

LIMÓN PERSA

FICHA N°22/UE

gtz



Programa Desarrollo Económico
Sostenible en Centroamérica
(DESCA)



I. GENERALIDADES DEL PRODUCTO

Los cítricos tienen su origen en las regiones tropicales y subtropicales de Asia, de donde se difundieron al resto del mundo.

El limón pérsico (*Citrus latifolia*) o Tahití lime como se le conoce en Estados Unidos, es una fruta relativamente nueva que aparece en los huertos de California en el siglo pasado, llevado presumiblemente por unos marineros desde la isla de Tahití, en Oceanía.

El árbol es de porte aparrado, con ramas inferiores que tienden a posarse sobre la tierra. Alcanza una altura de 6 a 7 m. y un diámetro de 5 a 6 m. Su tronco es corto y sus ramas crecen en varias direcciones por lo que es necesario realizar siempre una poda de formación.

Los frutos sin semilla, son normalmente más grandes que los del Limón nacional o "indio", como se le llama. Aunque siempre son verdes, cuando están maduros tienen un color ligeramente amarillo y son blandos al tacto.

Es la especie de los cítricos más sensible al frío, ya que es la más tropical y presenta floración casi continua. Por lo que requiere para vegetar climas de tipo semi-tropical. En los climas tropicales, el limonero crece y fructifica con normalidad, sin embargo, los frutos que produce no tienen buena calidad comercial, al ser demasiado gruesos y tener poca acidez, por ello en dichas zonas se prefiere el cultivo de la lima ácida. El clima más adecuado para el cultivo del limonero es de tipo mediterráneo libre de heladas. Los períodos de sequía seguidos de precipitaciones juegan un importante papel en la floración.

Valor Nutricional del Limón Pérsico, para un limón mediano de 2.5 Oz.

Componente	Contenido
Calorías	20
Proteínas.....	0 g
Carbohidratos	7 g
Grasa	0 g
Fibra	3 g
Sodio	1 mg
Vitamina A	< 2 g
Vitamina C.....	35%
Calcio	2%
Hierro	2%

Fuente USDA, 1980

El principal uso es el consumo en fresco, tanto para la elaboración casera de zumos y refrescos, como aliño o condimento para multitud de platos. En los últimos años se ha incrementado el uso industrial para la obtención de zumos naturales y concentrados, aceite esencial, pulpas, pectinas, flavonoides, entre otros. y últimamente la producción de ácido cítrico natural con destino a la confección de conservas naturales.

II. INDUSTRIA LOCAL

La fruticultura hondureña se localiza en los departamentos del litoral caribeño y en los de Yoro y Comayagua. El melón, la sandía y el marañón son una excepción, pues su principal producción se obtiene en la zona sur. Las frutas que han tenido mayor dinamismo en producción en la última década han sido el mango, el melón, la naranja y las limas y limones. (Fuente: Estudio de la industria agroalimentaria en Honduras. IICA, 2000).

El principal cítrico, tanto cultivado como procesado por la agroindustria, es la naranja (*Citrus sinensis*), seguida por la toronja (*Citrus paradisi*) y el limón persa (*Citrus latifolia*).

Limón Persa
No.22, Mercado: Unión Europea

De las múltiples variedades de limón existentes a nivel mundial, en Honduras la más común es el limón Persa, que se le conoce como limón sin semillas, Tahití Lime y Bears Lime. También está el limón criollo que es conocido también como limón mexicano y Key Lime, el cual produce frutos con semillas que son más pequeños que el limón Persa.

Las plantaciones comerciales existentes en Honduras están cultivadas con el limón Persa.

Según datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), en Honduras las áreas destinadas al cultivo del limón persa han incrementado en los últimos años, así mismo su producción debido al mejoramiento en la productividad del cultivo. El cultivo del limón persa se da a lo largo del año, presentando menor disponibilidad en los meses de abril y diciembre.

AÑO	AREA CULTIVADA (HA)	PRODUCCION (T)
2005	1207	9320
2006	1250	9800
2007	1300	10250
2008	1300	10250

(Fuente: FAO).

En el 2007 las exportaciones hondureñas de limón persa alcanzaron las 561 toneladas, siendo el principal mercado Estados Unidos de América (68.1% de las exportaciones totales), seguido por Francia (19.6%). Sin embargo las exportaciones en el 2008 decrecieron un 27.3%, totalizando 408 toneladas, creciendo relativamente las exportaciones al mercado de Estados Unidos de América (76.5% del total exportado) y se eliminaron las exportaciones a Francia. (Fuente: SIECA, 2009).

