$)

	1998	1999	2000	2001	2002
EXPORTACIONES	18 992.56	19 378.31	19 428.90	14 705.05	15 201.01
IMPORTACIONES	20.24	25.67	11.91	6.76	17.25

Producto: Flores (060310)
Estados Unidos: Intercambio Comercial con Centroamérica
(en miles de US\$)

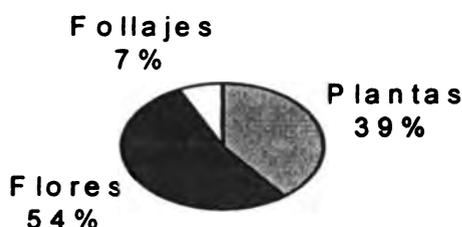
	1998	1999	2000	2001	2002
EXPORTACIONES	152.35	28.22	20.84	18.68	115.50
IMPORTACIONES	26 540.43	25 002.04	24 983.38	18 081.74	18 414.55

Fuente: Área de Comercio y Agronegocios del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) con base en *Magis* de CEPAL

La competencia entre los proveedores extranjeros es intensa; los principales países con los que Costa Rica debe competir son: Colombia, Guatemala, Estados Unidos, Nicaragua, El Salvador, Honduras y Ecuador.

El principal mercado de exportación para Costa Rica es Estados Unidos, al que se destina el 89.6% de las exportaciones. Este mercado cuenta con características propias que lo hace atractivo para los países exportadores de flores. Además, las flores representan, dentro de su sector, el producto que más importa Estados Unidos.

Importaciones de Estados Unidos de plantas, flores y follajes



B. Características del Mercado de Flores en EE.UU.

EE.UU. es el segundo importador mundial de flores cortadas después de Alemania; la mayoría las importa de países en desarrollo.

El principal aeropuerto estadounidense de ingreso para las flores es el internacional de Miami. Por él ingresan aproximadamente más de 11 millones de cajas con 342 000 toneladas anualmente. La gran mayoría de estas flores provienen de América del Sur, especialmente de Colombia. Las que ingresan por el Aeropuerto Internacional John F. Kennedy de Nueva York son exportadas en su mayoría por Holanda y entre ellas sobresalen los tulipanes, que llegan en la primavera. Pero hay otros países que transportan flores por este aeropuerto, por ejemplo, Israel, Sur África, Tailandia, Australia y Nueva Zelanda.

Casi la mitad de las flores que ingresan por el Aeropuerto Kennedy va directo a la ciudad de Nueva York; el resto se distribuye en el noreste del país.

En Estados Unidos, el consumo de flores cortadas por habitante es bajo en comparación con la mayoría de los países europeos; sin embargo, ha aumentado considerablemente.

Las flores más vendidas en volumen son las rosas, seguidas por los claveles y los crisantemos; no obstante, aumenta más la demanda por una gama más amplia

de otras flores. Las preferencias de los consumidores en cuanto a color dependen de la moda, de las diferentes estaciones del año y de la ocasión.

En los Estados Unidos, la producción de flores recibe apoyo promocional por medio de una institución llamada "Promo Flor National", que establece un presupuesto anual para su labor y realiza actividades diversas.

IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

A. Marco Legal

Las empresas costarricenses que exportan flores lo hacen por medio de dos regímenes de exportación. El primero de ellos y el más utilizado es el de exportación definitiva y el otro es por medio del régimen especial de zonas francas, gracias al cual las empresas gozan de exoneración para el pago del impuesto de la renta.

Además, algunas de estas empresas, especialmente las que no participan de los incentivos del régimen de zona franca, poseen otro tipo de beneficios o incentivos obtenidos por los siguientes mecanismos:

- Compras autorizadas por la Dirección General de Tributación Directa.
- Exoneración de tributos y sobretasas a la importación de maquinaria, equipo e insumos para la actividad agropecuaria (Reglamento al artículo 5 de la Ley 7293).

B. Régimen Arancelario

Actualmente, las flores están libres del pago de impuestos a la importación (0% arancel) debido a que las exportaciones gozan de libre ingreso al mercado de EE.UU. mediante los beneficios ofrecidos por los tratados y sistemas siguientes:

- a) SGP o *Generalized System of Preferences*.
- b) ICC.

En Costa Rica las flores importadas deben pagar el 15% de impuesto.

C. Requisitos no Arancelarios

El Servicio de Inspección de Salud Animal y Sanidad Vegetal (APHIS) es el organismo en Estados Unidos que se encarga de otorgar los permisos fitosanitarios a los exportadores de flores y demás productos del sector agropecuario, por lo que también se encarga de llevar a cabo las inspecciones del caso.

Cada año, este organismo inspecciona millones de cajas de flores importadas; esto porque en ocasiones pueden traer plagas y enfermedades, que causarían grandes daños a la industria de la floricultura de EE.UU. De estas especies importadas, hay algunas que requieren permisos emitidos por el APHIS para poder ingresar a ese mercado como *Rhododendron* (incluyendo las azaleas), camelia, gardenia y rosas.

Además, en Estados Unidos cualquier importador de flores debe obtener los certificados fitosanitarios procedentes del país exportador y adjuntarlos a los permisos de importación. De esta manera, las autoridades se aseguran de que las flores han sido examinadas *a priori* en su país de origen, por lo que se encuentran libres de plagas y demás enfermedades. Esta certificación identifica las flores importadas por su nombre científico.

Cuando las autoridades de Estados Unidos encuentran un conjunto de flores con alguna plaga o enfermedad, toman una muestra y la remiten a los especialistas para confirmarla. En caso de que se determine la existencia de insectos que no se conocen o que existe en una limitada distribución de flores en los EE.UU., lo nombran como "accionable". En estos casos, las autoridades estadounidenses proceden a fumigarlas y enviarlas de vuelta al país de origen o bien, las destruyen.

C.1 Medidas sanitarias y fitosanitarias

Este tipo de medidas son, tal vez, las de más peso para las flores y el resto de su sector. Entre ellas encontramos la exigencia, por parte de las autoridades estadounidenses, de aplicar bromuro de metilo como tratamiento cuarentenario para prevenir el ingreso de plagas y enfermedades, lo cual provoca un daño irreversible en el producto.

-Presentación de los certificados fitosanitarios

Estados Unidos exige la presentación de una ficha fitosanitaria que incluya información del certificado fitosanitario, el cual es emitido por el MAG. Además exige la no utilización de químicos "fuertes".

C.2 Obstáculos técnicos al comercio¹⁹

Entre las principales normas técnicas que afectan la entrada de estos productos a EE.UU., se pueden mencionar los requisitos de embalaje, los cuales indican que estos deben ser nuevos, sanitariamente aptos, técnicamente adecuados, homogéneos y resistentes a la manipulación y al transporte. También están los requisitos de rotulación o etiquetado, pues se debe indicar, como mínimo, el

¹⁹ La Ley conocida como de Seguridad y Bioterrorismo de EE.UU. no se aplica a plantas y flores no comestibles.

nombre de la empresa, la fecha de embalaje, la razón social del exportador, el nombre del productor, el origen del producto y el lugar donde fue embalado.

Prohibiciones

No se permite el ingreso de ningún producto enraizado en el medio original de cultivo, incluyendo las plantas sembradas en maceta con tierra o en cualquier otro medio original de enraizamiento; este cambio de medio de cultivo, provoca un daño mecánico al sistema radicular de la planta lo que trae como consecuencia el aumento en los costos de producción y de la comercialización; por esta situación, es que actualmente, se exportan las flores cortadas,

- Presentación del certificado de origen y ficha arancelaria

Generalmente se les exige a los exportadores la presentación de una "ficha arancelaria" que debe indicar si gozan o no de algún acuerdo con ese país o de alguna preferencia unilateral (en estos momentos es nuestro caso).

- Otras restricciones no arancelarias

Además de las restricciones no arancelarias mencionadas, existen otras referentes al tamaño y etapa vegetativa de las flores.

V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN

Si bien, las exportaciones de flores han manifestado una tendencia a la baja en los últimos cinco años, es importante destacar que generan el ingreso de muchas familias, no solo por empleos directos sino como beneficios indirectos a otros suplidores de insumos nacionales y de servicios. El mercado de flores en Estados Unidos es muy competitivo y se requiere de ventajas para poder mantenerse en él, de manera que, estratégicamente, es importante un acceso en condiciones favorables para los productores de flores nacionales.

En comparación con las exportaciones, las importaciones desde Estados Unidos, tanto en Costa Rica como en el resto de los países de Centroamérica, son relativamente bajas, lo que puede indicar un buen nivel de competencia en el mercado nacional y regional.

Con estas consideraciones, los objetivos para este producto en el TLC con Estados Unidos se pueden resumir de la manera siguiente:

A. Acceso al Mercado

A.1 Tratamiento arancelario

No cabe duda de que el beneficio que otorga la ICC de cero arancel para este producto ha permitido el desarrollo de las exportaciones hacia el mercado de EE.UU. El TLC debe consolidar este acceso para que se mantenga y se amplíe la producción de flores en Costa Rica.

A.2 Normas de origen

Debido a que en la producción de flores se utilizan esquejes importados, en algunas ocasiones, para mejorar las variedades y diversificar, es importante que se permita su utilización y que el origen del producto por exportar se determine a partir del cultivo.

B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad

Al ser este producto muy delicado y perecedero, el tiempo que se utilice en inspecciones y trámites al momento de llegar al puerto de destino es determinante para el mantenimiento de su calidad. Por lo tanto, toda exigencia de medida sanitaria debe tomar esto en cuenta.

Además, es necesario buscar tratamientos cuarentenarios alternativos o que se reconozcan aquellas zonas libres de plaga y su equivalencia, con el fin de evitar que ciertas medidas se conviertan en un obstáculo al comercio. También es necesario realizar un inventario de plagas para determinar el riesgo de diseminación y de existencia.

C. Normas Técnicas y Procedimientos

El TLC debe procurar que las normas no se constituyan en obstáculos y remover aquellas que existen y que, sin una base razonable, limitan el comercio; por lo tanto, en el caso de flores se deberá permitir el ingreso de todas las variedades sin excepción y no exigir certificaciones de elementos que pueden ser valorados subjetivamente tales como estándares sociales o ambientales.

Aún cuando el cultivo en Costa Rica cumple todas las normas ambientales y las leyes que regulan el empleo, la no existencia de definiciones precisas en las certificaciones exigidas, puede afectar negativamente el comercio en este producto.

Resumen de los Objetivos de Negociación

0603.10	Flores
Acceso al mercado Tratamiento Arancelario	Libre comercio con cero arancel
Normas de Origen	Solo el cultivo confiere origen
Medidas Sanitarias	Procurar el cumplimiento de las leyes y reglamentos en forma expedita y con bases científicas
Normas Técnicas y procedimientos	Permitir la importación de todas las variedades de flores y eliminar exigencias de certificaciones subjetivas

SUBSECTOR COSTARRICENSE DE FOLLAJES



I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

A. Descripción

Sector: agrícola

Nombre corriente: follaje

Este sector está constituido por la producción de follajes, ramas y demás partes de plantas sin flores, capullos e hierbas, musgos y líquenes para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.

Los follajes son partes de plantas sin flores ni semillas, que en la mayoría de los casos son perennes y de tamaño, forma y color muy variables. Pertenecen al grupo de las *pteridofitas*. Algunos se reproducen por medio de esporas, las que necesitan la presencia de agua para completar su ciclo biológico.

Cada hoja del helecho proviene de un rizoma o tallo horizontal subterráneo. Estos rizomas almacenan y dan origen a nuevas hojas. De los rizomas crecen pequeñas raíces que anclan la planta y absorben agua y minerales. Su desarrollo es muy lento, a veces dura varios años.

Dentro de las especies que más se cultivan están:

- *Rumohra adiantiformis*: el helecho de hoja de cuero, conocido como *leather leaf*, caracterizado por sus condiciones especiales y volumen de demanda.
- *Adiantum*: esta especie es de origen brasileño se caracteriza por ser de crecimiento rápido con pecíolos de hojas negras grandes y finas.
- *Asplenium*: especie originaria de India - Australia. Es un helecho de crecimiento lento con frondes erectos ovado-lanceolados, de 150cm X 20 cm.
- *Nephrolepis*: a esta familia pertenecen las especies *Nephrolepis exaltata* y *Nephrolepis cordifolia*.

- *Platynerium*: originaria de África, Australia y América Tropical. Entre sus especies están, *Platynerium bifurcatum* y *Platynerium superbum*.
- *Pteris*: sus especies son, *Pteris cretica*, *Pteris serrulata* y *Pteris ensiformis*.

B. Clasificación Arancelaria

- Capítulo 06 del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías: "Plantas vivas y Productos de la Floricultura".

Helechos Fresco

- Helechos de las familias: *Asparagusplamosus*, *Asparagus sprengeri*,
Polystichumadianteforme: 0604.91.90.10
- Helechos de las demás familias: 0604.91.90.90

Los demás helechos

- Helechos de las familias: *Asparagusplamosus*, *Asparagus sprengeri*,
Polystichumadianteforme: 0604.99.90.10
- Helechos de las demás familias: 0604.99.90.90

II. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

A. Cantidad de Empresas

Las estadísticas de PROCOMER mencionan las empresas exportadoras mayores a US\$200.

Cantidad de empresas exportadoras: 111 empresas

Cantidad de empresas exportadoras a los Estados Unidos: 53 empresas

B. Características de las Empresas

B.1 Empleo y tamaño de las empresas

Según datos de PROCOMER, del total de las empresas exportadoras de follajes un 70.4% dan empleo a menos de 100 empleados lo que las cataloga como pequeñas o micro empresas. Además de las 111 empresas exportadoras, 92 exportan menos de US\$1 millón.

Asimismo, se estima que estas empresas proporcionan empleo directo a unas 6 000 personas aproximadamente y empleo indirecto a un grupo que oscila entre las 25 mil y 30 mil personas. El 78% de los empleos lo ocupan hombres y un 22% mujeres.

B.2 Ubicación y áreas de siembra

La Región Central es la principal productora de helechos del país, especialmente en las zonas de Alajuela (Frajanes, Poás y San Antonio), Heredia (Santa Bárbara, Barba, San Pablo) y Cartago. Estos sitios presentan las condiciones climatológicas idóneas para el cultivo, así como los suelos adecuados para su producción. Es importante que los sustratos del suelo sean porosos (porosidad mayor al 20%), ligeros y gumíferos. En estas zonas, el cultivo ha venido a ser una alternativa viable, económica y social, a los cultivos de café y caña de azúcar, los cuales se han ido abandonando debido a la crisis generalizada de estos productos. En Costa Rica existen alrededor de 1600 hectáreas de cultivo de helechos de hojas de cuero.

Por otro lado, la Región Atlántica es la principal zona para la producción de follajes tropicales tales como las hojas de areca, roebellini, entre otras.

Las mejores condiciones para el crecimiento de los helechos son el clima húmedo y cálido, pero algo sombrío y uniforme, por lo que son numerosos y exuberantes en las zonas tropicales y van disminuyendo hacia las regiones frías.

El principal tipo de helecho cultivado en el país, tanto para el mercado interno como para la exportación, es el de hoja de cuero, conocido como *leather leaf* (*Rumohra adiantiformis*.) por sus condiciones especiales y volumen de demanda.

C. Proceso Tecnológico

C.1 Insumos

Los insumos básicos utilizados en el proceso de producción de los helechos, en su mayoría son de origen nacional. A continuación se mencionan los productos que cumplen con esa función.

- **Semilla:** producto de origen nacional.
- **Agroquímicos:** abonos, fungicidas, insecticidas, entre otros; pueden ser nacionales o importados de distintos destinos.
- **Plásticos y bolsas:** procedencia nacional.
- **Maquinaria y equipo:** bombas y equipo de riego.
- **Cajas de cartón:** producto nacional utilizado para empacar los helechos que se van a exportar.
- **Ligas de caucho:** producto nacional.
- **Materiales de invernadero:** sarán, cable, anclas, gasas.

C.2 Proceso de producción

El proceso de producción consta básicamente de los pasos que se mencionan a continuación.

