

MANGO

FICHA N°23/UE

gtz



Programa Desarrollo Económico
Sostenible en Centroamérica
(DESCA)



I. GENERALIDADES DEL PRODUCTO

El mango (*mangifera indica*) es originario del sur de Asia especialmente Burma y las Indias del Este. Hace muchísimos años la fruta se propagó luego a Hawaii, el Este de Asia, Centro América y California.

Actualmente se cultiva sobre todo en la India, Indonesia, Florida, Hawaii, México (el principal país exportador del mundo), Sudáfrica, Egipto, Israel, Brasil, Cuba, Filipinas y otros numerosos países.

El mango es una de las especies más importantes económicamente, en los países tropicales ocupa el tercer lugar en importancia debajo del banano y la piña y el quinto fruto de exportación a nivel mundial, se cultiva hoy en día en más de 100 países ubicados entre los 36 grados latitud Norte y los 33 grados latitud Sur. Debido a esta amplia distribución sumada con el desarrollo de técnicas de control de floración, es posible el suministro de mangos a los mercados durante todo el año. Sin embargo, los meses de septiembre y octubre son los de mayor desabastecimiento, provocando precios elevados.

La forma del mango es variable, pero generalmente es ovoide-oblonga o arriñonada, notoriamente aplanada, redondeada, u obtusa en ambos extremos, con un hueso central grande, aplanado y con una cubierta leñosa. Tiene un tamaño de 4-25 centímetros de largo y 1.5-10 de grosor, su peso varía desde 150 gramos hasta los 2 kilogramos.

El color puede ser entre verde, amarillo y diferentes tonalidades de rosa, rojo y violeta, mate o con brillo. Su pulpa es de color amarillo intenso, casi anaranjado. Su sabor es característico, es exótico, succulento, muy dulce y aromático.

II. INDUSTRIA LOCAL

El mango ha sido parte de la dieta del hondureño desde su introducción en siglos pasados, su cultivo se expandió a todo el país, estableciéndose pequeñas plantaciones tradicionales para el consumo interno. A partir de 1986 la FHIA (Fundación Hondureña de Investigación Agrícola) promovió la agroindustria del mango, estableciendo al Valle de Comayagua como la zona de mayor potencial para su producción a escala comercial. Otras zonas identificadas fueron: el valle de Zamorano, valle de Guayape y Jamastrán. Asimismo se iniciaron plantaciones comerciales en la sección media del Valle del Aguan. (Fuente: Mesa agrícola de Fruticultura, SAG, 2002).

Comayagua es la región clave en la producción de mango. El valle de Comayagua presenta una temperatura promedio anual de 32°C; consecuentemente, las condiciones de temperatura del valle lo hacen ideal para el cultivo del mango. En esta zona se cultivan principalmente dos variedades tipo hindú en forma comercial: Haden con el 70% del área cultivada y Tommy Atkins con un 30% del área.

En Honduras la época de producción de mango inicia normalmente en el mes de mayo y finaliza a finales de junio. Esta es la época en la cual la mayoría de los países productores ofertan sus productos a los mercados internacionales, causando la caída de los precios a niveles no rentables para los productores. Esta misma época coincide también con el pico de cosecha en México y por

Mango

No.23, Mercado: Unión Europea

las razones mencionadas anteriormente los precios para los productores hondureños no son del todo atractivos. (Fuente: Manual para la producción de mango, USAID-RED, 2007).

Se estima que en el Valle de Comayagua se concentra el 62% de la producción nacional para la exportación, que cuenta con 1,200 hectáreas en producción y 800 hectáreas en crecimiento. Esta área está en manos de 300 productores, la mayoría de ellos con fincas de 1 a 3 hectáreas. (Fuente: Mesa agrícola de Fruticultura, SAG, 2002).

Datos de la Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG) demuestran que el cultivo del mango ha crecido en el país, en el año 2001 se produjo un total de 6,000 toneladas de mango (2,000 hectáreas cultivadas), para el 2002 la producción creció a 8,400 toneladas.