Algunas de las empresas exportadoras de limón persa son: Alimentos Marvisa, Frutales, Moncatex. (Fuente: Directorio de Exportadores. 9^{na} edición, FIDE).

III. DINÁMICA COMERCIAL EN EL MERCADO EUROPEO

La producción mundial de limones y limas en el 2008 alcanzó las 13.43 millones de toneladas. Los principales productores mundiales de limones y limas en el 2007 son: India (2.2 millones de toneladas), México (1.9 millones de toneladas), Argentina (1.2 millones de toneladas), Brasil (1.0 millones de toneladas) y China (842 mil toneladas). Guatemala es el mayor productor centroamericano de limones y limas (123 mil toneladas). Italia y España son los grandes productores de cítricos de la Unión Europea (UE). (Fuente FAO).

Las exportaciones de limones y limas de la UE en el 2008 ascendieron a 62,384.0 toneladas, siendo los principales destinos de exportación: Rusia (22,235.9 toneladas), Suiza (11,666.4 toneladas), Croacia (5,142.4 toneladas) y Ucrania (4,968.7 toneladas).

Las importaciones tienen mayor participación en el comercio europeo de los limones y limas, en el 2008 se importaron a la UE 488,755.2 toneladas, siendo los principales proveedores: Argentina (253,521.2 toneladas), Turquía (70,976.4 toneladas), Sur África (63,740.8 toneladas), Brasil (48,009 toneladas) y México (17,599 toneladas).

Limón Persa
No.22, Mercado: Unión Europea

De la región centroamericana, se importa limones y limas a la UE de Costa Rica (167.3 toneladas), Honduras (75.2 toneladas) y El Salvador (17.1 toneladas).

Los principales países importadores de la UE de limones y limas en el 2007 fueron: Alemania (140,911 toneladas), Francia (120,572 toneladas), los Países Bajos (130,372 toneladas). Además existen otros importadores importantes como Polonia, Reino Unido, Italia y Grecia. (Fuente: COMTRADE).

IV. DEMANDA ESTIMADA EN EL MERCADO EUROPEO

En el 2007, el mercado de frutas frescas (de consumo e industrial) en la Unión Europea alcanzó las 46 millones de toneladas. El consumo de frutas frescas es mayor a la producción, lo que significa que la UE depende de las importaciones de frutas para su consumo.

Entre los años de 2002-2007, el consumo de frutas frescas fluctuó entre 46 y 51 millones de toneladas, en general el consumo en la UE decreció en 3.3% (en volumen), según el estudio de mercado realizado por el Centro para la Promoción de las Importaciones desde países en desarrollo (CBI).

Italia y España son los grandes consumidores de frutas frescas de la UE, entre ambos acaparan un tercio del mercado total de la UE. Sin embargo son los países con menores volúmenes de importaciones, la mayor parte del consumo de frutas frescas es cubierto con la producción nacional de cada país. En el caso del limón, el mercado es cubierto principalmente con importaciones ya que los únicos productores son Italia y España.

Alemania y el Reino Unido son dos países con un alto consumo de frutas frescas y una baja producción, por lo que representan mercados atractivos a los exportadores.

El consumo de frutas frescas está compuesto principalmente de manzanas (21%), naranjas (15%), bananos (11%), duraznos y nectarinas (9%), sandías (6%), mandarinas (6%) y peras (6%). El banano es la fruta exótica más consumida en la UE, las piñas se estima que representan un 1.5% del consumo y los mangos 0.4%.

La principal tendencia que afecta el consumo de frutas en el mercado europeo es la creciente conciencia por la salud incrementando la preferencia por frutas que aporten mayores beneficios al organismo, como antioxidantes, Omega 3, fibra, por ejemplo.

Asimismo, ya que los tiempos de preparación de las comidas se han reducido por el agitado estilo de vida de los europeos, la tendencia es preferir frutas frescas ya peladas o cortadas que faciliten su consumo rápido y muchas veces fuera de casa.

La sostenibilidad es otro criterio que toma fuerza en la decisión de compra de frutas, reflejado en las crecientes compras de frutas orgánicas. Los europeos se preocupan cada vez más por los métodos de cultivo, el uso de pesticidas, el impacto social y medioambiental, por lo que el sello de comercio justo (Fair Trade) es una ventaja diferencial para cualquier producto.