- Preparación del terreno. Es importante tener presente que en la plantación, las plantas estarán separadas unas de otras entre 35 centímetros y 45 centímetros, de manera que su follaje no cubra ni de sombra a las nuevas plántulas. En este paso y para cuando se requiera, se prepara la instalación del equipo de riego.
- Construcción de estructuras de media sombra, si se requiere.
- Siembra.
- Abonado (nutrición fitosanitario). Es un paso muy importante para el crecimiento de la planta; asimismo se debe tener cuidado con las cantidades de abono utilizadas ya que un exceso, por ejemplo de nitrógeno, puede provocar malformaciones en la planta.
- Riego de la planta. Es importante tomar en cuenta que la humedad no debe ser excesiva en la base de la planta.
- Corta. Este proceso se realiza según el tamaño solicitado del helecho.
- Control de plagas y malezas por medio de la fumigación. Este paso es indispensable para contrarrestar las plagas más comunes en este tipo de plantas como lo son, cochinillas, neumátodo foliar, o enfermedades como bacterias (*Pseudomonas*), *Pythium*, entre otras.
- Limpieza del helecho y empaque para luego refrigerarlo con el fin de conservarlo en buenas condiciones.
- Exportación, es el paso. Los principales follajes con propósitos de exportación son el helecho hoja de cuero o *Leatherleaf Fern*, el espárrago cordelinas, robellini, ornamental o *tree fern* y algunas especies de follajes tropicales tales como areca y otras.

De los anteriores, destaca la producción del helecho hoja de cuero, que económicamente es muy importante por su impacto en las exportaciones nacionales y su efecto socioeconómico en las zonas de producción.

III. MERCADO

A. Intercambio Comercial

CUADRO 9. INTERCAMBIO COMERCIAL DE HELECHOS

Producto: Helechos (0604)
Costa Rica: Intercambio Comercial con los Estados Unidos
(en miles de US\$)

	1998	1999	2000	2001	2002
EXPORTACIONES	1 508.46	4 459.22	5 149.30	3 207.27	2 457.02
IMPORTACIONES	48.02	36.13	108.03	41.61	5.88

Producto: Helechos (0604)
Estados Unidos: Intercambio Comercial con Centroamérica
(en miles de US\$)

	1998	1999	2000	2001	2002
EXPORTACIONES	165.91	465.98	762.70	447.28	171.17
IMPORTACIONES	2 747.36	5 915.30	6 907.93	5 476.77	4 037.61

Fuente: Área de Comercio y Agronegocios del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) con base en *Magic* de CEPAL

Costa Rica es el principal exportador de este producto; aproximadamente vende en el mercado externo el 60% del volumen. En la actualidad, el principal competidor de Costa Rica es Guatemala.

B. Características del Mercado de Follajes de Estados Unidos

Las importaciones de follajes realizadas por EE.UU. están constituidas principalmente por hojas, ramas y demás productos similares utilizados para elaborar buqués. Las importaciones provienen principalmente de Canadá, Italia y México. Costa Rica es el sexto proveedor y sus ventas representan el 4% del total de follajes importados por ese país.

El estado de California con más de 15 millones de habitantes es un gran destino. Por otra parte, se debe resaltar que EE.UU. es un importante productor de follajes en el mundo. El estado de La Florida produce el 85 % del total de producción norteamericana de arbustos decorativos, por lo que a pesar de ser un gran consumidor, puede autoabastecerse en gran medida.

Hay que considerar que el mercado estadounidense de heleichos es muy exigente y competitivo, eso obliga a los productores a mantenerse informados sobre las tendencias y a conseguir productos de alta calidad.

IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

A. Marco Legal

Las empresas exportadoras de heleichos del país no utilizan ningún régimen especial de exportación debido a que no existe un sistema de incentivos que se adecue a la naturaleza de la actividad, por lo que se clasifican dentro de la modalidad de exportación definitiva.

No obstante, para generar una mayor rentabilidad, las empresas utilizan sistemas internos que las exoneran del pago de ciertos tributos como algunos impuestos de importación y el impuesto sobre las ventas mediante las modalidades que seguidamente se señalan.

- a) Exoneración de tributos y sobretasas a la importación de maquinaria, equipo e insumos para la actividad agropecuaria (Reglamento al artículo 5 de la Ley 7293);
- b) Mecanismo de compras autorizadas de la Dirección General de Tributación Directa

B. Régimen arancelario

En cuanto a las medidas arancelarias, se tiene que los heleichos frescos, clasificados en 0604.91.00, según el sistema armonizado de EE.UU., ingresan a ese mercado libre de impuestos a la importación, es decir, con un arancel del 0%, en la categoría de NMF, igual que cualquier heleicho sea seco o blanqueado clasificados en 0604.99.30.

Además, los demás heleichos clasificados en 0604.99.60 ingresan al mercado estadounidense con un arancel del 0% debido a que gozan de preferencias como lo son el SGP o bien la ICC. Las importaciones de heleichos de esta partida, provenientes de países que no se benefician de la preferencia arancelaria, pagan el derecho de NMF correspondiente a 8.3%.

C. Requisitos no Arancelarios

Entre las medidas no arancelarias que afectan la entrada de los heleichos a EE.UU. están las que se mencionan de enseguida.

- Presentación de la ficha arancelaria y otras exigencias

Se les exige a los exportadores presentar una ficha arancelaria que indique si gozan o no de algún acuerdo con ese país o de alguna preferencial unilateral.

Además, para ingresar un producto a EE.UU. muchas veces exigen a los productores cumplir con las normas ISO 9001 y 1400, o bien, disponer de algún certificado que demuestre que se utilizan prácticas que aseguran la calidad y la orientación ambiental y social.

C.1 Medidas sanitarias y fitosanitarias

- Presentación de certificados fitosanitarios

Asimismo, deben presentar a su ingreso a EE.UU. una ficha fitosanitaria que incluya información del certificado fitosanitario, el cual emite el MAG.

Se pide la aplicación de bromuro de metilo como tratamiento cuarentenario, para prevenir plagas y enfermedades, el cual daña de manera irreversible el producto. En este sentido, se podrían buscar tratamientos alternativos o bien el reconocimiento de zonas libres de plaga y su equivalencia.

Además, preocupa la ausencia de un mecanismo o procedimiento expedito que permita la homologación de las plagas detectadas en los embarque de Costa Rica y que probablemente estén presentes en EE.UU.

C.2 Obstáculos técnicos al comercio

Requisitos de embalaje, rotulación y etiquetado

Este tipo de requisitos indican que los embalajes deben ser nuevos, sanitariamente aptos, técnicamente adecuados, homogéneos, y resistentes a la manipulación y al transporte.

También están los requisitos de rotulación o etiquetado, que deben indicar como mínimo el nombre de la empresa, fecha de embalaje, razón social del exportador, nombre del productor, origen del producto y lugar donde fue embalado.

C.3 Otros obstáculos a nivel nacional

El uso de agroquímicos presenta algunos obstáculos, para poder ingresar un producto en EE.UU., los cuales se mencionan seguidamente.

- Plazos largos para la aprobación de los diferentes permisos de funcionamiento nacionales.

- Imposición de nuevas medidas de seguridad, aún cuando se apliquen a productos alimentarios.
- Evaluación permanente del Programa de Salud Ocupacional para controlar que las condiciones de trabajo sean las óptimas para los trabajadores.
- Evaluación permanente del Sistema de Gestión Ambiental, implementado por la mayoría de empresas productoras de helecho hoja de cuero con el propósito de mitigar los impactos ambientales de la producción.

V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN

Por sus características climatológica y geográfica, Costa Rica presenta múltiples ventajas para la producción y exportación de helechos. Las estadísticas de los últimos cinco años muestran un comportamiento errático en las exportaciones de este producto hacia EE.UU., lo que puede sugerir la necesidad de estabilizar la producción y la exportación hacia ese mercado.

La continuidad del acceso al mercado de Estados Unidos sería un elemento valioso para imprimir seguridad en la inversión en esta actividad, por lo que las negociaciones del TLC deberán procurar ese fin.

Además, es importante recalcar que gran parte de la inversión en producción de helechos en Costa Rica es generada por ciudadanos de EE.UU. que están en el país.

A. Acceso al Mercado

A.1 Tratamiento arancelario

Con el objetivo de que el comercio de helechos y follajes se mantenga y crezca entre los dos países y considerando la ventaja de Costa Rica, es lógico anticipar una apertura inmediata de ese mercado mediante la equiparación de las condiciones actuales. Es decir, libre de arancel inmediatamente después de que entre en vigor el TLC.

A.2 Normas de origen

Al ser un producto natural sin procesamiento, la norma de origen para que se beneficie del TLC deberá ser 100% originaria, cultivada en el país de exportación.

B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad

En la aplicación de las medidas fitosanitarias, debe exigirse total transparencia y celeridad. Por lo tanto, se deberá reconocer la no existencia de enfermedades que afecten esta planta y aplicar el mismo tratamiento a cualquier país exportador.

Tanto las regulaciones existentes como los nuevos reglamentos y leyes que se apliquen al producto, deberán ser ejecutadas sin discrecionalidad y con la disposición de agilizar el comercio evitando obstáculos.

Por otro lado, se deben buscar tratamientos de cuarentena alternativos o bien el reconocimiento de zonas libres de plaga y su equivalencia.

Resumen de los Objetivos de Negociación

0604.99	Helechos
Acceso al mercado Tratamiento arancelario	Libre comercio con cero arancel
Norma de Origen	Cultivado en el país exportador
Medidas Sanitarias	Procurar el cumplimiento de las leyes y reglamentos en forma expedita y con bases científicas.
Normas Técnicas y procedimientos	Evitar atrasos, discrecionalidad y discriminación en la aplicación de la nuevas leyes y reglamentos

SUBSECTOR COSTARRICENSE DE PLANTAS ORNAMENTALES



I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

A. Descripción.

Sector: agrícola

Nombre: plantas ornamentales.

Las plantas están constituidas por dos tipos de células: meristemáticas y diferenciadas. A partir de las primeras, responsables del crecimiento y desarrollo de las plantas, se conforman las segundas que conforman los distintos tipos de tejidos. El sistema dérmico: está en las hojas, los tallos y las raicillas jóvenes; su función es permitir la absorción de agua y sales minerales, cuya distribución se indica seguidamente.

- a) Sistema fundamental: compone casi todo el cuerpo de las plantas jóvenes y está en el interior de la planta. Sus principales funciones son el almacenamiento de nutrientes, la fotosíntesis y soporte.
- b) Sistema vascular: está compuesto por tejidos conductores: floema que transporta sustancias orgánicas disueltas en la planta como aminoácidos, y xilema que lleva agua y materiales disueltos en la planta.

Seguidamente se describen las partes que conforman principalmente este tipo de plantas:

- la raíz que permite a la planta anclarse en el suelo y obtener los nutrimentos necesarios como agua y sales minerales;
- el tallo que es el órgano que presenta en ocasiones ramificaciones, es un eje longitudinal que posee zonas engrosadas o nudos en el cual se insertan las hojas;

- las hojas son de forma laminar;
- la flor que representa al órgano reproductor y surge a partir de brotes de tallos; puede ser completa o incompleta, según las partes que presente.

Entre las principales plantas ornamentales se encuentran: alfelandra, aspidistra, aralia, clivia, cóleo, drácenas, esparraguera, ficus, flor de pascua, hiedra, monstera, palmera datilera, poto, singonio, filodentro, cordyline, entre otras.

B. Clasificación Arancelaria

-Capítulo 06 del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías: “Plantas Vivas y Productos de la Floricultura”

-Plantas Ornamentales 0602.90.90.90

II. CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN

A. Cantidad de Empresas

Los registros de PROCOMER muestran los siguientes datos:

Cantidad de empresas exportadoras: 191 empresas

Cantidad de empresas exportadoras a los Estados Unidos: 112 empresas

B. Características de las Empresas

B.1 Empleo y tamaño de las empresas

Según las estadísticas de PROCOMER, del total de las empresas exportadoras de plantas ornamentales, un 81.6% cuenta con menos de 100 empleados por lo que se encuentran dentro de las pequeñas y medianas empresas. El 69% de sus empleados son hombres y 31% mujeres.

B. 2 Ubicación y áreas de siembra

Las principales zonas en donde se siembran estas plantas son las regiones Central, Norte y Atlántica, especialmente en lugares como Alajuela, Cartago, San Carlos y San Ramón.

C. Procesos Tecnológicos

C.1 Insumos

Según las encuestas realizadas a las distintas empresas, se puede decir que los principales insumos utilizados en el cultivo de plantas ornamentales son los que se mencionan a continuación.

- **Las plantas madres o semillas:** traídas de Estados Unidos.
- **Agroquímicos:** abonos, fungicidas, insecticidas, entre otros; importantes para el sano crecimiento de la planta. Estos agroquímicos son en ocasiones de origen nacional, otras veces son importados de distintos lugares. Además, actualmente, muchas compañías están cambiando los agroquímicos por productos orgánicos para conservar el medio ambiente y bajar costos.
- **Cajas de madera:** se obtienen en el interior del país.
- **Plásticos y bolsas:** de origen nacional.
- **Guantes de gaucho:** de origen nacional.
- **Cajas de cartón:** se importan, o bien se utilizan las de origen nacional.
- **Madera para paletas:** origen nacional.
- **Medio de enraice:** importado de Estados Unidos, México o bien de Holanda.
- **Parafina:** de origen nacional o importado de China.
- **Mallas para empaque:** son nacionales.
- **Sarán:** de origen nacional.

C.2 Proceso de producción

Los principales pasos destacados para el cultivo de las plantas ornamentales se describen a continuación.

- **Importación de la planta madre o de la semilla:** es el primer paso para proceder a cultivar después la planta ya que la semilla es la que da inicio al proceso de germinación.
- **Preparación del terreno para la siembra.**
- **Siembra para que luego la planta se reproduzca normalmente.** Es importante el riego durante el desarrollo de la planta para lo cual en ocasiones se utilizan bombas para riego. El proceso de germinación debe hacerse en condiciones apropiadas como humedad, oxígeno, calor y en algunos casos luz. En las primeras etapas de este proceso de germinación, la semilla absorbe agua y el embrión de la misma comienza a usar su depósito alimentario. Según el tipo de semilla, la germinación puede ser epigeal e hipogeal.
- **Enraizamiento de la planta.**
- **Extracción cuidadosa la planta para alistarla para su posterior exportación.**

- Fumigación es procedimiento es muy importante para el control de las plagas y virus. Las fumigaciones son para aplicar fertilizantes (nutrientes) vía foliar, funguicidas (productos para combatir hongos dañinos), bactericidas (productos para combatir bacterias dañinas), insecticidas y otros productos para los virus. Todas estas aplicaciones son muy importantes para mantener el sano crecimiento de la planta y conservar su valor ornamental y comercial.
- Limpieza cuidadosa de la planta por medio de un lavado a alta presión y luego se realiza una selección minuciosa.
- Cortes de raíz y follaje de acuerdo con los requerimientos de los clientes, luego se hace un *dipping* con ciertos productos los cuales ayudan a curar la planta.
- En el paso siguiente las plantas se ubican en mesas para darles un secado y de ahí, después de varias horas, se ponen en las cajas para enfriarlas en una cámara de frío que normalmente tiene de 10 a 13 grados.
- Empaque este es el último paso para exportar la planta hacia su destino.

III. MERCADO

A. Intercambio Comercial

Mientras que las exportaciones de Costa Rica a EE.UU. de plantas ornamentales llegan a más de 4 millones, sólo se importan unos miles de dólares de ese producto desde Estados Unidos.

CUADRO 10. INTERCAMBIO COMERCIAL DE PLANTAS ORNAMENTALES

Producto: Plantas Ornamentales (0602.90.90.90)
Costa Rica: Intercambio Comercial con Estados Unidos
(en miles de US\$)

	1998	1999	2000	2001	2002
EXPORTACIONES	4 265.34	3.623.53	4 799.04	4 252.64	4.461.51
IMPORTACIONES	0.23	0.02	0.04	0.01	0.01

Producto: Plantas Ornamentales (0602.90.90.90)
Estados Unidos: Intercambio Comercial con Centroamérica
(en miles US\$)

	1998	1999	2000	2001	2002
EXPORTACIONES	6 404.70	4 697.90	6 559.93	7 091.00	7 517.35
IMPORTACIONES	0.26	0.03	0.05	0.02	0.02

Fuente: Área de Comercio y Agronegocios del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) con base en Magic de CEPAL

En el campo de las plantas ornamentales, Costa Rica debe enfrentarse a diversos competidores, entre los que se destacan: Guatemala, Honduras, El Salvador, China, Vietnam, Malasia, Ecuador, países africanos como Kenia y Sudáfrica, Tailandia, Colombia, Panamá, Perú, Nueva Zelandia, Taiwán, EE.UU. Cuba, Corea, Brasil, Nicaragua, México, Holanda, España y Alemania.

Según datos proporcionados por PROCOMER, el mercado estadounidense representó en el año 2002 el principal destino con el 42,2% de exportaciones de plantas ornamentales, seguido por Holanda con el 33.5%.