En vista que la mayoría del mango Hondureño estaba enfocado para ser exportado a los Estados Unidos de América y ese país exige la aplicación de un tratamiento hidrotérmico para el control de la mosca de la fruta (requisito obligatorio para permitir la entrada), en el valle de Comayagua se instaló una planta propiedad del estado de Honduras para este propósito.

Las exportaciones de mango ascendieron a 238 toneladas en el 2008, un 25% más que el año anterior (190 toneladas). El principal destino de las exportaciones hondureñas en el 2008 fue Bélgica/Luxemburgo (57.6%), Alemania (29.8%) y Estados Unidos de América (10.5%).

Algunas de las empresas que están exportando mango actualmente son: Moddecor Export Import, Humuya Frutas S.A.-

III. DINÁMICA COMERCIAL EN EL MERCADO EUROPEO

La producción mundial de mango, mangostán y guayaba ascendió a 34.3 millones de toneladas en el 2008, un 1.4% más que el año anterior (33.8 millones de toneladas). Los mayores productores de estas frutas son: India, China, México, Indonesia y Tailandia. No se registra producción en ningún país del continente europeo.

Por factores climáticos en la Unión Europea el único país que cultiva mango es España, sin embargo el cultivo se limita a la variedad "Osteen" (originaria de Florida, Estados Unidos de América), la cual tiene muy buena aceptación por su dulce sabor y porque no es fibrosa.

La Unión Europea (UE) exportó un total de 15,970 toneladas de mango, mangostán y guayaba en el 2008, siendo sus principales compradores Rusia, Suiza y Noruega (entre ellos tres representan el 84.5% del total exportado). Los principales países exportadores son: los Países Bajos, Bélgica y Francia.

El mango junto con la piña son las frutas tropicales cuyas importaciones han crecido rápidamente en los últimos años. Las importaciones de mango, mangostán y guayaba a la UE en el 2008 alcanzaron las 227,974.9 toneladas, siendo necesarias las importaciones para suplir la demanda interna. Los principales países proveedores a la UE en ese mismo año fueron: Brasil, Perú, Pakistán, Israel y Costa de Marfil.

Mango

No.23, Mercado: Unión Europea

De los países centroamericanos, fue Costa Rica la que tuvo una mayor participación, exportando un total de 5,341.9 toneladas, seguido por Guatemala (634.2 toneladas), Nicaragua (249.3 toneladas) y Honduras con 220.6 toneladas. (Fuente: COMTRADE).

En el caso específico de Honduras, las exportaciones a la UE corresponden en su totalidad a mango, ya que hasta la fecha no se ha exportado guayaba ni mangostán a la al mercado europeo.

Es importante tener en cuenta que aproximadamente el 35% de las importaciones de mango en el 2007 provienen de re-exportaciones, es decir que el comercio entre miembros de la UE es muy importante en el mercado del mango. No obstante son los países en desarrollo los principales proveedores de mango a la UE.

Los principales países importadores de mango, mangostán y guayaba de la UE, según datos de la FAO son: Los Países Bajos, Reino Unido, Alemania, Francia y República Checa.

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).

El mango es la fruta exótica cuyo consumo ha crecido rápidamente en la UE, sin embargo se sitúa entre los más bajos a nivel mundial. El consumo promedio a nivel mundial de mango se estima en 3.42 Kg anuales per cápita, teniendo Asia y América Latina los consumos más elevados.

El consumo aparente de mango en la UE en el 2007 fue 202 mil toneladas (€248 millones), es decir un consumo per cápita promedio de 0.40 Kg anuales. Entre el 2003-2007, el consumo de mango se incrementó en 31% (en valor) y 27% en volumen. Los mercados que experimentaron crecimiento más fuerte fueron Alemania y Bélgica. Sin embargo el mercado más grande lo representa el Reino Unido que tiene una participación del 29% del consumo total de mango en la UE.

En el Reino Unido la variedad de mango más consumida es Tommy Atkins, se cree que el consumo ha estado estimulado por diferentes grupos de inmigrantes como ser paquistaníes e indios. No obstante se ha extendido a la población inglesa.

Alemania representa otro mercado importante para el mango, se estima que absorbe el 19% del consumo total de la UE. El consumo en este país repuntó cuando las cadenas de descuentos (*discounters*) decidieron incluir la fruta dentro de su oferta al consumidor.