Por consiguiente, los exportadores hondureños pueden encontrar oportunidades en el mercado de la UE considerando las siguientes tendencias:

- Creciente demanda por productos que benefician la salud como los vegetales y frutas frescas
- Creciente demanda de frutas de producción orgánica y/o de comercio justo, siendo ambos atributos muy bien valorados por los consumidores europeos
- Mayor consumo de frutas fuera de casa, como en restaurantes y otros canales de distribución de comidas

(Fuente: “The fresh fruit and vegetables market in the EU”, CBI, 2009).

V. REQUISITOS DE ACCESO A LA UNIÓN EUROPEA

Clasificación arancelaria:

El punto de partida para investigar los requisitos de acceso de un producto a un mercado extranjero es identificar la clasificación arancelaria dentro de la cual se ubica. Es fundamental para todo trámite de exportación que se realice una correcta clasificación del producto, ya que de la misma se derivan los cargos arancelarios correspondientes.

De acuerdo al Sistema Arancelario Centroamericano (SAC), el limón se clasifica dentro del capítulo 08 que corresponde a los “Frutos y frutas comestibles, cortezas de agrios (cítricos)”, con la partida arancelaria: **0805.50.00 “Limonos y limas”**.

Requisitos de exportación:

El exportador hondureño debe realizar una serie de trámites previos a la exportación de sus productos. El Centro de Trámites de Exportaciones (CENTREX) de la Secretaría de Industria y Comercio (SIC) facilita al exportador la realización de dichos trámites juntando una serie de instituciones en una ventanilla única de exportaciones.

Las instituciones que participan en CENTREX son:

- Secretaría de Agricultura y Ganadería (Sanidad Animal y Sanidad Vegetal).
- Banco Central de Honduras (Departamento Internacional).
- Secretaría de Industria y Comercio (Dirección General de Sectores Productivos).
- Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI).
- Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria (OIRSA).

En el siguiente cuadro se resumen los documentos que el exportador de limón deberá presentar:

DOCUMENTO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	COSTO	FORMULARIO DISPONIBLE EN
Certificado Fitosanitario de Exportación	Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG), ventanilla CENTREX.	Para la exportación de plantas vivas, productos y subproductos de origen vegetal.	L. 350.00 Además: - Timbre de cinco Lempiras del Colegio de Agrónomos de Honduras (L. 5.00)	www.sic.gob.hn

DOCUMENTO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	COSTO	FORMULARIO DISPONIBLE EN
			- Timbre fiscal de un Lempira (L.1.00)	
Registro de producción orgánica (No funciona como certificado de producción orgánica).	Departamento de Orgánica, SENASA, Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG).	Para la exportación de productos orgánicos.		www.senasa-sag.gob.hn
Declaración de Exportación	Banco Central de Honduras, ventanilla CENTREX.	Para la exportación de cualquier producto.		www.bch.hn
Declaración de Ingreso de Divisas	Institución Bancaria con la que se hizo la operación.	En caso que las exportaciones de cualquier producto sean realizadas en forma de Anticipo o con Endeudamiento Externo (Inciso 1 y 2 del apartado G de la Declaración de Exportación).		
Certificado de Origen (Forma A)	Asociación Nacional de Industriales (ANDI).	Para las exportaciones de productos amparados en el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP+).	US\$ 5.00 o su equivalente en Lempiras a la tasa de cambio vigente.	

(Fuente: www.sic.gob.hn)

Requisitos de acceso:

Los requisitos de acceso se pueden clasificar en dos grupos: los legales, es decir los requisitos mandatorios por ley y los no legales, o bien otros requisitos que pueden ser establecidos por el comprador, como certificados de calidad u otros.

Para el ingreso de cualquier tipo de producto a la UE es necesario presentar los siguientes documentos:

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Factura comercial	La factura comercial es un documento o prueba de la transacción entre el exportador y el importador. El exportador la expide al importador para el cobro de las mercancías cuando éstas se han puesto a disposición del importador. La factura comercial contiene la información básica sobre la transacción y siempre es necesaria para el despacho de aduana. No se exige un formato específico. La factura comercial debe expedirla el exportador según la práctica comercial habitual y debe presentarse el original y al menos una copia. Puede presentarse en cualquier idioma, pero se recomienda una traducción al inglés.
Documentos de transporte	Son proporcionados por la compañía de transporte que el exportador contrate. En función de los medios de transporte utilizados, para despachar las mercancías es necesario presentar los siguientes documentos a las autoridades aduaneras del Estado miembro de la Unión Europea donde se realiza la importación: - Conocimiento de embarque (marítimo), -Conocimiento de embarque FIATA (es un documento creado por la Federación Internacional de Asociaciones de