El principal suplidor del mercado de los EE.UU. es Canadá, seguido de Costa Rica, Guatemala, Taiwán y Holanda. Canadá ha disminuido su participación en el mercado durante los últimos 5 años dando paso a la entrada de otros competidores (71,1% en 1998 - 68,8% en el 2002). En el caso de Costa Rica ha habido con una leve disminución en la proporción de mercado que ha abastecido en los últimos años (6,9% en 1998 – 6,5% en el 2002).²⁰

B. Características del Mercado de Plantas Ornamentales en Estados Unidos

En EE.UU., el organismo encargado de facilitar el comercio en este sector, tanto para importadores como para exportadores es el APHIS. Además, es el que provee a los exportadores americanos de los permisos y certificados fitosanitarios, cuando lo requieran para enviar sus productos hacia algún país en particular. Este certificado garantiza que el producto, en este caso las plantas, ha sido correctamente inspeccionado y por lo tanto se encuentran libres de plagas y enfermedades. En este sentido, es importante destacar que el APHIS emite dos tipos de certificados fitosanitarios: uno para las plantas domésticas y otro para las plantas extranjeras y las que van a ser objeto de reexportación.

Ese organismo posee una base de datos que proporciona datos completos de los requerimientos para exportar a los diferentes países, debido a que los requisitos varían mucho de un destino a otro. Esta forma de manejar los datos proporciona al exportador estadounidense información valiosa y necesaria para exportar.

IV. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

A. Marco Legal

La mayoría de las empresas exportadoras de plantas ornamentales de nuestro país no utilizan ningún régimen especial de exportación, sino que lo hacen únicamente utilizando el régimen definitivo.

A pesar de esto, gran parte de estas empresas aprovechan algunos de los mecanismos internos de exoneraciones para obtener otra clase de beneficios o incentivos. Estos mecanismos son los dos que seguidamente se anotan.

²⁰ Fuente: International Trade Commission

- a) Compras autorizadas de la Dirección General de Tributación Directa.
- b) Exoneración de tributos y sobretasas a la importación de maquinaria, equipo e insumos para la actividad agropecuaria (Reglamento al artículo 5 de la Ley 7293).

B. Régimen Arancelario

En lo referente a las medidas arancelarias, las plantas ornamentales ingresan al mercado estadounidense libre de impuestos debido a las preferencias que se mencionan a continuación.

- a) El SGP.
- b) La ICC.

C. Requisitos no Arancelarios

- Prohibiciones y restricciones

En EE.UU. se prohíbe la importación de plantas de más de 18 pulgadas; además, no se permite el ingreso de la planta en su maceta, ya que eso constituye un riesgo de que ingresen plagas. Esta se considera una medida para proteger a los productores o empacadores estadounidenses para que sean ellos quienes le agreguen el valor al producto. Adicional a esto, la planta tampoco puede contener tierra al ingresar.

Preocupa el establecimiento de nuevas regulaciones de seguridad, a parte de las inspecciones que en la actualidad ya son realizadas y de la existencia de requisitos en los países de importación.

C.1 Medidas sanitarias y fitosanitarias

Dentro de estas medidas encontramos, a lo interno, las establecidas por el MAG como inmersiones de productos químicos en las plantas para eliminar plagas y otros.

Se debe presentar el certificado fitosanitario, principalmente en Costa Rica.

Además, está la aplicación de controles de plagas y otras enfermedades.

C.2 Obstáculos técnicos al comercio

La aplicación de controles relacionados a los medios de enraizamiento (hormonas, oasis).

- Presentación de certificados fitosanitarios

También se exige la presentación del certificado fitosanitario al ingreso en el mercado de EE.UU.; este es un documento técnico emitido por el MAG de nuestro país y es dirigido a su homólogo de aquella nación.

En este momento existe una restricción para la exportación de esquejes enraizados a los EE.UU. debido a regulaciones fitosanitarias. Este podría ser un mercado importante a la vez que facilita la exportación del producto. Es recomendable establecer convenios para que esto se pueda llevar a cabo.

V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN

A. Acceso al Mercado

A.1 Tratamiento arancelario

Existe actualmente libre comercio entre Costa Rica y los EE.UU. para este producto, por lo tanto, es importante, para no desmejorar las condiciones de competitividad de nuestros exportadores en el mercado americano, mantener el arancel 0 en el TLC que se negocia.

A.2 Normas de origen

En algunos casos, para producir los esquejes se requiere importar las plantas madres, por lo tanto también es importante que quede abierta la posibilidad de esa opción. En consecuencia, se requiere una norma que confiera origen solo con el cultivo y corte de los esquejes.

B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad

Se debe procurar la aplicación de los reglamentos sanitarios y los procedimientos de certificación de plagas y enfermedades de una forma expedita, sin discrecionalidad, ni discriminación. Por ello, se debe eliminar la prohibición de la no importación de esquejes de crisantemos desde Costa Rica, que actualmente se tiene y permitir la importación de esquejes enraizados. Se propone la constitución de una comisión conjunta para revisar y resolver las limitaciones no arancelarias incluidas las sanitarias.

Resumen de los Objetivos de Negociación

0602.10.00	Esquejes
Acceso al mercado Tratamiento arancelario	Libre comercio con cero arancel
Norma de Origen	Cultivo y corte de los esquejes
Medidas Sanitarias	Procurar que las leyes y reglamentos estén basadas científicamente y se atiendan en forma expedita. Se propone la creación de un comité conjunto para resolver diferencias en esta materia
Normas Técnicas y procedimientos	Evitar atrasos, discrecionalidad y discriminación en la aplicación de nueva leyes. Creación de un Comité Conjunto para resolver casos de limitaciones al comercio por medidas no arancelarias.

SUBSECTOR COSTARRICENSE DE CHAYOTE



I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

A. Descripción

Sector: agrícola

Nombre Científico: *Sechium edule*

Nombre Corriente: chayote

Descripción. La planta de chayote es una dicotiledónea; tiene enredadera con una gran producción de tallos largos con alta ramificación. Es una especie perenne de gran crecimiento en una temporada. Desarrolla grandes raíces tuberosas que exploran una amplia zona del perfil de suelo. El sistema caulinar presenta tallos más o menos redondos, ramificados y de gran extensión (hasta 15 m) y con zarcillos ramificados. Las hojas son medias (10 a 15 cm), simples, glabras, trilobuladas y cordadas. Las flores son de $\pm 1,5$ cm de tamaño, de color cremoso a verdoso.

El chayote crece entre 0 y 2800 msnm, pero para una producción intensiva, aquellas zonas que se encuentran entre 1000 y 1200 msnm son las mejores; el ámbito de temperatura más adecuado varía entre 13°C y 21°C; temperaturas inferiores a 13°C reducen la producción, ya que daña los frutos pequeños; las superiores a 28°C favorecen el crecimiento excesivo, la caída de flores y de frutos pequeños, que merman la producción. Requiere alta humedad relativa entre 80% y 85% y una precipitación entre 1500 y 2000 mm, bien distribuidos a través del año.

Esta actividad se caracteriza porque su mayor producción es efectuada por pequeños y medianos productores.

Existen dos tipos de chayote.

1. El tierno quelite, originario de América tropical, pertenece a la familia de las cucurbitáceas; tiene forma de pera, color verde claro y piel lisa.

2. El chayote sazón criollo, originario de América tropical pertenece a la familia de las cucurbitáceas, fue alimento de los aztecas. Las raíces del chayote en estado sazón (desarrollo completo) almacenan carbohidratos. El chayote en estado sazón contiene potasio, calcio y vitamina A.

B. Clasificación Arancelaria

Capítulo 07 del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de mercancías: "Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios"

- 0709.90.20.00 Chayotes, frescos o refrigerados

En Costa Rica las importaciones de chayote pagan el 15%

Clasificación arancelaria Estados Unidos

-0709.90.10.00 Chayote, fresh or chilled (frescos o refrigerados)

NMF aplica con un 5.6%

CBI Libre

II. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

A. Cantidad de Empresas

-Cantidad de empresas productoras: 30

-Cantidad de empresas exportadoras: 161²¹

-Cantidad de empresas exportadoras a EE.UU: 86²²

B. Características de las Empresas

B.1 Ubicación y áreas de siembra

Las mejores zonas para la producción del chayote se encuentran entre los 1000 y 1200 msnm. Se produce principalmente en la Región Central y se estima que el área de siembra abarca un total de 704 hectáreas las que permanecieron inalterables desde 1999 hasta el 2001.

²¹ Mayores a \$200, año 2002. Fuente: PROCOMER

²² Fuente PROCOMER. Las estadísticas están por partida por lo que incluye también empresas exportadoras de maíz, ayote, entre otros

C. Procesos Tecnológicos

C.1 Insumos

Los principales insumos utilizados para la producción del chayote se mencionan seguidamente.

- **Agroquímicos:** entre ellos se encuentran los abonos, fungicidas e insecticidas. De acuerdo con la información proporcionada por las empresas productoras, este insumo puede ser nacional o a la vez importado.
- **Cajas de cartón:** son el empaque de la hortaliza y su protección. Se utilizan cajas de cartón nacionales o importadas según la necesidad.
- **Semillas:** se compran en el mercado local.
- **Bolsas y sacos de plástico:** estos productos son de origen nacional.
- **Grapas:** producto adquirido también en el mercado local.

C.2. Proceso de producción

Para la producción de chayote deben seguirse los pasos que se señalan a continuación.

- Preparación del suelo.
- Siembra.
- Raleo.
- Fertilización.
- Riego.
- Cosecha.
- Almacenamiento.

III. MERCADO

A. Intercambio Comercial

Costa Rica y México son los principales proveedores de chayote de EE.UU. El 79.8% de las importaciones de EE.UU. de chayote son costarricenses La importación total de este producto por parte de ese país es de \$9 219.8 (miles de dólares)²³.

En la encuesta realizada a 14 empresas exportadoras de raíces y tubérculos, los entrevistados identifican como países competidores a Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Ecuador, República Dominicana, México, Colombia Puerto Rico, Brasil, Chile, Uruguay y algunos países africanos. Sin embargo, no todas esas naciones exportan los mismos productos al mercado de EE.UU.; y en el caso

²³ www.usitc.gov/dataweb 2002

del chayote se identifica a Guatemala, Honduras y Nicaragua como competidores directos.

Costa Rica exporta al mercado Estadounidense US\$8 069 782.31 Valor FOB (2002).

VI. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

A. Marco Legal

En nuestro país las empresas productoras de chayote no utilizan ningún régimen especial de exportación, por lo cual trabajan bajo la modalidad de exportación definitiva.

B. Régimen Arancelario

-El chayote goza de acceso preferencial a EE.UU. por medio de la ICC por lo tanto tiene un arancel del 0% para ingresar a ese mercado.

-Se menciona la prohibición de importación temporal de cajas de cartón en Costa Rica lo cual aumenta los costos de producción y, por ende, disminuye la competitividad del sector en el extranjero.

C. Requisitos no Arancelarias

C.1 Medidas fitosanitarias

En cuanto a medidas fitosanitarias, los exportadores de chayote consideran como tales las siguientes:

-Deben realizar fumigaciones frecuentes del producto en Costa Rica para cumplir con los estándares que exige EE.UU.

-Son objeto de inspecciones aleatorias por parte de los inspectores de la FDA en EE.UU.

-No existe uniformidad en el establecimiento de cuáles son los productos que se deben aplicar al cultivo.

-Existen fumigaciones para evitar que los chayotes entren con una plaga conocida como cochinilla, aún cuando en EE.UU. esa plaga está presente.

Aspectos comerciales

Los exportadores nacionales tienen una gran competencia por parte de México, que tiene una ventaja en la logística de transporte. Al entrar el chayote de

México en la temporada de mayor producción, su precio baja y por ende el margen de ganancia disminuye.

Se está sujeto a un sistema comercial donde la definición de los precios justos²⁴ en el mercado de venta no son trasladados al productor local, por falta de una estructura comercial que dominan los importadores de Estados Unidos.

El recibo de la mercancía no cuenta con un respaldo que garantice las condiciones reales de calidad e inocuidad de la mercancía contenida en la exportación; este fenómeno no permite respaldar al exportador costarricense ante un reclamo.

C.2 Obstáculos técnicos al comercio

-No se exige la aplicación estricta del *Codex Alimentarius* que tiene normas que se deben aplicar a las variedades comerciales de chayote cultivado *Sechium Edule* de la familia de la *Cucurbitaceae*, que deben suministrarse frescas al consumidor, después de su acondicionamiento y envasado. Se excluye el chayote destinado a la elaboración industrial.²⁵

V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN

El sector exportador de chayote solicita el mantenimiento de los beneficios del CBI y manifiesta que apoya a las negociaciones, pero enfatiza en la necesidad de atender las distorsiones que provocan los elevados costos de producción en comparación con el resto de Centroamérica. También pide homogeneidad en los estándares de empaque, calidad e inocuidad de los alimentos para los demás países centroamericanos.

A. Acceso al Mercado

A.1 Tratamiento arancelario

Se espera seguir teniendo el acceso sin aranceles de importación en el mercado de EE.UU.

A.2 Normas de origen

Se estima que al ser un producto que se exporta fresco para su consumo, la norma de origen debe ser: siembra y cultivo en el país exportador.

²⁴Entendiéndose este como los costos fijos y variables y margen de ganancia en todo el ciclo, que conlleva desde la siembra hasta la comercialización.

²⁵ Fuente: *CODEX Stan 216-1999*

B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad

Deben ser uniformes, científicamente aprobadas por los organismos de referencia como el *CODEX ALIMENTARIUS* y aplicadas de la forma más expedita para no perjudicar la calidad del producto.

C. Normas Técnicas y Procedimientos

No debe aplicarse ninguna medida que obstaculice el comercio de este y otros productos agrícolas.

Resumen de los Objetivos de Negociación

CA 0709.90.20/ US 0709.90.10	Chayotes frescos refrigerados
Acceso al mercado Tratamiento arancelario	Libre comercio con cero arancel
Norma de Origen	Siembra y cultivo
Medidas Sanitarias	Procurar el cumplimiento de las leyes y reglamentos en forma expedita y con bases científica
Normas Técnicas y procedimientos	No aplicación de medidas que obstaculicen el comercio

SUBSECTOR COSTARRICENSE DE JENGIBRE



I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

A. Descripción del Producto

Sector: agrícola

Nombre Científico: *Zingiber officinale*

Nombre Corriente: jengibre

Esta planta es originaria de Asia y pertenece al orden Zingiberales, familia *Zingiberaceae*, al género *Zingiber*. Es una planta herbácea, erecta y perenne. La altura de la planta varía de 30 cm a 1.20 cm.

Este cultivo es el único del grupo de las raíces y tubérculos tropicales que no es de consumo directo sino como especias, en confitería, gaseosas, perfumería y repostería.

Existen dos variedades de jengibre.

1. El hawaiano, de preferencia en el mercado europeo.
2. El Gran Caimán, preferido en el mercado estadounidense por tener un mayor tamaño.

B. Clasificación Arancelaria

Para ingresar a Costa Rica, el jengibre pulverizado y triturado, triturado no pulverizado y en otras presentaciones, debe pagar un 9% de derecho arancelario a la Importación.

Se clasifica en el capítulo 09 del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de mercancías: "Café, té, yerba mate y especias":

- | | |
|---|---------------|
| - Jengibre seco, sin triturar ni pulverizar | 0910.10.11.00 |
| - Jengibre seco, triturado o pulverizado | 0910.10.12.00 |

- Otros 0910.10.90.00

La clasificación en los Estados Unidos es: -0910.10.20.00 *Ginger not ground*

Está libre de impuesto para los países clasificados como NMF, por lo cual no es elegible para el CBI.

-0910.10.40.00 *Ginger Ground*, NMF \$1 centavo/kg, CBI Libre.

II. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

A. Cantidad de Empresas

- Cantidad de empresas exportadoras: 62²⁶

- Cantidad de empresas exportadoras a EE.UU.: 36²⁷

B. Características de las Empresas

B.1 Ubicación y áreas de siembra

El jengibre crece en zonas con alturas inferiores a 600 msnm con temperaturas entre 25-30°C, con precipitaciones superiores a 2000 mm anuales, con buena distribución durante todo el año; en nuestro país se cultiva principalmente en la Zona Norte, también en el cantón de La Cruz de Guanacaste, en la Zona Atlántica y en la Zona Sur. Actualmente hay sembradas 965 hectáreas. La época de siembra va de enero a mayo y la de cosecha de noviembre a abril.²⁸

De las 62 empresas exportadoras, la principal abarca el 14% de las exportaciones del país.

C. Procesos Tecnológicos

C.1 Insumos

- **Agroquímicos:** abonos, funguicidas, insecticidas tanto nacionales como importados.
- **Bolsas plásticas:** de mercado nacional.
- **Cajas de Cartón:** de mercado nacional.
- **Grapas:** nacional.

C.2. Proceso Productivo

- Preparación del Suelo
- Siembra
- Fertilización
- Cosecha
- Limpieza y empaque

²⁶ Fuente: PROCOMER

²⁷ Fuente: PROCOMER

²⁸ Fuente: MAG 2002

III. MERCADO

A. Intercambio Comercial

El total de importaciones realizadas por EE.UU. es de US\$12 840.30 (miles de dólares) para el año 2002²⁹. Los principales países de importación son China, India y Costa Rica. El jengibre nacional representa el 5.7% del mercado total estadounidense de jengibre.

Características del Mercado de Jengibre en Estados Unidos

- Exportaciones de jengibre sin triturar ni pulverizar \$715 060.90 Valor FOB (2002)
- Exportaciones de jengibre en otra presentación \$286 085.59 Valor FOB (2002)

VI. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

A. Marco Legal

Las empresas productoras de jengibre en el país no utilizan ningún régimen especial de exportación que les brinde algún tipo de beneficio, por lo tanto utilizan la modalidad de exportación definitiva.

B. Régimen Arancelario

No tiene ningún tipo de barrera arancelaria ya que se beneficia del CBI.

C. Requisitos no Arancelarios

Medidas fitosanitarias

- Presentación de certificados fitosanitarios, el control de este permiso lo realiza el servicio de inspección sanitaria del USDA.
- El producto debe presentarse según variedad: sazón (hecho), limpio, firme, compacto, caroso, libre de podredumbre, libre de composición, decoloraciones externas e internas, quemaduras de sol, grietas y daños causados por cortaduras, arrugamiento, roturas, magulladuras, insectos, enfermedades, yemas desarrollados (retoñado) y daños mecánicos en su manipulación.
- De acuerdo con el Programa Orgánico Nacional de EE.UU., existen sustancias permitidas y prohibidas en el manejo de la producción orgánica.
- Inspecciones aleatorias de la mercancía en EE.UU. por la FDA.

²⁹ www.usitc.gov/dataweb

V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN

A. Acceso al Mercado

A.1 Tratamiento arancelario

Las 32 compañías que exportan jengibre al mercado de EE.UU. están consideradas como pequeñas empresas y representan una oportunidad de diversificación de productos para mercados especiales como el orgánico. Ello hace que el acceso al mercado, bajo condiciones favorables, sea fundamental y se mantenga sin el pago de aranceles como se tiene en la actualidad.

A.2 Normas de origen

Se estima que al ser un producto que se exporta fresco para su consumo, la norma de origen debe ser siembra y cultivo en el país exportador.

B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad

B.1 Medidas no aranceiarias

Así como en los otros productos agrícolas de exportación, es conveniente que no se implementen medidas restrictivas sin bases científicas y se apliquen con la debida celeridad y transparencia.

Resumen de los Objetivos de Negociación

0910.10.20.00 0910.10.40.00	Ginger not ground Ginger Ground
Acceso al mercado Tratamiento arancelario	Libre comercio con cero arancel
Norma de Origen	Cultivo en el país de origen
Medidas Sanitarias	Procurar que las leyes y reglamentos estén basadas científicamente y se atiendan en forma expedita.

SUBSECTOR COSTARRICENSE DE YUCA



I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

A. Descripción

Sector: agrícola

Nombre científico: *Manihot esculenta*

Nombre corriente: yuca

Descripción del producto: la yuca es originaria de América; pertenece al orden Euphorbiales, a la familia Euphorbiaceae, al género *Manihot*, con alrededor de 180 especies, siendo de importancia económica la especie *Manihot esculenta*. En nuestro país se cultiva principalmente la variedad Valencia, un material con excelentes características para su parafinado; en menor grado las variedades Mangi y Arbolito, utilizadas para el congelado. Las raíces de la yuca tienen un alto contenido energético produciendo una gran cantidad de calorías y proteínas de alta calidad; de la yuca se extrae además almidón y alcohol. Se cultiva en altitudes desde 0 msnm hasta los 600m, con temperaturas entre 20°C-25°C precipitaciones superiores a 2000 mm anuales, en suelos de textura franca a franca arenosa, con buen drenaje.

B. Clasificación Arancelaria

Capítulo 07 del Sistema de Designación y Codificación de mercancías: "Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios".

-0714.10.00.00 Raíces de yuca (mandioca), frescas, refrigeradas o congeladas

Para ingresar a Costa Rica la yuca debe pagar un 14% de arancel.

Clasificación arancel EE.UU.

07141010 *Cassava (manihot), frozen, whether or not sliced or in the form of pellets*

NMF 7.9%
CBI Libre

07141020 *Cassava (manioc), fresh, chilled or dried, whether or not sliced or in the form of pellets*

NMF 11.3%
CBI Libre

II. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

A. Cantidad de Empresas

Cantidad de empresas exportadoras: 82³⁰

Cantidad de empresas exportadoras a EE.UU.: 61³¹

B. Características de las Empresas

B.1 Ubicación y áreas de siembra

La yuca se cultiva principalmente en la Zona Norte, en menor grado en la Zona Atlántica y la Zona Sur; su siembra se realiza principalmente con la entrada de las lluvias. Sin embargo, para mantenerse en el mercado de exportación se cultiva prácticamente durante todo el año. Para el 2001 el área de siembra era de 9617 hectáreas.

C. Procesos Tecnológicos

C.1 Insumos

- Agroquímicos
- Cajas de Cartón
- Parafina

C.2 Proceso de producción de la yuca fresca

- Selección del terreno
- Análisis del suelo
- Preparación de terreno
- Selección semilla limpia
- Pica de semilla
- Siembra
- Fertilización
- Cosecha
- Transporte
- Selección
- Lavado
- Secado
- Selección en planta

³⁰ Fuente PROCOMER

³¹ Fuente PROCOMER

- Parafinado
- Empaque
- Estiba

C.3 Proceso de producción de la yuca congelada

- Selección del terreno
- Análisis del suelo
- Preparación de terreno
- Selección semilla limpia
- Pica de semilla
- Siembra
- Fertilización
- Cosecha
- Selección / campo
- Transporte
- Lavado
- Pelado
- Selección planta
- Congelamiento
- Selección empaque
- Empaque
- Embalaje
- Estiba

III. MERCADO

A. Intercambio Comercial

El mercado estadounidense importa \$8 497.9 (miles de dólares) de yuca congelada y \$13 230.5 de yuca fresca. Costa Rica representa el 79.8% de yuca fresca y el 85% seguido por Ecuador con un 9.65% del mercado de yuca congelada.³²

B. Características del Mercado de Yuca en Estados Unidos

Exportaciones de yuca a los EE.UU. es de \$18 482 912.3 Valor FOB (2002).

VI. CARACTERÍSTICAS DE LA COMERCIALIZACIÓN

A. Marco Legal

Las empresas costarricenses de yuca trabajan bajo el régimen de exportación definitiva, ya que ningún régimen especial les brinda beneficios extra para la exportación de su producto.

³² www.usitc.gov/dataweb

B. Régimen Arancelario

No se considera ninguna barrera de tipo arancelario por que se beneficia de las preferencias que otorga el ICC.

C. Requisitos no Arancelarios

C.1 Medidas fitosanitarias

- Para su comercialización, la yuca debe cumplir con las medidas dictadas por la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria, de la cual Costa Rica es miembro.
- Debe presentar características similares de la variedad, bien formada, libre de tierra, no podrida, no hongos, no daños causados por peladuras y heridas magulladuras, crecimientos secundarios, no partidas, no insectos-enfermedades-roedores, no daños mecánicos como transporte u otras manipulaciones. No despuntada, no reventaduras, no destroncada, no asoleada, no rayada.
- Deben realizar fumigaciones frecuentes del producto en Costa Rica para cumplir con los estándares que exige EE.UU. (libre de plagas, tierra y enfermedades).
- El producto debe cumplir con ciertos estándares de calidad como lo es que la raíz debe ser: entera, consistente, limpia, sin presencia de daños o golpes, exentos de deformaciones y de coloraciones anormales.
- Son objeto de inspecciones aleatorias por parte de los inspectores de la FDA en EE.UU.
- No existe uniformidad en el establecimiento de cuáles son los productos que se deben aplicar al cultivo.
- El empaque debe estar etiquetado y rotulado con la información del producto. (Naturaleza, especificación del tamaño, especificación de la calidad, país de origen).
- Ecuador es su principal competidor; este país no aplica en su totalidad las exigencias sobre empaque lo que produce un comercio desleal.

C.2 Obstáculos técnicos al comercio

Los exportadores manifiestan que los precios excesivamente bajos en el mercado estadounidense los afecta debido a que venden la yuca a precios más bajos de lo normal.

V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN

A. Acceso al Mercado

A.1 Tratamiento arancelario

Los exportadores de yuca buscan el conservar las preferencias otorgadas por el CBI, para mantener su mercado y seguir creciendo en este rubro que no compete

con producción local en el mercado de EE.UU. si no más bien representa un beneficio para el consumidor.

A.2 Normas de origen

Se estima que al ser un producto que se exporta fresco para su consumo, la norma de origen debe ser siembra y cultivo en el país exportador.

B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad

B.1 Medidas no arancelarias

Así como en los otros productos agrícolas de exportación, es conveniente que no se implementen medidas restrictivas sin bases científicas y se apliquen con la debida celeridad y transparencia.

Resumen de los Objetivos de Negociación

07141010 07141020	<i>Cassava frozen Cassava, fresh, chilled or dried</i>
Acceso al mercado Tratamiento arancelario	Libre comercio con cero arancel
Norma de Origen	Cultivo en el país de origen
Medidas Sanitarias	Procurar que las leyes y reglamentos estén basadas científicamente y se atiendan en forma expedita.
Restricciones no arancelarias	Aplicar reglamentos sin discriminación para evitar prácticas desleales de comercio

SUBSECTOR COSTARRICENSE DE TIQUISQUE



I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

A. Descripción

Sector: agrícola

Nombre científico: *Xanthosoma saggitifolium*

Nombre corriente: tiquisque / yautía

El tiquisque es originario de la América tropical, posiblemente de Las Antillas. Pertenece a la familia Araceae, al género *Xanthosoma* del que existen dos especies de tiquisque: el tiquisque blanco, conocido en la exportación como malanga blanca, y el tiquisque morado como malanga lila.

El tiquisque se adapta desde cero metros hasta 500 msnm , con temperatura entre 25°C y 30°C , con precipitaciones bien distribuida durante todo el año entre 1500 y 2000 mm anuales, con suelos bien drenados, preferiblemente con textura franca, ricos en materia orgánica, planos para facilitar la mecanización.

B. Clasificación Arancelaria

Capítulo 07 del Sistema de Designación y Codificación de Mercancías: "Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios"

-0714.90.30.00 tiquisque fresco, refrigerado o congelado

Para ingresar a Costa Rica debe pagar un 14% de arancel.

Clasificación arancel EE.UU.

- 0714.90.40 *Fresh or chilled arrowroot, salep, Jerusalem artichokes and similar roots and tubers nesoi, whether or not sliced or in the form of pellets.*

NMF 16%

CBI Libre

- 0714.90.45.00 *Frozen dasheens/yams/arrowroot/salep/Jerusalem artichokes/similar roots & tubers (but not cassava, sweet potatoes & Chinese water chestnuts)*

NMF 6%

CBI Libre

- 0714.90.50.00 *Dried dasheens, yams, arrowroot, salep, Jerusalem artichokes and similar roots and tubers nesoi, in the form of pellets*

NMF Libre

CBI No Elegible

- 0714.90.60.00 *Dried dasheens, yams, arrowroot, salep, Jerusalem artichokes, and similar roots and tubers nesoi, whether or not sliced but not in pellets*

NMF 8.3%

CBI Libre

II. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

A. Cantidad de Empresas

Cantidad de empresas exportadoras: 82³³

Cantidad de empresas exportadoras a EE.UU.: 62³⁴

B. Características de las Empresas

B.1 Ubicación y áreas de siembra

El tiquisque se cultiva prácticamente en todo el país, en un mayor porcentaje en la Zona Norte y en menor grado en las zonas Atlántica y Brunca³⁵. La siembra de este producto abarcó un área de 2427 hectáreas para el año 2001.

No existe época de siembra definida; sin embargo, generalmente se inicia con la entrada de las lluvias.

C. Procesos Tecnológicos

C.1 Insumos

Los principales insumos utilizados para la producción del tiquisque son:

³³ Fuente PROCOMER

³⁴ Fuente PROCOCER Incluye empresas exportadoras de malanga, ñame y ñampí.

³⁵ Región Sur este del país.

- **Agroquímicos:** abonos, funguicidas e insecticidas. De acuerdo a la información proporcionada por las empresas productoras, este insumo puede ser nacional o importado.
- **Cajas de cartón:** usadas para el empaque de la hortaliza y su protección; pueden ser nacionales o importadas, según la necesidad.
- **Semillas:** compra en el mercado local.
- **Bolsas y sacos de plástico:** de origen nacional.

C.2 Proceso de producción

- Preparación del suelo
- Siembra
- Desecho
- Cosecha
- Clasificación, limpieza y empaque.

III. MERCADO

A. Intercambio Comercial

EE.UU importa \$28 969.80 (miles de dólares) de otras raíces y tubérculos, refrigerado, congelado o seco. Costa Rica representa para el fresco el 67.6% y para el seco un 35.2%. Panamá representa uno de los grandes competidores para el tiquisque costarricense.

B. Características del Mercado de Tiquisque en los EE.UU.

Cifra de exportaciones de tiquisque a EE.UU.

\$ 50 933.75 Valor FOB (2002)

IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

A. Marco Legal

Las empresas productoras de tiquisque exportan bajo la modalidad definitiva. No utilizan ningún régimen especial que les otorgue beneficios para la exportación.

B. Régimen Arancelario

El tiquisque goza de acceso preferencial a EE.UU. por medio del ICC, por lo tanto, tiene un arancel del 0% para ingresar a ese mercado.

C. Requisitos no Arancelarios

C.1 Medidas fitosanitarias

En cuanto a las medidas no arancelarias, el tiquisque debe cumplir con los reglamentos dispuestos en la Norma Internacional del CODEX que regula sus normas de calidad y características y que se destinan al consumo humano.

V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LAS NEGOCIACIONES

A. Acceso al Mercado

A.1 Tratamiento arancelario

Es un producto que emplea a muchos pequeños productores en diversas áreas del país. El beneficio de un mercado libre de aranceles ha motivado a los exportadores a diversificarse hacia este producto. Por lo tanto, es importante el que se mantenga el acceso con 0 arancel al mercado de EE.UU.

A.2 Normas de origen

Se estima que al ser un producto que se exporta fresco para su consumo, la norma de origen debe ser siembra y cultivo en el país exportador.

B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad

B.1 Medidas no arancelarias

Así como en los otros productos agrícolas de exportación, es conveniente que no se implementen medidas restrictivas sin bases científicas y se apliquen con la debida celeridad y transparencia.

Resumen de los Objetivos de Negociación

0714.90.30.00	Tiquisque fresco, refrigerado o congelado
Acceso al mercado Tratamiento arancelario	Libre comercio con cero arancel
Norma de Origen	Cultivo en el país de origen
Medidas Sanitarias	Procurar que las leyes y reglamentos estén basadas científicamente y se atiendan en forma expedita.

SUBSECTOR COSTARRICENSE DE ÑAME



I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

A. Descripción

Sector: agrícola

Nombre científico: *Dioscorea alata*

Nombre corriente: ñame / eddoes

La especie *Dioscorea alata* es originaria de Asia, *Dioscorea cayenensis* y *Dioscorea rotundata* en África y el *Dioscorea trifida* es originaria de América Tropical.

El ñame pertenece al orden Dioscoreales, a familia Dioscoreacea la cual contiene seis géneros, pero el *Dioscorea* es el más importante con 600 especies identificadas, pero solamente 12 son comestibles.

El ñame se cultiva en altitudes desde 0 msnm hasta los 300m, con temperaturas entre 20°C-25°C, precipitaciones superiores a 2000 mm anuales, en suelos de textura franca a franca arenosa con buen drenaje, pH 5.5-6.5.

B. Clasificación Arancelaria

Capítulo 7 Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios

-0714.90.20.00 Ñame fresco, refrigerado o congelado

Paga un 14% de arancel al ingresar en Costa Rica.

Clasificación arancel EE.UU.