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
	Transitarios y Asimilados (FIATA) para el transporte multimodal o combinado y que es negociable.), -Conocimiento aéreo (AWB)
Lista de carga (Packing List)	La lista de carga (P/L) es un documento comercial que se adjunta a la factura comercial y los documentos de transporte. Facilita información sobre los artículos importados y las particularidades de cada bulto (peso, dimensiones, instrucciones de manipulación, etc.). Es necesaria para el despacho de aduana y tiene el valor de inventario de la mercancía entrante. No se exige un formato específico. La lista de carga debe ser elaborada por el exportador según la práctica comercial habitual, debiendo presentarse el original y al menos una copia. Puede presentarse en cualquier lengua, pero se recomienda una traducción al inglés.
Declaración del valor en aduana	La declaración del valor en aduana es un documento que debe presentarse a las autoridades aduaneras (en la UE) cuando el valor de las mercancías importadas excede de €10,000. Debe completarse el impreso DV 1, cuyo modelo figura en el anexo 28 del Reglamento (CEE) nº 2454/93 (DO L-253 11/10/1993), que establece disposiciones de aplicación del Código Aduanero Comunitario, y debe presentarse junto con el Documento único Administrativo (DUA). La finalidad principal de este requisito es establecer el valor de la transacción para fijar el valor en aduana (base imponible) sobre el que se aplican los derechos arancelarios. El valor en aduana corresponde al valor de las mercancías, incluidos todos los costos (por ejemplo valor en factura, transporte y seguro), hasta el primer punto de entrada en la Unión Europea. Para establecer el valor en aduana se utiliza habitualmente el valor de transacción (precio pagado o por pagar por las mercancías importadas).
Seguro de transporte	El seguro es un contrato por el cual se indemniza al asegurado en caso de daños causados por un riesgo cubierto en la póliza. El seguro de transporte es de suma importancia porque las mercancías están expuestas a riesgos comunes durante su manipulación, carga y transporte, pero también a riesgos menos frecuentes como disturbios, huelgas o actos de terrorismo. En el contrato de seguro de transporte se dejan a discreción del titular los riesgos cubiertos, la compensación o la indemnización. Al efectuar el despacho de aduana, el justificante del seguro sólo se exige cuando en la factura comercial no aparecen los datos de la prima pagada para asegurar la mercancía.
Documento único administrativo (DUA)	Todas las mercancías importadas en la Unión Europea deben declararse a las autoridades aduaneras del Estado miembro de que se trate mediante el Documento único Administrativo (DUA), que es el documento común para efectuar la declaración de importación en todos los Estados miembros, establecido en el Código Aduanero Comunitario publicado en el Reglamento (CEE) nº 2913/92 (DO L-302 19/10/1992). La declaración debe completarse en una de las lenguas oficiales de la UE aceptada por las autoridades aduaneras del Estado miembro en el que se lleven a cabo las formalidades.

(Fuente: Export Helpdesk for Developing Countries).

Los requisitos específicos para el ingreso de limón persa a la UE son:

- Cumplimiento del “Control Sanitario de los productos alimenticios de origen no animal”.
- Cumplimiento de las “Normas de etiquetado para productos alimenticios”.
- Cumplimiento de las “Normas de comercialización para frutas y vegetales frescos”.
- Certificado fitosanitario
- Certificado de producción orgánica (cuando aplique)

El exportador a la UE debe conocer y familiarizarse con los aspectos contenidos en diferentes normas relacionadas con la comercialización, empaque, etiquetado, entre otros, de vegetales y frutas frescas; a continuación se presenta una lista de las normas que son esenciales.

- Ley general de alimentos: Establece los principios y requisitos generales de la legislación alimentaria. Reglamento (CE) No.178/2002.
- Normas generales para el etiquetado de Productos Alimenticios: Normativa relacionada a las condiciones de empaque y sus derivados (tipo de tratamiento, certificación, entre otros). Directiva 2000/13.
- Control Fitosanitario: Establece las normas para el control fitosanitario de los alimentos que ingresan a la EU. Directiva 2000/29/EC.
- Los productos orgánicos deberán de cumplir con los requisitos establecidos en la normativa: (ECC) No 2092/91 (OJ L-198 22/07/1991).
- Normativa para las importaciones de productos orgánicos desde terceros países, (EC) 1235/2008.
- Condiciones microbiológicas en alimentos: Regulación EC No. 2073/2005
- Residuos de pesticidas permitidos (MRL), Directiva 76/895/EEC (para algunas frutas y vegetales) y Directiva 90/642/EEC (frutas y verduras)
- Reglamento (CEE) No. 315/93 y Reglamento (CE) 1881/2006: sobre el contenido máximo de contaminantes en los productos alimenticios.
- Reglamento No.396/2005: relativo a los límites máximos de residuos de plaguicidas en alimentos y piensos de origen vegetal y animal.
- Normativa para empaques y residuos de empaques, Directiva 94/62/EC.
- Certificado de conformidad con los estándares de comercialización de frutas y vegetales frescos, (EC) 1148/2001

Para mayor información sobre cualquiera de estas normativas se pueden encontrar en el sitio web de la UE: <http://eur-lex.europa.eu/es/index.htm>.