-0714.90.20.00 *Fresh or chilled yams, whether or not sliced or in the form of pellets*

NMF 6.4%

CBI Libre

0714.90.45.00 *Frozen dasheens/yams/arrowroot/salep/Jerusalem artichokes/similar roots & tubers (but not cassava, sweet potatoes & Chinese water chestnuts)*

NMF 6%

CBI Libre

-0714.90.50.00 *Dried dasheens, yams, arrowroot, salep, Jerusalem artichokes and similar roots and tubers nesoi, in the form of pellets*

NMF Libre

CBI No Elegible

-0714.90.60.00 *Dried dasheens, yams, arrowroot, salep, Jerusalem artichokes, and similar roots and tubers nesoi, whether or not sliced but not in pellets*

NMF 8.3%

CBI Libre

II. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

A. Cantidad de Empresas

Cantidad de empresas exportadoras: 82³⁶

Cantidad de empresas exportadoras a EE.UU: 6³⁷

B. Características de las Empresas

B. 1 Ubicación y áreas de siembra

En nuestro país se cultiva el ñame principalmente en la Región Atlántica (61.2%), también en las zonas Norte (37.9%) y Sur del país (0.9%). La época de siembra y de cosecha abarca todo el año. Para el 2001 había 1428 hectáreas sembradas con una producción anual de 178 566 unidades específicas.³⁸

C. Procesos Tecnológicos

C.1 Insumos

- **Agroquímicos:** abonos, funguicidas e insecticidas. De acuerdo a la información proporcionada por las empresas productoras, este insumo puede ser nacional o importado.
- **Cajas de cartón:** usadas para el empaque
- **Semillas**
- **Bolsas y sacos de plástico:** origen nacional

³⁶ Fuente: PROCOMER Estadística por partida incluye empresas de malanga, tiquisque y ñampí.

³⁷ Fuente PROCOMER
Fuente SEPSA

C.2 Proceso de producción

- Preparación del terreno
- Semilla
- Siembra
- Soportes
- Aporca
- Cosecha
- Limpieza, selección y empaque

III. MERCADO

A. Intercambio Comercial

EE.UU. importó un total de \$23,837.7 (miles de dólares) de ñame en el 2002. Sus principales suplidores son Jamaica y Costa Rica, que representa el 32.1% del mercado.

B. Características del Mercado del Ñame en los EE.UU.

Exportaciones de ñame a los EE.UU.

\$ 3,333,607.5 0 FOB (2002)

IV. CARACTERÍSTICAS DE LA COMERCIALIZACIÓN

A. Marco Legal

Exportan bajo la modalidad de exportación definitiva.

B. Régimen Arancelario

En la actualidad no se tienen barreras arancelarias; el producto se beneficia de las preferencias que otorga ICC.

C. Requisitos no Arancelarios

C.1 Medidas fitosanitarias

- Revisiones aleatorias por parte de los funcionarios del FDA en EE.UU.
- Permiso fitosanitario emitido por el funcionario del país exportador.
- Fumigaciones, para cumplir con los estándares de calidad que exige la FDA en EE.UU.
- Restricción del Bromuro de Metilo para el ingreso de ñame a EE.UU.

Se procurará características similares de variedad: hechos (sazón), limpios, enteros, bien formados, firmes, suaves, humedad excesiva, hongos y daños causados por yemas germinadas, libre de podredumbre, peladuras, peso individual (600 gramos en adelante) descoloraciones internas y externas, roedores, insectos, magulladuras, daños mecánicos o por otros medios.

V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN

A. Acceso al Mercado

A.1 Tratamiento arancelario

Es un producto que emplea a muchos pequeños productores en diversas áreas del país. El beneficio de un mercado libre de aranceles ha motivado a los exportadores a diversificarse hacia este producto. De manera que es importante el que se mantenga el acceso con 0 arancel en el mercado de EE.UU.

A.2 Normas de origen

Se estima que al ser un producto que se exporta fresco para su consumo, la norma de origen debe ser siembra y cultivo en el país exportador.

B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad

B.1 Medidas no arancelarias

Así como en los otros productos agrícolas de exportación, es conveniente que no se implementen medidas restrictivas sin bases científicas y se apliquen con la debida celeridad y transparencia.

Resumen de los Objetivos de Negociación

-0714.90.20.00	Name fresco, refrigerado o congelado
Acceso al mercado Tratamiento arancelario	Libre comercio con cero arancel
Norma de Origen	Cultivo en el país de origen
Medidas Sanitarias	Procurar que las leyes y reglamentos estén basadas científicamente y se atiendan en forma expedita.

SUBSECTOR COSTARRICENSE DE MALANGA



I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

A. Descripción

Sector: agrícola

Nombre científico: *Colocasia esculenta* var. *antiquorum*

Nombre común: malanga / ñampí / chamol

Es originario del sudeste asiático, entre India e Indonesia, pertenece al orden Arales, a la familia *Araceae* y al género *Colocasia*.

El ñampí o chamol es una variedad de lo que comúnmente se conoce como malanga; es una planta herbácea de hasta 2 m de altura, con un tallo central subterráneo de forma cilíndrica o esférica llamado cormo, en el cual se producen cormelos, las raíces y las hojas.

Seguidamente se mencionan los dos tipos de malanga que existen.

1. La malanga, conocida mundialmente como *dasheen* cuyo cormo puede medir 30 cm de largo y 15 de diámetro que poco cultivada en el país.
2. El tipo *eddoe* conocido como chamol o ñampí, cuya planta mide aproximadamente 1m de altura, produce estructuras pequeñas, que son lo que conocemos como ñampí o chamol, en el cormelo principal y es el tipo de mayor consumo.

El cultivo de este producto requiere un rango de temperatura entre 21°C y 27°C; las temperaturas menores a 18°C influyen negativamente en su germinación. Se adapta principalmente a condiciones bajas y húmedas y puede cultivarse tanto en suelos drenados como inundados. Las precipitaciones de 2 500 mm anuales bien distribuidas todo el año son satisfactorias para este cultivo. El tipo *eddoe* tolera mejor las condiciones de poca precipitación. Este cultivo puede crecer en todo tipo de suelo, pero los mejores resultados se obtienen en los profundos y drenados.

B. Clasificación Arancelaria

Capítulo 7 hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios

-0714.90.10.00 malanga (ñampí) fresca, refrigerada o congelada

Para el Ingreso a Costa Rica paga un 14% de arancel.

Clasificación arancel EE.UU.

--0714.90.40 *Fresh or chilled arrowroot, salep, Jerusalem artichokes and similar roots and tubers nesoi, whether or not sliced or in the form of pellets*

NMF 16%

CBI Libre

-0714.90.45.00 *Frozen dasheens/yams/arrowroot/salep/Jerusalem artichokes/ similar roots & tubers (but not cassava, sweet potatoes & Chinese water chestnuts)*

NMF 6%

CBI Libre

-0714.90.50.00 *Dried dasheens, yams, arrowroot, salep, Jerusalem artichokes and similar roots and tubers nesoi, in the form of pellets*

NMF Libre

CBI No Elegible

-0714.90.60.00 *Dried dasheens, yams, arrowroot, salep, Jerusalem artichokes, and similar roots and tubers nesoi, whether or not sliced but not in pellets*

NMF 8.3%

CBI Libre

II. CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

A. Cantidad de Empresas

Cantidad de empresas exportadoras: 82³⁹

Cantidad de empresas exportadoras a EE.UU.: 3⁴⁰

B. Características de las Empresas

B.1 Ubicación y áreas de siembra

El ñampí se cultiva con excelentes resultados y con fines de exportación en la zona Atlántica, pero también se produce en la Zona Norte, Brunca y Central; en la zona de Alajuela se han observado buenos rendimientos con la producción de cornelos de

³⁹ Fuente: PROCOMER estadísticas por partida, incluye empresas de ñame, tiquisque y ñampí.

⁴⁰ Fuente: PROCOMER

excelente calidad. Las plantaciones de malanga para el 2001 alcanzaron un área de 598 hectáreas con una producción de 2455 unidades especificadas.⁴¹

La plantación se puede hacer al inicio de las lluvias en marzo, abril o mayo; sin embargo, para fines de exportación es conveniente que el agricultor investigue los precios del mercado internacional para definir su época de siembra.

C. Procesos Tecnológicos

C.1. Insumos

- **Agroquímicos:** abonos, fungicidas e insecticidas. De acuerdo a la información proporcionada por las empresas productoras, este insumo puede ser nacional o importado.
- **Cajas de cartón:** se usan para el empaque.
- **Semillas:** origen nacional.
- **Bolsas y sacos de plástico:** origen nacional

C.2 Proceso de producción

- Propagación
- Preparación del suelo
- Siembra
- Deshija
- Cosecha
- Selección, limpieza y empaque

III. MERCADO

A. Intercambio Comercial

EE.UU. importa \$28 969.80 (miles de dólares) de otras raíces y tubérculos, refrigerado, congelado o seco. Costa Rica representa para el fresco el 67.6% y para el seco un 35.2%.

B. Características del Mercado de Malanga en Estados Unidos.

- Cifra de exportaciones de malanga a EE.UU.

\$ 6 937 346.4 Valor FOB (2002).

IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

A. Marco Legal

Las empresas productoras de malanga al igual que la mayoría de las raíces y tubérculos, exportan bajo la modalidad de exportación definitiva, por lo cual no gozan de ningún beneficio para la exportación de su producto.

⁴¹ Fuente: SEPSA

B. Régimen Arancelario

La malanga goza de acceso preferencial a Estados Unidos por medio del ICC, por lo tanto, tiene un arancel del 0% para ingresar a ese mercado.

Se menciona la prohibición de importación temporal de cajas de cartón en Costa Rica lo cual aumenta los costos de producción y por ende disminuye la competitividad del sector en el extranjero.

C. Requisitos no Arancelarios

C.1 Medidas Fitosanitarias

- Presentación de certificados fitosanitarios al MAG.
- Fumigaciones necesarias para cumplir con estándares de calidad e inocuidad de los alimentos.
- Revisiones aleatorias por parte de funcionarios del FDA.

V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LAS NEGOCIACIÓN

A. Acceso al Mercado

A.1 Tratamiento arancelario

Al igual que en los otros tubérculos, este producto emplea a muchos pequeños productores en diversas áreas del país. El beneficio de un mercado libre de aranceles ha motivado a los exportadores a diversificarse hacia este producto. De manera que es importante el que se mantenga el acceso con 0 arancel en el mercado de EE.UU.

A.2 Normas de origen

Se estima que al ser un producto que se exporta fresco para su consumo, la norma de origen debe ser siembra y cultivo en el país exportador.

B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad

B.1 Medidas no arancelarias

Así como en los otros productos agrícolas de exportación, es conveniente que no se implementen medidas restrictivas sin bases científicas y se apliquen con la debida celeridad y transparencia.

Resumen de los Objetivos de Negociación

-0714.90.10.00	Malanga (Ñampi) fresca, refrigerada o congelada
Acceso al mercado Tratamiento arancelario	Libre comercio con cero arancel
Norma de Origen	Cultivo en el país de origen
Medidas Sanitarias	Procurar que las leyes y reglamentos estén basadas científicamente y se atiendan en forma expedita.

RECOMENDACIONES GENERALES DE PRODUCTORES Y EXPORTADORES DE RAÍCES Y TUBÉRCULOS

Hay un nuevo elemento que se debe considerar en las negociaciones: la Ley de Bioterrorismo de EE.UU. que entrará en vigencia el 12 de diciembre del 2003. De acuerdo con ella, las empresas productoras así como sus procesos de producción deberán registrarse para garantizar su entrada a EE.UU.

También, esa ley exige el aviso previo del envío de la carga por medio electrónico 48 horas antes del embarque. Esto se vuelve un obstáculo para nuestros exportadores, pues muchos de ellos carecen de acceso a un buen servicio de comunicación y conexión en red, lo cual podría negarles el ingreso al mercado estadounidense. Por tal razón, es necesario informar al sector involucrado sobre este aspecto.

Para cumplir con lo estipulado por esa ley y otros requisitos, se sugiere implementar un sistema de preinspección y precertificación de la mercancía en territorio costarricense (plantas de exportación) con estándares y autoridades de las instituciones y competencias de EE.UU. con la colaboración del sector público y del privado en las materias siguientes.

- fitosanitaria, calidad e inocuidad,
- origen,
- fraude comercial,
- narco actividad,
- protección civil,
- bioterrorismo.

Eso disminuiría los retrasos y costos que implican la detención en el puerto de llegada y garantizaría las exigencias en seguridad alimentaria, ciudadana y aduanas entre otras.

Además, hay que tomar en cuenta que la evasión de responsabilidades de un sector de los productores y exportadores costarricenses crea una competencia desleal a nivel interno que debe atenderse de manera inmediata para garantizar la alta competitividad y los bienes en común de la base obrera del país, así como la sostenibilidad de las empresas que sí son responsables con esas obligaciones.

De ahí que tener mejores controles cruzados para garantizar los intereses de ambas naciones, será de enorme impacto para el intercambio comercial entre los dos mercados.

Por otra parte, se plantea el tema del alto porcentaje de cargas sociales que se aplican en el país, contrario a los demás países centroamericanos -competidores- que tienen ventaja absoluta en este rubro, ya que poseen condiciones de trabajo inferiores a las exigidas en Costa Rica.

También se vislumbra un panorama de triangulación que no cumple estrictamente las normas y regulaciones, tanto del país exportador como del país importador; por eso, para evitar la exportación triangulada de mercancías que no cumplan la regla de origen, es necesario manejar óptimamente este tema.

Es preciso implementar un mecanismo de precio justo para los productores y exportadores mediante medidas de control, de manera que se paguen los precios idóneos con base en los costos fijos y variables, en el nivel de operación del producto objeto del comercio. Esto permitirá que el exportador sea reconocido por su esfuerzo y dedicación para mantener las fuentes de trabajo, lo que repercutirá en beneficio de las partes negociadoras.

Debe considerarse que para ser exitosos y competitivos en este mercado, la necesidad de identificar y desarrollar un planeamiento sobre oferta exportable, que conlleve a un reordenamiento productivo y de control de siembras por tipo de producto, zona geográfica y volumen de oferta, con base en la demanda del consumidor, no puede obviarse.

Se requiere establecer sistemas cruzados mediante el apoyo de instituciones de EE.UU. y de Costa Rica (aduanas, agricultura federal o estatal, compañías fumigadoras que intervienen en el proceso) que otorguen garantía de las condiciones en que arriban las mercancías a los puertos, con el fin de asegurar el pago justo y oportuno de la transacción pactada, sin que medien criterios subjetivos que permitan evadir las responsabilidades asumidas. A la vez, esto no perjudica la liquidez del capital de trabajo necesario para el sector productivo, que carece de condiciones financieras en el sistema bancario nacional.

También es importante que se investigue la inversión extranjera, para evitar el establecimiento de empresas fantasmas o algunas prácticas contrarias al comercio justo. Es importante que exista transparencia con respecto al ingreso de dinero a nuestro país levantando el secreto bancario. El sector agrícola es uno de los más susceptibles a manejar concentración de riqueza, lo que no permite a los agricultores tener acceso a los beneficios del comercio internacional.

CUADRO 12. INTERCAMBIO COMERCIAL DE RAÍCES Y TUBÉRCULOS

Producto: Raíces y Tubérculos
Costa Rica: Intercambio Comercial con los Estados Unidos
(en miles de US\$)

	1998	1999	2000	2001	2002
EXPORTACIONES	45 838.22	35 610.66	36 258.95	42 458.24	39 112.88
IMPORTACIONES	54.09	5.54	N/E	19.28	3.60

Producto: Raíces y Tubérculos
Estados Unidos: Intercambio Comercial con Centroamérica
(en miles de US\$)

	1998	1999	2000	2001	2002
EXPORTACIONES	54.09	5.54	N/E	19.28	29.08
IMPORTACIONES	49 215.64	38 006.46	38 661.26	45 691.64	42 527.79

Fuente: Área de Comercio y Agronegocios del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)
con base en *Magic de CEPAL*

SUBSECTOR COSTARRICENSE DE SÁBILA



I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

Sector: agroindustrial

Nombre científico: *Aloe vera*.

Nombre corriente: sábila

Esta planta es acaulescente con tallos de 30cm a 50cm de largo y de 4cm a 8 cm de diámetro, prolíferos desde la base, formando frecuentemente largas colonias; hojas en rosetas densas, extendidas o ascendentes, muy carnosas y turgentes con un jugo coloreado acuoso amargo; además son un tanto glaucas, a veces moteadas cuando son jóvenes, casi planas por encima, convexas por debajo, largamente atenuadas, hasta de 40cm a 50 cm de largo y 6cm a 8 cm de ancho en la base, los márgenes presentan dientes blanquecinos deltoides de 2mm a 3mm de largo y entre 1cm a 1.5 cm de separación; inflorescencia glabra, simple o poco ramificada, el pedúnculo mide de 60cm a 90cm de alto, con unas pocas brácteas ovadas y escariosas; tienen un racimo hasta de 50cm de largo, con muchas flores, las flores son amarillas, péndulas; brácteas florales ovadas, agudas, de 10mm -12mm de largo, reflexas; pedicelos de 5 cm de largo, articulados en el ápice, con las brácteas persistentes después de que caen las flores; perianto con un largo de 2.5cm a 3.3 cm, subtrigono, cilíndrico, los segmentos connados casi hasta la mitad, subagudos en el ápice, 3-estriados, verdosos en los márgenes y en el ápice; estambres apenas exsertos; ovario sésil; fruto espumoso; semillas negras.