Adicionalmente, como requisitos no legales o mandatorios están los certificados de calidad y seguridad, tales como: GlobalGap, HACCP (frutas, hortalizas, productos animales), EurepGAP (frutas, hortalizas, productos animales).

Aranceles:

Las “normas de origen” son los instrumentos jurídicos para determinar el lugar de fabricación u obtención de los productos a los cuales les serán aplicables las preferencias arancelarias, en este caso, es condicionante para poder aplicar al Sistema Generalizado de Preferencias (SGP+), que favorece a los países en desarrollo.

Los productos del capítulo 08 “Frutos y frutas comestibles, cortezas de agrios (cítricos)”, cumplirán la regla de origen únicamente si son enteramente obtenidos y producidos en el país de origen, en este caso Honduras.

Para que las exportaciones de limón procedentes de Honduras se beneficien del SGP+, deberán de ir acompañadas siempre del Certificado de Origen correspondiente, caso contrario se aplicará el arancel establecido para la categoría de Nación Más Favorecida (NMF).

Se aplicará un arancel del 0% para el ingreso a la UE de limón procedente de Honduras, ya que está dentro de los países que se pueden beneficiar del régimen del SGP+ (siempre que se cuente con el certificado de origen). En el caso de una NMF, el arancel de entrada a pagar es del 6.4%.

Impuesto al Valor Agregado (IVA): Aunque teóricamente, los países de la UE eliminaron sus impuestos transfronterizos en 1 enero 1993, en la práctica las tasas internas del IVA, quedan vigentes. Por ejemplo, en Alemania este impuesto es del 7%, en Dinamarca es del 25%, en Francia es 5.5%, Polonia tiene un 7%, España un 4% (para frutas y vegetales).

Empaque:

El limón persa deberá acondicionarse en cajas de cartón parafinado con peso neto de 3 a 5 Kg. En general las cajas son abatibles, pero también pueden ser telescópicas. Estas son aisladas con la ayuda de travesaños o de envolturas. La cantidad de fruta incluida en cada caja dependerá de las especificaciones del comprador en el mercado internacional. En la siguiente tabla se especifica las cantidades más comunes para el mercado europeo. (Fuente: El cultivo del limón persa. SAG).

Empaques para limón persa

Tipos de Caja	Peso (Kg.)	Número de Unidades
Mercado de EE.UU.		
Cajas de cartón parafinado	18	110, 150, 175, 200 y 230
Cajas de cartón parafinado	6	54, 60 y 72
Cajas de cartón parafinado	4.5	48, 54 y 72
Mercado de Europa		
Cajas de cartón parafinado	3	28, 34 y 36
Cajas de cartón parafinado	5	44, 48, 54 y 60
Mercado del Japón		
Cajas de cartón parafinado	5	36, 40, 44, 48 y 56

VI. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y NIVELES DE PRECIOS

Canales de Distribución:

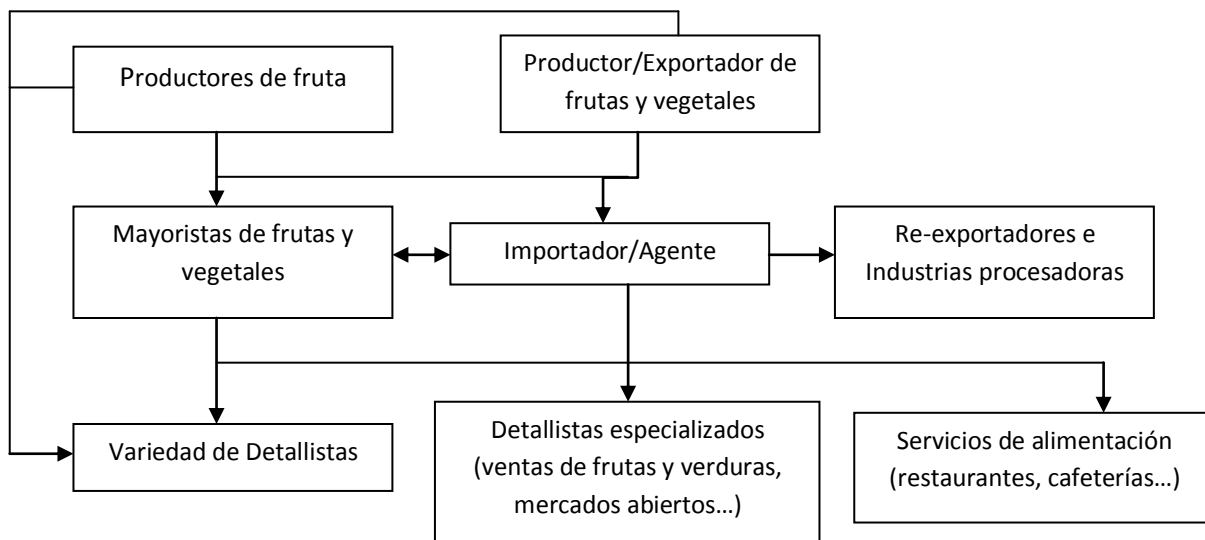
La tendencia en la concentración de los canales de distribución para frutas y vegetales en la Unión Europea está aumentando cada día. El contacto directo entre productores o exportadores y los múltiples canales de distribución son cada vez menos comunes, especialmente cuando los productos cuentan con un valor agregado.

Es por ello que algunos de los importadores se han vuelto sus propios proveedores en servicios como la logística de transporte, los controles de calidad, y la coordinación de toda la cadena productiva agrícola.

Desde el productor hasta el consumidor final, el limón para incursionar a la Unión Europea pasa por tres niveles de comercialización:

- El Productor/Exportador: Producen y empaican el producto para enviarlo al importador. Generalmente venden a detallistas dentro de su misma área local.
- Mayoristas: Locales de mayoristas y exportación son las conexiones esenciales en la cadena de cultivadores a consumidores. Ellos son los que arreglan los temas concernientes al transporte para que llegue a lugar destino con las tiendas minoristas o industrias procesadoras.
- Tiendas detallistas: En este canal, la decisión de compra la tiene en consumidor final. Dentro de los canales convencionales de venta al menudeo de la UE se encuentran los hipermercados, supermercados, los mercados locales y las carretas de venta en la calle.

Canales de Distribución y Comercialización De Frutas y Verduras frescas en la Unión Europea



(Fuente: "The Fresh Fruit and Vegetable Market in the EU". CBI, 2009).

Precios:

La oferta y demanda de frutas frescas son el principal factor que influye en los precios domésticos de las importaciones y exportaciones. La oferta está influida fuertemente por las condiciones de clima durante la estación de crecimiento, especialmente en el corto plazo. El agua fría y la nieve en el invierno y en la primavera en Europa reducen las cosechas, resultando en mayores requerimientos de importación y precios más altos. La nieve es la mayor amenaza a la producción europea de manzanas, peras y naranjas. Para las frutas tropicales tanto como piñas o bananos, los cambios en la cosecha tienen similares efectos.

La calidad y origen son otros importantes factores que determinan el precio de las frutas frescas. Los productos son frecuentemente categorizados de acuerdo a la calidad, la cual es relacionada al precio. Los requerimientos de calidad son muy diversos y, en general, son altos en las mayorías de mercados de la UE. Las frutas frescas que no cumplen con estándares del mercado que pueden ser usados por la industria procesadora.

Los precios de los productos para la industria de procesamiento son más bajos que para el mercado de consumo. Los precios de los productos frescos son fijados sobre el nivel global y la especulación sobre la cosecha puede causar cambios en los niveles de precios de frutas frescas. El tipo de cambio también provoca fluctuaciones de precios.

La demanda de frutas es generalmente más constante que la oferta ya que los cambios en las tendencias ocurren en períodos largos de tiempo. La demanda de vegetales y frutas frescas es relativamente inelástica en relación al precio. Pequeños incrementos en el precio tienen impactos negativos limitados en los volúmenes de ventas, así como grandes incrementos en el precio tienen impactos negativos significativos en las ventas.

En el mes de diciembre del 2009, los precios del limón (en Euros) en los diferentes mercados de la UE para un empaque de de 4-4.5 Kg importados vía marítima, fueron los siguientes:

Mercado	Origen	Precio Bajo	Precio Alto
Bélgica	Brasil	1.22	1.22
	México	1.61	1.61
Francia	Brasil	1.60	1.60
	México	1.60	1.60
Alemania	Brasil	1.22	1.33
	México	1.45	1.55
Holanda	Brasil	1.00	1.33
	México	1.33	1.44
Italia	México	1.17	1.17

(Fuente: Market News Service, Diciembre 2009, ITC).