Usos: la sábila contiene principios activos útiles. Su extracto se usa como acondicionador de la piel. Asimismo, contiene un látex usado como purgante, la penca en refresco o asada o el jugo se aplican localmente en las inflamaciones producidas por golpes, por lo que también tiene un uso medicinal.

B. Clasificación arancelaria

El extracto de sábila clasifica en el Capítulo 13 del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías: "Gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales"

- Otros Jugos y extractos vegetales: 1302.19.90.00

II. CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN

A. cantidad de Empresas

Productores: 5 empresas⁴²

Cantidad de empresas exportadoras: 1 empresa²

Cantidad de empresas exportadoras a los EE.UU.: 1 empresa³

B. Características de las Empresas

B.1 Empleo y tamaño de las empresas

La única compañía procesadora y exportadora de este producto en el país es la empresa Sábila Industrial Sociedad Anónima, la cual es considerada una empresa mediana; tiene su casa matriz en los EE.UU.

Con respecto a la mano de obra total se estima que genera 154 empleos directos. Los mismos se distribuyen en un 58% mano de obra masculina y un 42% de empleo femenino.

B.2 Ubicación y área de siembra

La principal zona de producción en Costa Rica es la Región Chorotega; la planta industrial se localiza en Liberia y tiene un área productiva de 313 hectáreas.

C. Procesos Tecnológicos

C.1 Insumos

Como resultado de la información recopilada mediante las entrevistas realizadas a la empresa exportadora de sábila, se comprobó que los principales insumos utilizados en su proceso productivo son los que se mencionan seguidamente.

- **La hoja de sábila:** insumo completamente nacional
- **Alcohol:** se compra localmente
- **Bolsa plásticas:** adquiridas en el mercado nacional
- **Cajas de cartón:** se utilizan para el empaque y embalaje del producto, son adquiridas en el mercado nacional

C.2 Proceso de producción

El proceso de producción consta básicamente de los pasos que seguidamente se explican.

Esta especie no requiere de condiciones especiales de preparación del suelo, por lo que se puede utilizar cualquier sistema donde se puedan crear las condiciones adecuadas que aseguren el enraizamiento y contribuyan a su crecimiento y

⁴² Datos suministrados por Sábila Industrial S.A.

desarrollo. Esto se logra conservando la estructura del suelo, manteniendo sus características físicas, químicas y biológicas y evitando todo tipo de erosión. Esa operación debe comenzar con no menos de 45 días de antelación a la fecha programada para la plantación, considerando que las diferentes labores que comprende se ejecuten cuando el terreno no esté muy húmedo o seco.

Aunque esta planta es poco exigente en cuanto a los tipos de suelos, requiere ser plantada a plena exposición solar, pues necesita alta luminosidad para su desarrollo. Estudios realizados mostraron mayores rendimientos de hojas por planta con espaciamientos de 70 cm entre hileras y 50 cm entre plantas, equivalentes a 28 570 plantas/ha. Si bien, los rendimientos fueron altos con esta densidad de plantación, la recolección es difícil por la longitud que alcanzan sus espinosas hojas (hasta 50 cm de largo); así, la experiencia ha demostrado la necesidad de ampliar la distancia entre surcos para facilitar esta operación.

La hoja de sábila se somete a un proceso de centrifugado hasta convertirla en polvo; el agente separador químico de los líquidos y los sólidos (separación de carbohidratos) que se utiliza es alcohol de 95 grados. El polvo de sábila se empaca en cajas de cartón selladas con cinta especial y se exporta.

III. MERCADO

A. Intercambio Comercial

El mercado de EE.UU. consume el 80% de la sábila costarricense, según datos del 2002. Posteriormente, los demás destinos de exportación en orden de importancia son Corea, Japón y Taiwán. Las exportaciones al mercado estadounidense se iniciaron en el 2002 por un monto de US\$32 mil.

En los últimos cinco años, se registran importaciones desde los EE.UU., las cuales se han incrementado en más del 50% desde 1998.

CUADRO 13. INTERCAMBIO COMERCIAL DE SÁBILA

Producto: Sábila (1302.19)
Costa Rica: Intercambio Comercial con Estados Unidos
en Miles de US\$

	1998	1999	2000	2001	2002
EXPORTACIONES	N/E	N/E	N/E	N/E	32.50
IMPORTACIONES	102.24	109.60	277.37	298.39	572.54

Producto: Sábila (1302.19)
Estados Unidos: Intercambio Comercial con Centroamérica
en Miles de US\$

	1998	1999	2000	2001	2002
EXPORTACIONES	755.98	575.51	1019.39	791.42	1 597.75
IMPORTACIONES	48.14	24.79	19.39	5.24	44.97

Fuente: Área de Comercio y Agronegocios del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) con base en *Magic* de CEPAL

B. Características del Mercado de la Sábila en los Estados Unidos

Ha comenzado a ser un producto agrícola y de consumo de gran importancia comercial en los EE.UU.

En la industria alimentaria se usa como saborizante en muchos productos, incluyendo las bebidas alcohólicas (licores de raíces amargas, licores, vermut) y las no alcohólicas, también se usa en postres de productos lácteos congelados, caramelos, productos horneados, gelatinas y pudines.

En los EE.UU. también se ha vuelto importante entre todo tipo de cosméticos: emolientes, lociones, champús, a veces se utiliza en combinación con la "jjoba".

La compañía norteamericana *Forever Living (FL)*, con sede en Texas, que acapara el 85% del mercado internacional de productos extraídos de esta planta, fue fundada en 1978 después de patentar el proceso de estabilización de la sábila a partir de la pulverización de su gel por medio de secado en frío. Como una manera de garantizar su pureza, la empresa utiliza sólo el cristal y descarta las cortezas y el líquido tóxico llamado aloína, con significativas consecuencias en el tracto intestinal.

Esta compañía está presente en más de 70 países del planeta y cuenta con el aval del Consejo Internacional de la Ciencia de la Sábila, que desde 1982 lleva adelante investigaciones sobre los atributos de la planta, al mismo tiempo que certifica la pureza de los contenidos manufacturados. Se abastece con materia prima proveniente de República Dominicana, Dallas y Arlintong -en Texas-, México y Filipinas.

La FL ha logrado registrar hasta los artículos más insospechados. Su línea de salud y belleza está conformada por 37 productos, que van desde los más cercanos al estado natural como jugos, hasta artículos sofisticados como cremas reductoras y lo que han denominado "cirugía sin bisturí", conformada por humectantes especiales, todo esto sin contar con su marca de maquillaje antialérgica y nutritiva.

IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

A. Marco Legal

La empresa dedicada a la exportación de este producto goza de incentivos a la exportación bajo el régimen de zona franca, por lo tanto, no comercializa el producto en el mercado nacional, aunque podría vender el 25% de la producción en este mercado, pero los controles son tan rígidos que dificultan esta posibilidad.

B. Régimen Arancelario

Este producto está exento del pago de aranceles a la importación al mercado de EE.UU. y para la importación al mercado de Costa Rica.

C. Requisitos no Arancelarios

C.1 Medidas sanitarias y fitosanitarias

- Presentación de los certificados sanitarios y fitosanitarios

Además existen los siguientes requisitos:

- requisitos técnicos para empaquadoras de productos vegetales de exportación
- procedimientos para la exportación de plantas y productos vegetales en punto de salida terrestre o fluvial;
- requisitos técnicos para la exportación de plantas y productos vegetales en punto de salida marítimo;
- procedimientos para la inspección y certificación en finca o lugar de empaque de los productos vegetales de exportación;
- requisitos técnicos para empaques y medios de transporte de plantas y productos vegetales de exportación.

El fundamento legal es la Ley de Protección Fitosanitaria No 7664.

C.2 Obstáculos técnicos al comercio

-Implementación de nuevas regulaciones de seguridad

La Ley contra el Bioterrorismo, que incluye un gran número de disposiciones que contribuyen a preservar la seguridad de EE.UU.

Las normativas se aplican a todas las instalaciones para todos los productos de alimentación humana y animal regulados por la FDA de ese país, incluidos los suplementos de la dieta, las leches maternizadas, las bebidas y los aditivos alimenticios.

V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN

Las exportaciones de sábila en Costa Rica han sido realizadas por una sola empresa y representan un rubro en crecimiento dentro de las exportaciones totales. Es una industria nueva que tiene posibilidad de desarrollarse y extender el cultivo de este producto constituyendo un potencial para la inversión.

A pesar de que las empresas productoras en EE.UU. son muy grandes, como el caso de la compañía norteamericana *FL*, que abarca el 85% del mercado internacional de productos extraídos de esta planta, las exportaciones costarricenses se han posicionado de forma exitosa desde el 2002.

Los intereses exportadores de sábila en Costa Rica dentro del TLC con los EE.UU. se presenta con las siguientes posiciones.

A. Acceso al Mercado

A.1 Tratamiento arancelario

El extracto de sábila se comercializa en ambas vías sin aranceles, de manera que la existencia de este libre mercado debe mantenerse para permitirle a esta industria desarrollarse y expandirse.

Debido al interés del consumidor estadounidense de este producto para propósitos medicinales, esta condición de libre acceso se convierte para EE.UU. en una oportunidad para abastecer su demanda creciente.

A.2 Normas de origen

Debido a su competencia internacional tanto de EE.UU. como de otros países, el interés de los productores y exportadores nacionales es que el proceso de producción confiera el origen.

B. Medidas Sanitarias y de Inocuidad

Exigir que para la importación de productos de EE.UU. se cumpla con las reglamentaciones sanitarias de higiene y calidad que se demandan tanto a nivel nacional como internacional.

C. Normas Técnicas y Procedimientos

A pesar de que la Ley de Bioterrorismo no afecta directamente a los productos con fines medicinales, es importante manifestar la preocupación para que la aplicación de dichas disposiciones no atrasen la entrada de este producto al mercado en el caso de que se considere que es un aditivo para algunos alimentos preparados.

Resumen de los Objetivos de Negociación

1302.19.90.00	Extracto de sábila
Acceso al mercado Tratamiento arancelario	Libre comercio con cero arancel
Norma de Origen	Proceso confiera origen
Medidas Sanitarias	Procurar el cumplimiento de las leyes y reglamentos en forma expedita y con bases científica
Normas Técnicas y procedimientos	Evitar atrasos, discrecionalidad y discriminación en la aplicación de la nueva ley de bioterrorismo

SUBSECTOR COSTARRICENSE DE PESCADO



I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

A. Descripción

Sector: pesca

Nombre: pescado fresco o refrigerado, pescado congelado, filetes frescos o congelados, crustáceos frescos, refrigerados o congelados

B. Clasificación Arancelaria

Capítulo 03 – Partidas 0302, 0303, 0304 y 0306

De las empresas encuestadas se definieron los productos que mayormente se exportan ellos son:

Atún aleta Amarilla:	0302.32.00.00
Dorado:	0302.69.30.00
Tilapia entera:	0302.69.70.00
Tilapia en filete:	0304.10.00.99
Langosta:	0306.11.11.90
Cola de langosta:	0306.11.13.00
Camarón:	0306.13.11.90

II. CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN

A. Cantidad de Empresas

- Pescados y Langostas	35 empresas
- Camarones y Langostinos	13 empresas

Cantidad de empresa que exportan a Estados Unidos

- Pescados y Langostas	23 empresas
- Camarones y Langostinos	8 empresas

B. Características de las empresas

B.1. Empleo y tamaño de las empresas

La pesca en Costa Rica es realizada por alrededor de 3 700 botes artesanales pequeños y medianos y 77 barcos industriales⁴³.

Se estima en 8 800 las fuentes de empleo directo generado como resultado de la pesca; a esto hay que agregar los generados por el cultivo y la actividad de procesamiento y exportación de peces y crustáceos, que según datos de INCOPECA / CNP, solo para la pesca de extracción asciende a 15 000 personas aproximadamente⁴⁴.

En el caso de las especies cultivadas como la Tilapia, truchas y camarones existen en la actualidad 772 acuicultores registrados según la información que proporcionó INCOPECA. Estos acuicultores emplean, a la vez, gran cantidad de personas para el mantenimiento de las fincas y estanques así como para la cosecha del producto.

Las empresas que se encuestaron manifestaron que han realizado distintos montos de inversión en este campo que van desde los \$5 mil dólares hasta los \$5 millones de dólares, lo que demuestra que hay una gran diferencia entre las empresas, según la especie del producto a la que se dediquen. Las más grandes se dedican al procesamiento de atún y a cultivos de tilapia. En esta última actividad, el tamaño de la finca determina la inversión.

Los valores exportados por estas empresas y la cantidad de empleados también difieren mucho en relación con el producto final, por lo tanto, en este sector se tienen pequeñas y medianas empresas, con 10 a 30 empleados, así como algunas de gran tamaño que emplean de 50 y hasta más de 100 empleados. Entre estas últimas se encuentran las exportadoras de camarón y las de tilapias.

B. 2. Ubicación de las empresas

Las principales zonas de producción pesquera para exportación se encuentran en el Pacífico del país. La mayoría de los barcos artesanales tienen su base de operaciones en Puntarenas (67.6%). Otras áreas del litoral pacífico donde descargan la producción pesquera de Costa Rica son Cuajiniquil, playas del Coco, Quepos y Golfito. En el litoral Atlántico el principal desembarque es en Limón, donde se observa menor producción, la cual básicamente consiste en extracción de langosta.⁴⁵

Algunas empresas exportadoras compran productos de los pescadores independientes y los procesan en distintos puntos del país.

⁴³ INCOPECA

⁴⁴ INCOPECA / CNP Documento de trabajo

⁴⁵ INCOPECA

C. Procesos tecnológicos

C.1. Insumos

Como resultado de la información recopilada mediante entrevistas realizadas a las empresas exportadoras, se desprende que los principales insumos utilizados son:

- **Bolsas plásticas:** nacional
- **Cajas de cartón:** nacional
- **Hielo:** nacional
- **Etiquetas:** nacional
- **Gel para mantener frío:** nacional e importado (EE.UU.)
- **Alimento preparado:** nacional
- **Productos de limpieza (desinfectantes, jabones y otros):** nacional

C.2. Proceso de producción

El proceso de producción consta básicamente de los siguientes pasos esenciales:

- Pesca y compra a proveedores (nacionales e internacionales)
- Producción y crecimiento en el caso de tilapia y camarones cultivados
- Limpieza
- Corte y fileteado
- En algunos casos secado
- Congelación y empaque
- Exportación

III. Mercado

A. Intercambio Comercial

Entre los bienes no tradicionales de exportación de Costa Rica se encuentran los pescados, mariscos y crustáceos. Estos productos, a diferencia de la tendencia de las exportaciones totales, que decrecieron entre 1997 y el 2000, han venido regularmente creciendo hacia el mercado de EE.UU.

El país exporta principalmente filete de pescado fresco o congelado, dorado fresco y camarones. Este último producto se ha visto afectado por la aparición de la enfermedad conocida como "mancha blanca" en el camarón de cultivo.

Además de EE.UU., se exporta a Hong Kong, China y Taiwán, pescado seco, aletas de tiburón y tiburón congelado. Sin embargo, el mercado americano absorbe el 72% del total de nuestras exportaciones. En la cifras de exportación de PROCOMER se destaca, en los últimos años, el crecimiento de las ventas de tiburón congelado a México.

Costa Rica exporta más productos del mar a EE.UU. de los que importa, como se muestra en el cuadro siguiente y básicamente se trata de pescado procesado.

Del total de las importaciones de pescado y mariscos de EE.UU. procedentes de Centroamérica Costa Rica representa el 19.37%. En la encuesta realizada, los exportadores identifican como sus principales competidores en el mercado americano a Ecuador, Panamá, Guatemala, Honduras, China, Nicaragua, Taiwán, Perú y Brasil.

CUADRO 14. INTERCAMBIO COMERCIAL DE PESCADOS Y MARISCOS

Producto: Pescados y Mariscos (Capítulo 03)
Costa Rica: Intercambio Comercial con los Estados Unidos
(en miles de US\$)

	1998	1999	2000	2001	2002
EXPORTACIONES	57 025.57	59 336.90	78 595.93	78 112.2	80 886.42
IMPORTACIONES	1 036.48	670.84	420.48	425.00	521.12

Producto: Pescados y Mariscos (Capítulo 03)
Estados Unidos: Intercambio Comercial con Centroamérica
(en miles de US\$)

	1998	1999	2000	2001	2002
EXPORTACIONES	6 257.92	9 943.15	11 348.38	6 550.86	2 782.62
IMPORTACIONES	396 911.94	380 745.04	436 975.03	414 986.52	417 448.87

Fuente: Área de Comercio y Agronegocios del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) con base en Magic de CEPAL

B. Características del Mercado de Pescado en Estados Unidos

EE.UU. se encuentra entre los países importadores y exportadores de pescados y mariscos. Según datos de un estudio de mercado realizado en Colombia, con base en datos de USDA, este mercado representa más de US\$9,7 billones y ha observado un crecimiento del 26% anual desde 1997.

El consumidor americano muestra preferencias por los filetes de pescados de especies de mar más conocidos, tales como pargo, mero y corvina y de crustáceos, camarones, langostinos y langostas. De los peces de agua dulce, la especie más conocida es la trucha (que es una especie nativa): tilapia es poco conocida por el consumidor común y tiene mejor mercado en los restaurantes; sin embargo, este mercado ha venido creciendo en los últimos 10 años y se calcula que llega a una tasa del 20% anual.

Taiwán es el principal proveedor de tilapia al mercado americano, seguido por China, Ecuador, Costa Rica e Indonesia.⁴⁶

⁴⁶ Departamento de Comercio de Los Estados Unidos, US Census Bureau.

IV. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

A. Marco Legal

Las empresas procesadoras y exportadoras de productos del mar y del cultivo en su mayoría no utilizan regímenes especiales de exportación. Sin embargo, una de las empresas exportadoras de tilapia encuestada está ubicada en zona franca, obteniendo los beneficios que este régimen otorga.

La actividad pesquera y de cultivo pueden beneficiarse de las exoneraciones de insumos tales como alimentos para el cultivo de peces y otros otorgados en virtud de la exoneración de tributos y sobretasas a la importación de maquinaria, equipo e insumos para la actividad agropecuaria (Reglamento al artículo 5 de la Ley 7293).

El artículo 5 de la "Ley reguladora de todas las exoneraciones vigentes, su derogatoria y sus excepciones, No 7293" del 31 de marzo de 1992, establece la exoneración de los impuestos de importación para la maquinaria, equipos e insumos utilizados en la actividad agropecuaria, así como las mercancías que requiera la actividad pesquera, excepto la pesca deportiva. Asimismo, se exonera de todo tributo y sobretasa, a excepción de los derechos arancelarios, las materias primas para la elaboración de los insumos para la actividad agropecuaria ⁴⁷ y para el empaque del banano. Lo anterior se regula conforme a listados de mercancías que elabora el Poder Ejecutivo.

B. Régimen Arancelario

Actualmente, los productos del capítulo 03, con excepción del atún, están libres del pago de impuestos a la importación (0% arancel) en el mercado de EE.UU., debido a que los exportadores gozan de libre ingreso a ese mercado mediante los beneficios ofrecidos por:

- a) El SGP.
- b) La ICC. El atún paga el 1% en los EE.UU.

En el caso del arancel centroamericano aplicado por Costa Rica para sus importaciones, el atún fresco (0302.3) y el atún congelado (0303.4) están libres de impuesto; los demás productos del mar frescos, congelados y secos salados pagan entre 10 y 15%. Las preparaciones y conservas de pescado (16.04) y de crustáceos y moluscos (16.05) pagan el 15%.

C. Requisitos no Arancelarios

C.1 Medidas sanitarias y fitosanitarias

Los exportadores mencionaron entre los requisitos y medidas sanitarias y de inocuidad que se les solicita, los de la lista que aparece a continuación.

⁴⁷ Para estos efectos se entiende por actividad agropecuaria las actividades agrícola, avícola, apícola, pecuaria, porcicultura y la acuícola, entre otras.

- Análisis de mercurio en el producto
- Inspección y autorización de las plantas
- Realización de análisis de calidad y temperatura del producto
- Permisos del MAG y de INCOPECA
- Contar con el sistema de análisis conocido como análisis de riesgo y de puntos críticos de control (HACCP).⁴⁸

Estas medidas son cumplidas por los exportadores y no se reportan mayores problemas en relación con ellas. Sin embargo, consideran que las restricciones para el ingreso de atún procesado constituye muchas veces un obstáculo al comercio de este producto.⁴⁹

En EE.UU. el atún se encuentra entre los productos sujetos a cuotas y contingentes. Otros productos del mar con limitaciones no arancelarias son las almejas, ostras y mejillones, para los cuales se exige un acuerdo específico bilateral para poder importarlos.

V. SITUACIÓN DEL PRODUCTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN

Las exportaciones de pescados, crustáceos y mariscos en Costa Rica han aumentado en los últimos cinco años así como el mercado para estos productos en EE.UU. También, el mercado para productos del cultivo como la tilapia se ha visto favorecido por un aumento en el consumo.

Estas actividades constituyen en muchos casos, el único ingreso para las poblaciones costeras del litoral pacífico de donde proviene la mayor proporción de la captura de Costa Rica. Casi el 85% es realizada por la pesca artesanal, lo que favorece a los pequeños pescadores del país.

A pesar de que el futuro de la exportación de pescado y crustáceo estará determinado por la disponibilidad del recurso marino (muchas veces expuesto a sobreexplotación o fenómenos climáticos) y el avance en la actividad de cultivo (que se enfrenta a enfermedades como la mancha blanca, difíciles y costosas de controlar), el mantenimiento e incremento del mercado de EE.UU. tanto para producto de la pesca como de la acuicultura, es de gran importancia para asegurar esta actividad económica, tomando en cuenta que el mercado interno aún cuando pueda aumentar, no brinda una garantía suficiente de demanda para la oferta existente.

En consecuencia, en las negociaciones del TLC con EE.UU. se deben tomar en cuenta los objetivos que seguidamente se enumeran.

A. Acceso al Mercado

A.1 Tratamiento arancelario

Mantenimiento del acceso libre del que se hace uso en la actualidad y procurar incluir el atún fresco y procesado en igual condiciones que los demás productos.

⁴⁸ Análisis de riesgo y de puntos críticos de control, HACCP por sus siglas en inglés

⁴⁹ Las áreas de pesca y los artes de pesca para el atún son regulados mediante diferentes normas internacionales y nacionales según la especie.

A.2 Norma de origen

Para determinar la norma de origen más conveniente para estos productos hay que tomar en cuenta varios elementos que se presentan a continuación.

- La disponibilidad de materia prima para productos procesados como los enlatados.
- La conveniencia de la acumulación regional.
- Los conflictos por definición de soberanía en áreas de pesca.
- La actividad de los barcos pesqueros abanderados en los países signatarios.

En consecuencia, las alternativas de norma de origen serían en el caso de fresco refrigerado o congelado.

- Producto capturado o cultivado en el territorio nacional y sus aguas continentales legalmente reconocidas.
- Producto de aguas continentales de los países de la región centroamericana

En el caso de producto seco, salado o procesado de otra forma:

- porcentaje de materia prima importada;
- materia prima proveniente de cualquiera de las partes;
- materia prima nacional o producto de la pesca en aguas internacionales.

Para producto cultivado

- A partir de la larva nacional
- Crecido y cosechado en el país

Resumen de los Objetivos de la Negociación

Capítulo 03	Pescado, crustáceos y moluscos
Acceso al mercado Tratamiento Arancelario	Libre comercio con cero arancel incluyendo el atún
Norma de Origen	A definir con la industria
Medidas Sanitarias	Evitar la discrecionalidad y procurar su cumplimiento con la debida asistencia
Normas Técnicas	Evitar atrasos, discrecionalidad y discriminación. Proporcionar la asistencia y la información a tiempo Asistencia técnica para mejorar sistemas de inocuidad y trazabilidad.

² Mayores a \$200, año 2002. Fuente: PROCOMER

³ Fuente: PROCOMER

ANEXO 1
FORMULARIO DE CONSULTA PARA ELABORACIÓN DE POSICIONES

I. INFORMACION SOBRE LA EMPRESA

1. Nombre:		2. Ubicación:	
3. Sector productivo:		Menor Desarrollo Relativo:	Mayor Desarrollo Relativo:
4. Régimen de exportación:			
5. Incentivo o beneficio:			
6. Inversión en el último año: \$		8. Cantidad total de empleados:	
7. Inversión total proyecto: \$		Administrativos:	Operarios:
Extranjera: %	Nacional: %	Género femenino:	Género masculino:
9. Año establecimiento empresa:		10. Año inicio de exportaciones:	

II. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO Y LA COMPETENCIA

1. Producto final:		
2. Clasificación arancelaria (8 ó 10 dígitos)	Costa Rica:	Estados Unidos:
3. Descripción del producto:		
4. Descripción del proceso productivo:		

5. Composición del producto (por orden de importancia de sus insumos):

Insumo / Nombre	Clasificación	Nacional / Importado	% Incorporado producto final
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			

6. Países competidores de su producto (por orden de importancia):

1.	6.
2.	7.
3.	8.
4.	9.
5.	10.

7. Barreras Arancelarias:

1.
2.
3.
4.
5.

8. Barreras No Arancelarias:

1.
2.
3.
4.
5.

9. Medidas Sanitarias y Fitosanitarias:

1.
2.
3.
4.
5.

10. Obstáculos Técnicos al Comercio:

1.
2.
3.
4.
5.

11. Posición Negociadora (si la tiene):

12. Posición Alternativa:

Observaciones:

Realizada por: _____ **CAMARA DE EXPORTADORES DE COSTA RICA**

Firma: _____ Fecha: _____

Este formulario tiene el único propósito de recabar información útil para la elaboración de las diferentes posiciones del sector exportador costarricense en la negociación del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos. Dicha información será utilizada con la más alta discreción por el personal de nuestra organización.

ANEXO 2. EEUU: Importaciones desde Costa Rica de productos seleccionados (1990-2002), miles US\$

Producto	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	1995	1994	1993	1992	1991	1990
03	80 896.42	78 112.72	78 595.93	59 336.90	57 025.57	73 772.93	57 101.61	41 269.31	44 240.63	36 136.07	34 824.33	38 032.27	41 982.46
Pescado y Mariscos	1.02%	0.99%	0.96%	0.82%	0.85%	1.14%	1.02%	0.71%	0.76%	0.72%	0.73%	0.81%	0.95%
Participación mercado ¹													
0603	15 201.01	14 705.05	19 428.90	19 378.31	18 992.58	17 973.99	16 310.51	14 979.18	15 059.87	11 639.34	6 972.05	7 027.87	8 475.68
Flores	2.81%	2.60%	3.16%	3.26%	3.09%	3.02%	2.85%	2.93%	3.58%	3.05%	2.72%	2.96%	2.76%
Participación mercado													
0604	2 457.02	3 207.27	5 149.30	4 459.22	1 508.46	1 176.65	624.73	584.25	1 017.43	1 748.96	860.40	436.68	169.45
Heliocitos y Foliajes	2.83%	3.63%	5.97%	5.79%	1.98%	1.66%	0.95%	0.98%	2.01%	3.47%	1.91%	1.00%	0.38%
Participación mercado													
0714	39 112.88	42 458.24	38 258.95	35 610.66	45 838.22	41 907.13	33 437.14	28 073.40	23 029.04	18 051.69	14 678.18	11 505.17	8 407.04
Raíces y Tubérculos	49.37%	51.17%	51.25%	53.19%	54.85%	57.12%	55.64%	55.41%	53.94%	51.20%	49.27%	39.22%	31.15%
Participación mercado													
2007	2 231.22	1 838.38	1 408.78	910.59	2 810.86	2 577.99	1 658.71	1 614.35	1 501.29	2 175.33	2 050.96	1 418.19	1 128.05
Puré de Banano	3.95%	3.32%	2.55%	1.66%	5.95%	4.96%	3.28%	3.28%	3.87%	5.75%	5.54%	3.88%	3.17%
Participación mercado													
2103	1 945.88	2 199.33	1 850.46	1 682.64	1 478.75	1 214.46	1 307.2	961.54	1 005.04	1 100.53	1 143.02	762.49	572.72
Meyonesa y Salsas	0.40%	0.53%	0.52%	0.53%	0.56%	0.52%	0.62%	0.54%	0.59%	0.73%	0.81%	0.66%	0.55%
Participación mercado en porcentaje(%)													
13021	32.52	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	48.53	14.5	0.00%	4.33	0.00%	10.35	10.03	147.41
Sábila	0.02%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.02%	0.01%	0.00%	0.02%	0.00%	0.04%	0.03%	0.43%
Participación mercado													
19053	145.11	562.49	164.41	109.71	130.79	146.69	221.07	82.08	220.90	151.96	166.46	113.78	163.79
Gelatinas	0.04%	0.14%	0.04%	0.03%	0.04%	0.06%	0.11%	0.05%	0.14%	0.11%	0.16%	0.12%	0.20%
Participación mercado													
060210	15 059.04	13 763.56	10 234.05	8 104.19	8 859.81	8 242.21	7 355.56	6 825.63	5 046.00	3 649.09	2 639.05	1 404.06	2 280.23
Esquejes	29.74%	30.43%	27.89%	27.08%	31.46%	34.82%	33.24%	37.83%	37.75%	28.72%	25.68%	10.71%	16.66%
Participación mercado													
060430	163 822.79	129 714.90	108 953.21	102 424.98	64 236.24	68 706.31	35 094.17	27 787.93	28 807.68	30 879.92	27 466.12	23 912.48	29 456.54
Piña	87.08%	84.84%	83.87%	84.93%	78.95%	78.17%	64.56%	64.63%	64.61%	62.55%	58.85%	57.65%	64.88%
Participación mercado													
060719	55 817.35	57 937.70	39 454.16	32 947.27	32 741.32	34 970.54	34 953.58	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Melón	27.31%	26.42%	18.83%	14.16%	16.54%	18.82%	22.57%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Participación mercado													
20091	36 360.46	33 717.97	39 897.51	16 481.32	27 759.12	18 065.77	10 840.27	6 969.68	3 278.78	2 448.42	3 869.83	1 736.30	5 059.15
Jugo Naranja	17.74%	17.72%	15.20%	8.87%	8.89%	8.87%	3.87%	3.83%	2.38%	1.06%	1.15%	0.64%	0.64%
Participación mercado													
06030020	4 175.18	5 139.33	4 172.62	9 046.58	474.99	3 354.06	4 281.35	4 099.54	1 980.02	1 883.45	963.76	804.21	954.78
Milano	5.43%	6.70%	5.61%	9.89%	6.00%	4.87%	7.11%	7.76%	3.77%	3.93%	2.06%	1.63%	2.14%
Participación mercado													
09101020	67 7599.00	873.96	1 153.78	2 134.17	2 044.88	3 004.23	5 289.03	2 126.51	953.97	659.60	357.56	259.72	274.65
Jengibre (not ground)	5.72%	7.06%	7.57%	15.32%	15.38%	20.89%	33.39%	14.98%	7.05%	8.86%	4.69%	3.21%	4.18%
Participación mercado													
09101040	0.00	37.81	5.1	28.00	52.416	0.00	14.775	13.966	4.321	0.00	0.00	0.00	0.00
Jengibre (ground)	0.00%	3.22%	0.82%	5.42%	9.24%	0.00%	3.50%	6.71%	0.95%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Participación mercado													
07090020	371 898.00	351.17	169 657.00	157.20	473.03	537.50	463.80	213.91	359.90	719.49	158.83	145.36	200.60
Cabaza, fresca o refrigerada	0.236%	0.23%	0.16%	0.16%	0.42%	0.63%	0.56%	0.29%	0.55%	0.88%	0.30%	0.26%	0.45%
Participación mercado													
06020090	4 265 335.00	3 623.53	4 799.04	4 252.64	4 461.51	3 634.32	4 823.81	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Otros árboles, arbustos y plantas vivas	8.90%	12.97%	11.95%	16.17%	18.96%	23.94%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Participación mercado													

Fuente: Área de Comercio y Agronegocios del IICA con base en *Magic de CEPAL*
¹ Importaciones desde Costa Rica con respecto al total de importaciones de EEUU del producto

ANEXO 3. EEUU: exportaciones a Costa Rica de productos seleccionados (1990-2002), miles US\$