El precio promedio del limón en general durante el mes de diciembre del 2009 fue de €1.35-€1.43, en el mercado de la UE.

La tendencia general a largo plazo parece ser la reducción de los márgenes, ya que el mercado europeo es altamente competitivo. Se recomienda a los exportadores que realicen un monitoreo cercano del mercado y las fluctuaciones de los precios, con la finalidad de establecer precios realistas y competitivos.

VII. GLOSARIO DE SIGLAS

- **CBI:** Centro para la promoción de las importaciones desde países en desarrollo.
- **CENTREX:** Centro de Trámite de Exportaciones.
- **COMTRADE:** Base de datos de estadísticas de Comercio de las Naciones Unidas.
- **DEI:** Dirección Ejecutiva de Ingresos.
- **FAO:** Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

- **FIDE:** Fundación para la Inversión y el Desarrollo de Exportaciones.
- **HACCP:** Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control.
- **IICA:** Instituto Interamericano de cooperación para la agricultura.
- **ITC:** Centro Internacional del Comercio.
- **IVA:** Impuesto al Valor Agregado.
- **NMF:** Nación más Favorecida.
- **OIRSA:** Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria.
- **SAC:** Sistema Arancelario Centroamericano.
- **SENASA:** Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria.
- **SGP:** Sistema Generalizado de Preferencias.
- **SIC:** Secretaría de Industria y Comercio.
- **SIECA:** Secretaría de Integración Económica Centroamericana.
- **UE:** Unión Europea.

VIII. CONTACTOS UTILES

- *El Programa Nacional de Competitividad (Honduras Compite):* trabaja en la promoción de las exportaciones, para darle a las empresas pequeñas, medianas y grandes el apoyo que requieren para competir tanto a nivel nacional como internacional. URL: www.hondurascompite.com. Teléfono: (504) 221-6324, Fax: (504) 221-6341.
- *FIDE, Inversión y Exportaciones:* es una institución privada sin fines de lucro que promueve la inversión en el país, apoya el desarrollo de las exportaciones. URL: www.hondurasinfo.hn. Teléfono Tegucigalpa: (504) 221-6303, Fax: (504) 221-6318. Teléfono San Pedro Sula: (504) 566-3040, Fax: (504) 566-3049.
- *Honduras Sí Exporta:* tiene como propósito asesorar, acompañar en el proceso exportador y facilitar una serie de información comercial a todo aquel que esté interesado en incursionar en las exportaciones. URL: www.hondurassiexporta.hn
- *Secretaría de Industria y Comercio:* Son el ente responsable de promover e incrementar las exportaciones e inversiones, identificar actividades productivas con potencial exportador, elaborar información para la publicación de documentos relacionados con las exportaciones e inversiones, asesorar e informar en materia de oferta y demanda de exportaciones e importaciones, así como apoyar a los empresarios nacionales en la búsqueda de mercados. URL: www.sic.gob.hn. Dirección de Comercio Exterior: Teléfono: (504) 235-3681/235-3695.
- *El Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP):* cuenta con una unidad ejecutora de acciones en materia de comercio exterior que tiene como fin primordial contribuir a mejorar el flujo comercial de bienes y servicios, apertura de nuevos mercados y la atracción de inversiones hacia Honduras. URL: www.cohep.com. Teléfono: (504) 235-3336, Fax: (504) 235-3345.
- *Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa:* brinda asesoría a todos sus socios sobre los trámites de exportación y el acceso a mercados. URL: www.ccit.hn. Teléfono: (504) 232-4200, Fax: (504) 232-0159.
- *Cámara de Comercio e Industria de Cortés:* brinda asesoría a todos sus socios sobre los trámites de exportación y el acceso a mercados. URL: www.ccichonduras.org. Teléfono: (504) 566-0345, Fax: (504) 566-0344. Línea gratuita: 800-566-0333.
- *Cámaras de Comercio e Industria regionales:* son un punto de contacto importante para el exportador, se recomienda ponerse en contacto con la Cámara de Comercio más cercana.