Producto	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	1995	1994	1993	1992	1991	1990
03	521.12	425.00	420.48	670.84	1.036.48	824.27	1.349.39	1.003.25	811.11	1.893.41	298.63	55.76	163.45
Participación mercado ¹	0.02%	0.01%	0.02%	0.03%	0.05%	0.03%	0.05%	0.03%	0.03%	0.07%	0.01%	0.00%	0.01%
0603	17.25	6.76	11.91	25.67	20.24	5.67	-	14.5	8.12	12.54	-	18.37	-
Participación mercado	0.03%	0.01%	0.02%	0.04%	0.03%	0.01%	0.00%	0.00%	0.02%	0.03%	0.00%	0.05%	0.00%
0604	5.88	41.61	106.03	36.13	48.02	67.89	36.42	76.05	123.27	48.11	5.83	76.73	33.2
Participación mercado	0.01%	0.05%	0.13%	0.04%	0.06%	0.10%	0.05%	0.11%	0.16%	0.05%	0.01%	0.12%	0.06%
0714	3.6	19.28	-	5.54	54.09	-	-	39.4	-	-	-	22.36	-
Participación mercado	0.02%	0.12%	0.00%	0.04%	0.38%	0.00%	0.00%	0.33%	0.00%	0.00%	0.00%	0.32%	0.00%
2007	1 363.21	257.64	266.29	339.25	248.74	207.28	172.24	333.99	165.66	368.25	142.25	65.11	383.02
Participación mercado	3.05%	0.55%	0.53%	0.81%	0.56%	0.48%	0.41%	0.74%	0.42%	0.90%	0.38%	0.18%	1.50%
2103	1 347.95	884.61	1 055.92	1 061.79	959.61	975.34	1 353.07	904.58	496.20	178.13	309.19	454.15	258.67
Participación mercado	0.28%	0.19%	0.25%	0.26%	0.25%	0.26%	0.40%	0.29%	0.16%	0.07%	0.14%	0.25%	0.19%
13021	572.54	296.39	277.37	109.6	102.24	67.66	219.65	426.09	258.24	200.21	411.86	102.22	47.39
Participación mercado	8.73%	0.42%	2.23%	0.26%	0.24%	0.20%	2.38%	0.75%	1.03%	0.88%	0.70%	0.28%	0.20%
19053	807.55	437.4	802.9	668.11	322.96	178.56	271.44	351.55	707.28	741.29	230.82	94.25	53.27
Participación mercado	1.17%	0.33%	0.60%	0.51%	0.32%	0.14%	0.25%	0.36%	0.75%	0.77%	0.25%	0.14%	0.11%
060210	100.32	163.19	202.51	106.42	205.74	54.46	59.72	19.18	67.66	14.98	20.43	77.85	51.30
Participación mercado	1.06%	1.31%	1.40%	1.00%	1.54%	0.55%	0.92%	0.46%	1.35%	0.34%	0.30%	0.84%	0.82%
080430	-	-	374.68	-	-	-	-	3.68	-	-	-	-	-
Participación mercado	0.00%	0.00%	1.34%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.04%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
080719	8.63	7.7	5.04	-	10.56	-	-	-	-	-	-	-	-
Participación mercado	0.01%	0.01%	0.01%	0.00%	0.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
20091	814.95	901.93	783.95	603.16	281.97	272.48	355.68	1 014.33	1 742.91	1 699.99	942.66	617.46	267.54
Participación mercado	0.54%	0.63%	0.43%	0.32%	0.17%	0.18%	0.22%	0.66%	1.13%	1.05%	0.77%	0.54%	0.27%
08030020	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Participación mercado	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
09101020	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Participación mercado	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
09101040	0.00963	0.00372	0.04	0.00	0.01	0.00	0.01	0.01	0.01	-	-	-	-
Participación mercado	0.72%	0.19%	1.97%	0.13%	0.30%	0.15%	0.29%	0.47%	0.56%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
07090020	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Participación mercado	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
06029090	0.23246	0.01541	0.04	0.01	0.01	0.00	-	-	-	-	-	-	-
Participación mercado	0.52%	0.03%	0.09%	0.03%	0.02%	0.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

Fuente: Área de Comercio y Agronegocios del IICA con base en Magis de CEPAL

¹ Exportaciones de EEUU a Costa Rica con respecto al total de importaciones de Costa Rica del producto

ANEXO 4. EELU: Importaciones desde Centrosamrías de productos seleccionados (1990-2002), miles US\$

Producto	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	1995	1994	1993	1992	1991	1990
03													
Pescado y Mariscos	417 448.87	414 986.52	436 975.03	380 745.04	398 811.04	410 147.49	377 718.56	352 205.55	324 270.70	284 875.43	243 949.22	243 003.30	202 660.29
Participación mercado ¹	5.27%	5.27%	5.36%	5.23%	5.91%	6.33%	6.72%	6.07%	5.71%	5.29%	5.00%	5.17%	4.56%
0603													
Flores	18 414.55	16 061.74	24 963.38	25 002.04	26 540.43	25 963.13	23 691.54	22 359.70	21 679.10	16 687.14	12 301.81	10 773.31	9 800.28
Participación mercado	3.4%	3.2%	4.09%	4.23%	4.32%	4.37%	4.17%	4.37%	5.16%	4.37%	4.81%	4.56%	4.18%
0604													
Hederos y Follajes	4 037.81	5 476.77	6 907.93	5 915.30	2 747.36	2 653.62	3 065.66	1 860.28	2 393.68	2 954.43	1 997.41	1 467.20	1 493.94
Participación mercado	4.65%	6.19%	8.01%	7.67%	3.6%	3.78%	4.66%	3.11%	4.73%	5.86%	4.28%	3.37%	3.14%
0714													
Ralces y Tubérculos	42 527.79	45 691.64	38 861.26	38 008.46	49 215.64	44 156.97	34 477.87	29 404.82	24 056.95	18 289.22	14 795.83	11 623.19	8 469.45
Participación mercado	53.66%	55.06%	54.65%	56.76%	58.06%	60.16%	57.37%	58.04%	56.36%	51.86%	49.66%	39.63%	31.39%
2007													
Puré de Benano	2 487.51	1 869.72	1 437.57	1 089.49	3 084.32	3 329.27	2 390.34	2 221.59	1 964.26	2 340.64	2 382.25	1 467.82	1 186.91
Participación mercado	4.37%	3.36%	2.8%	1.99%	6.53%	6.43%	4.74%	4.46%	4.80%	6.19%	4.46%	4.03%	3.29%
2103													
Meyonesa y Salsas	2 332.36	2 351.01	2 042.06	1 768.13	1 560.64	1 312.98	1 371.92	1 102.25	1 034.38	1 119.81	1 218.66	814.09	588.28
Participación mercado	0.48%	0.56%	0.58%	0.56%	0.80%	0.56%	0.65%	0.61%	0.61%	0.74%	0.87%	0.71%	0.56%
13021													
Sábila	44.97	5.24	19.39	24.79	48.14	57.34	23.75	6.78	18.28	17.94	59.98	10.03	157.49
Participación mercado	0.02%	0.00%	0.01%	0.01%	0.02%	0.03%	0.01%	0.01%	0.05%	0.04%	0.21%	0.03%	0.46%
19053													
Galletas	592.38	1 082.23	651.38	361.08	256.67	239.78	402.44	221.23	350.34	244.07	272.38	115.39	203.93
Participación mercado	0.28%	0.25%	0.15%	0.00%	0.07%	0.00%	0.19%	0.13%	0.22%	0.16%	0.26%	0.13%	0.25%
060210													
Enquejes	28 810.03	26 500.15	19 632.19	14 947.60	14 274.40	12 113.75	11 162.13	9 359.40	6 972.56	5 477.68	4 264.26	2 777.50	3 786.46
Participación mercado	56.89%	58.59%	54.05%	49.98%	50.72%	51.16%	50.44%	51.87%	52.17%	43.12%	41.50%	21.16%	27.92%
060430													
Piña	170 125.08	138 731.32	117 302.92	110 380.09	72 736.03	74 987.56	44 803.38	37 669.19	36 902.60	38 499.99	36 304.85	31 155.13	34 914.10
Participación mercado	90.41%	68.22%	90.30%	91.53%	87.14%	87.85%	62.52%	87.82%	82.78%	77.96%	77.79%	75.11%	78.89%
080716													
Melón	153 298.78	134 744.21	121 888.28	103 195.01	95 696.74	98 916.87	79 983.94	-	-	-	-	-	-
Participación mercado	75.01%	61.44%	58.49%	44.36%	48.34%	52.68%	51.66%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
20091													
Jugo Naranja	40 077.72	38 689.30	45 200.06	17 898.86	31 718.69	21 727.53	17 505.64	9 801.58	5 338.24	4 357.71	5 932.28	2 283.08	6 482.86
Participación mercado	19.65%	20.26%	17.22%	9.32%	10.16%	10.65%	6.30%	5.38%	3.00%	1.89%	1.77%	5.27%	1.46%
06030020													
Plátano	15 786.98	14 317.13	9 958.14	12 435.31	6 705.20	4 326.85	4 981.61	5 028.19	4 020.09	2 691.70	1 734.19	1 371.30	1 809.98
Participación mercado	20.53%	18.88%	13.36%	13.60%	8.49%	6.28%	8.27%	9.55%	7.65%	5.61%	3.63%	2.76%	4.06%
09101020													
Jengibre (not ground)	902.19	1 106.20	1 381.01	2 290.76	2 518.78	5 080.44	6 715.73	2 457.66	1 047.83	735.27	434.64	321.27	314.76
Participación mercado	7.62%	8.96%	9.08%	16.44%	18.82%	35.33%	42.40%	17.29%	7.75%	9.66%	5.56%	3.97%	4.79%
09101040													
Jengibre (ground)	-	37.81	5.10	28.00	52.42	-	14.76	13.99	4.32	-	-	-	-
Participación mercado	0.00%	3.22%	0.82%	5.42%	9.24%	0.00%	3.50%	6.71%	0.95%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
07090020													
Cebalza, fresca o refrigerada	908.12	775.8	542.74	490.64	890.06	1 504.50	986.65	897.51	1 301.29	1 774.75	683.86	517.32	620.46
Participación mercado	0.58%	0.51%	0.48%	0.49%	0.80%	1.78%	1.20%	1.22%	2.00%	2.17%	1.31%	1.02%	1.39%
06026090													
Otros ábotes, arbustos y plantas vivas	6 404.70	4 697.90	6 559.93	7 091.00	7 517.35	5 651.59	6 864.50	-	-	-	-	-	-
Participación mercado	13.50%	11.07%	18.00%	19.84%	27.25%	28.96%	34.17%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

Fuente: Área de Comercio y Agravos del ICA con base en Magic de CEPAL.
¹ Importaciones desde Centrosamrías con respecto al total de importaciones de EELU del producto

Anexo 6. EEUU: exportaciones a Centroamérica de productos seleccionados (1990-2002), miles US\$

Producto	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	1995	1994	1993	1992	1991	1990
03 Pescado y Mariscos	2 782.62	6 550.86	11 348.38	9 943.15	6 257.92	7 098.04	7 768.65	5 153.27	5 681.71	8 963.31	3 436.41	3 579.70	1 254.89
Participación mercado ¹	0.10%	0.23%	0.43%	0.39%	0.31%	0.29%	0.28%	0.17%	0.20%	0.33%	0.11%	0.13%	0.05%
0603 Flores	115.50	18.88	20.84	28.22	152.35	43.60	16.71	30.99	37.79	16.14	192.11	84.17	48.71
Participación mercado	0.21%	0.03%	0.04%	0.05%	0.25%	0.07%	0.03%	0.08%	0.08%	0.03%	0.49%	0.22%	0.14%
0604 Heliños y Folajes	171.17	447.28	762.70	465.98	165.91	222.64	156.44	150.91	727.96	94.59	23.91	225.50	140.66
Participación mercado	0.20%	0.51%	0.91%	0.54%	0.19%	0.26%	0.20%	0.20%	0.95%	0.11%	0.03%	0.35%	0.25%
0714 Raíces y Tubérculos	29.08	19.28	-	5.54	54.09	3.81	-	99.30	155.59	7.06	17.90	29.02	15.79
Participación mercado	0.16%	0.12%	0.00%	0.04%	0.38%	0.03%	0.00%	0.84%	1.55%	0.08%	0.23%	0.41%	0.24%
2007 Puré de Banano	2 654.99	2 539.99	3 433.63	3 137.78	2 450.09	1 116.85	1 422.71	1 023.21	735.52	1 680.65	1 407.27	437.26	606.48
Participación mercado	5.95%	5.46%	6.89%	7.48%	5.48%	2.59%	3.35%	2.28%	1.85%	4.13%	3.83%	1.28%	2.33%
2103 Mayonesa y Salsas	10 819.51	10 357.61	13 119.26	12 779.32	7 815.41	6 355.86	4 949.92	4 609.10	4 004.51	3 574.82	2 700.29	3 153.92	2 001.79
Participación mercado	2.24%	2.21%	3.07%	3.15%	2.04%	1.68%	1.45%	1.46%	1.33%	1.49%	1.20%	1.73%	1.45%
13021 Sábila	1 597.75	791.42	1 019.39	575.51	755.98	1 050.99	824.60	1 152.43	2 289.46	1 411.79	1 162.47	349.20	676.10
Participación mercado	10.39%	2.02%	3.66%	1.29%	1.96%	2.67%	4.11%	3.72%	4.54%	3.60%	1.85%	0.94%	2.31%
19053 Galletas	2 248.96	1 840.73	2 481.64	2 941.79	1 145.96	760.19	870.05	1 251.63	2 482.95	1 862.91	1 186.57	512.33	265.89
Participación mercado	3.08%	1.41%	1.86%	2.25%	1.14%	0.61%	0.81%	1.29%	2.84%	1.95%	1.28%	0.77%	0.57%
060210 Esquejes	194.20	367.60	233.26	163.23	226.20	63.45	72.93	22.80	211.50	144.65	61.95	174.05	54.48
Participación mercado	2.06%	2.94%	1.61%	1.54%	1.69%	0.84%	1.12%	0.55%	4.22%	3.29%	0.91%	1.88%	0.87%
060430 Piña	-	3.88	374.68	-	-	-	-	3.68	10.51	5.73	-	3.45	-
Participación mercado	0.00%	0.01%	1.34%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.04%	0.22%	0.05%	0.00%	0.03%	0.00%
060719 Melón	8.63	7.70	47.06	22.98	13.64	125.88	-	-	-	-	-	-	-
Participación mercado	1.00%	0.01%	0.06%	0.03%	0.02%	0.19%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
20091 Jugo Naranja	5 046.26	2 701.19	2 569.80	3 294.47	2 685.35	2 389.89	2 664.71	3 285.10	3 752.01	3 825.00	2 158.44	1 523.65	1 097.46
Participación mercado	3.50%	1.85%	1.43%	1.74%	1.55%	1.42%	1.70%	1.95%	2.24%	2.31%	1.62%	1.68%	0.94%
06030020 Pimiento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Participación mercado	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
09101020 Jengibre (not ground)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Participación mercado	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
09101040 Jengibre (ground)	0.01	0.00	0.04	0.00	0.04	0.01	0.01	0.03	0.01	0.02	-	0.01	-
Participación mercado	0.91%	0.19%	1.97%	0.13%	1.36%	0.26%	0.56%	1.39%	0.59%	0.68%	0.00%	0.22%	0.00%
07090020 Calabaza, fresca o refrigerada	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Participación mercado	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
06029090 Otros árboles, arbustos y plantas vivas	0.26	0.03	0.05	0.02	0.02	0.02	0.07	-	-	-	-	-	-
Participación mercado	0.84%	0.15%	0.19%	0.09%	0.04%	0.05%	1.41%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

Fuente: Área de Comercio y Agronegocios del IICA con base en Magic de CEPAL

¹ Exportaciones de EEUU a Centroamérica con respecto al total de importaciones de Centroamérica del producto

SIGLARIO

ACOPEHEL	Asociación Costarricense de Productores y Exportadores de Helechos
APHIS	Servicio de Inspección de Salud Animal y Sanidad Vegetal
CADEXCO	Cámara de Exportadores Costarricenses
CANEPLANTA	Cámara Nacional de Productores y Exportadores de Plantas Ornamentales
<i>CBI</i>	<i>Caribbean Basin Initiative</i>
CEPAL	Consejo Económico para América Latina
CIPF	Convención Internacional de Protección Fitosanitaria
COMEX EE.UU.	Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica Estados Unidos de América
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación
FDA	Agencia para la Administración de Drogas y Alimentos
FL	Forever Living (compañía comercial)
HACCP	Análisis de Riesgo y de Puntos Críticos de Control
ICC	Iniciativa para la Cuenca del Caribe
IICA	Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
INCOPESCA	Instituto Costarricense de Pesca
MAG	Ministerio de Agricultura y Ganadería (Costa Rica)
NMF	Nación más favorecida (categoría arancelaria)
OMC	Organización Mundial del Comercio
PINDECO	Piñas de Costa Rica (Corporación de Desarrollo Agrícola Del Monte, S.A.)
PROCOMER	Promotora de Comercio Exterior

PYMES	Pequeñas y Medianas Empresas
SEPSA	Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria
SGP	Sistema Generalizado de Preferencias
TLC	Tratado de Libre Comercio
USDA	Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América