- *Centro para la promoción de las importaciones desde países en desarrollo (CBI)*: ofrece información actualizada sobre leyes, normas, estudios de mercado, y documentos útiles para el exportador hacia el mercado de la Unión Europea. URL: www.cbi.eu
- *International Trade Centre (ITC)*: organización de apoyo a los exportadores de países en desarrollo. URL: www.intracen.org
- *Servicio de ayuda para el exportador*: servicio en internet prestado por la Comisión Europea para facilitar a los países en desarrollo el acceso a los mercados de la Unión Europea. Gratuito y de fácil utilización, este servicio proporciona información a los exportadores de los países en desarrollo interesados en suministrar el mercado de la UE. URL: www.exporthelp.europa.eu/index_es.html
- *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)*: tiene dentro de sus páginas información sobre frutas y vegetales. URL: www.fao.org
- Guía comercial útil para encontrar información de contacto sobre importadores en la Unión Europea. URL: www.europages.es
- Referencia comercial para el Mercado de productos orgánicos y ecológicos. URL: www.greentrade.net
- Portal de noticias sobre el mercado, comercialización y precios de frutas y vegetales frescos. URL: www.freshplaza.com
- Portal de información especializada sobre la industria agrícola mundial. URL: www.agra-net.com
- Portal de noticias sobre el mercado, comercialización de frutas y vegetales frescos. URL: www.freshinfo.com
- División de estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas (COMTRADE): ofrece estadísticas de comercio a nivel mundial. URL: <http://comtrade.un.org/db/>
- Punto de encuentro virtual para el intercambio de bienes de alimentos. URL: www.foodmarketexchange.com
- Mercado virtual para la compra y venta de productos frescos. URL: www.agromarketplace.com
- EUR-LEX: información sobre cualquier normativa de la Unión Europea. URL: <http://eur-lex.europa.eu/es/index.htm>
- Contactos Empresas de Transporte Marítimo:

EMPRESA	CONTACTO	TELÉFONO	FAX	CORREO ELECTRÓNICO
Sercogua	Mirtha Bonilla	552-0300	552-0280	managerhonduras@sercogua.com
APL	Alejandro Hauserman	561-8100	558-1830	alejandro_hausermann@apl.com
Anave	Lorena Madrid	508-0400	555-2192	lorena.madrid@anave.hn
MSP	Cristina Quintanilla	280-3240	237-3223	cjiron@grupomsp.hn
Honducargo	Sara Membreño	566-2210	566-0205	sales@honducargo.com
Navieros Internacionales	Aracely Sabillón	557-9666	557-8876	asabillon@gmihon.com
Sicarga	Miriam Gutiérrez	557-5540	557-5517	ventas2@sicarga.net

- Contactos Empresas de Transporte Aéreo:

EMPRESA	TELÉFONO	FAX	CORREO ELECTRÓNICO
DHL	234-8318 508-1300	264-1300	hn.callcenter@dhl.com
FEDEX-HONDUMARES	552-1252	221-2010	bnunez@gboxusa.com

Limón Persa
No.22, Mercado: Unión Europea

EMPRESA	TELÉFONO	FAX	CORREO ELECTRÓNICO
TNT	239-1790 520-7109	231-1078	sarahi.romero@tnt.com
TRANS EXPRESS SULA	235-9965	235-9967	admon@transexpress.hn.com
HONDUCARGO	566-2210	566-0205	sales@honducargo.com

- Empresas certificadoras de productos orgánicos en Honduras:

EMPRESA	TELÉFONO	SITIO WEB/ CORREO ELECTRÓNICO
BIOLATINA	772-7704	www.biolatina.com
MAYACERT		www.mayacert.com
ECOHONDURAS	773-7176 773-2318	ecohonduras@yahoo.es

Mayores Distribuidores e Importadores UE:

- www.atlanta.de (Atlanta Group-Germany)
- www.doleeurope.com (Dole Fresh Fruit Europe)
- www.geest.co.uk (Gesst-UK)
- www.thegreenery.com (The Greenery-Holanda)

Información sobre Precios en diferentes países de la Unión Europea:

- International Trade Center. URL: www.intracen.org/mns/
- Today's Market Prices. URL: www.todaymarket.com

Ferias de Frutas Frescas y Vegetales en la Unión Europea:

- Fruit Logistica. URL: www.fruitlogistica.de
- So Fresh. URL: www.sofresh.bolognafiere.it
- Biofach. URL: www.biofach.de
- Food and Drink Expo. URL: www.foodanddrinkexpo.co.uk
- IFE. URL: www.ifefoodapest.com
- Sitevi. URL: www.sitevi.com
- MacFrut. URL: www.macfrut.com

Para mayor información sobre esta ficha, favor contactar a la División de Promoción de Exportaciones de FIDE al Tel. (504)221- 6310.

Este material ha sido posible gracias al apoyo técnico y financiero de la GTZ, a través del Programa Desarrollo Económico Sostenible en Centroamérica (DESCA).

Consultora: Lourdes Ma. Chavarria S.
1° Edición, Abril 2010.