Con el 16% de participación, Francia se considera el tercer país consumidor de mango de la UE. Tal como sucedió en el Reino Unido, el consumo en Francia ha sido estimulado por grupos de inmigrantes. Las variedades más populares son Osteen (producido en España), Tommy Atkins y Haden.

Mango

No.23, Mercado: Unión Europea

Los Países bajos alcanzan un consumo del 13%, siendo el cuarto país consumidor de mango de la UE; pero representa el principal comerciante de mangos, tiene los volúmenes de importación más elevados de la UE, y gran parte de las importaciones se destina a las exportaciones hacia otros países miembros.

Existen en el Mercado de la UE una amplia variedad de mangos disponibles, normalmente tienen un peso promedio de 200-800 gramos. Tommy Atkins es la más popular por su color rojo aunque tiene algo de fibras. Esta variedad aunque ha sido la preferida está teniendo mucha competencia de otras variedades menos fibrosas como Keitt y Haden. Es evidente la tendencia del consumidor europeo por preferir variedades de mango poco fibrosos.

El color y el tamaño son otros factores importantes para el consumidor europeo. El sabor es un factor muy importante, sin embargo este se evalúa hasta después de la compra. En relación al color lo que preocupa al consumidor es el grado de madurez de la fruta, juzgada por el color. Las variedades de mango cuya piel es más verde en lugar que rojo o naranja son menos vendidas.

Asimismo, el consumidor busca medios de consumo más rápidos y prácticos, es decir que buscan evitar el pelado y cortado del mango, prefiriendo presentaciones de la fruta ya lista para comer.

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.

(Fuente: "The EU market for mango". 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) la guayaba se clasifica dentro del capítulo 08 que corresponde a los "Frutos y frutas comestibles, cortezas de agrios (cítricos)", con la partida arancelaria: **0804.50.10**.

PARTIDA	DESCRIPCION
0804	DATILES, HIGOS, PIÑAS (ANANAS), AGUACATES (PALTAS), GUAYABAS, MANGOS Y MANGOSTANES, FRESCOS O SECOS
08045010	- Mangos

Fuente: SIECA, 2009.

Mango
No.23, Mercado: Unión Europea

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 mango 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) - Timbre fiscal de un Lempira (L.1.00)	www.sic.gob.hn
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 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

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
	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 mango 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 agrinos (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 mango 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 mango 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 5%.

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 mango se acondiciona en cajas de cartón con peso neto de 4 a 5 Kg. En general las cajas son abatibles, pero también pueden ser telescópicas. Al interior de la caja, las frutas se disponen en un solo nivel. Estas son aisladas con la ayuda de travesaños o de envolturas. A veces, las frutas están protegidas por una película de cera alimenticia. Las cajas de dimensiones 40x30 son las más usadas.

Transporte:

Una parte del mango se transporta por avión; sin embargo, el flete marítimo es el que predomina actualmente. La razón es el costo inferior, pero éste debe desarrollarse cada vez que el producto lo permita por lo que las técnicas de conservación post-cosecha deben ser mejoradas.

El transporte marítimo debe realizarse en contenedores refrigerados autónomos o tipo Conair. La temperatura óptima fluctúa entre 7 y 12°C según la variedad o el estado de maduración de la fruta. La humedad relativa del aire deberá ser 90% en atmósfera normal. La duración máxima del transporte desde los lugares de producción hasta el mercado de destino no debería exceder los 25 días.

Las variedades Haden se conserva menos tiempo que la Kent y ésta, menos que la Tommy Atkins. La variedad Haden es preferible exportarla vía aérea y la Tommy Atkins vía marítima, pues se conserva unas tres semanas en los barcos, con condiciones óptimas de temperatura, humedad relativa y ventilación de los contenedores.

Los problemas de conservación son menores al principio de la producción de una variedad, al contrario del final de la campaña cuando las frutas maduran muy rápido y no soportan viajes largos.

La temperatura de conservación del mango se sitúa entre 8 a 10°C, con una humedad relativa de 85 a 95%. Bajo estas condiciones, la conservación es máxima, entre 3 y 4 semanas.

VI. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y NIVELES DE PRECIOS

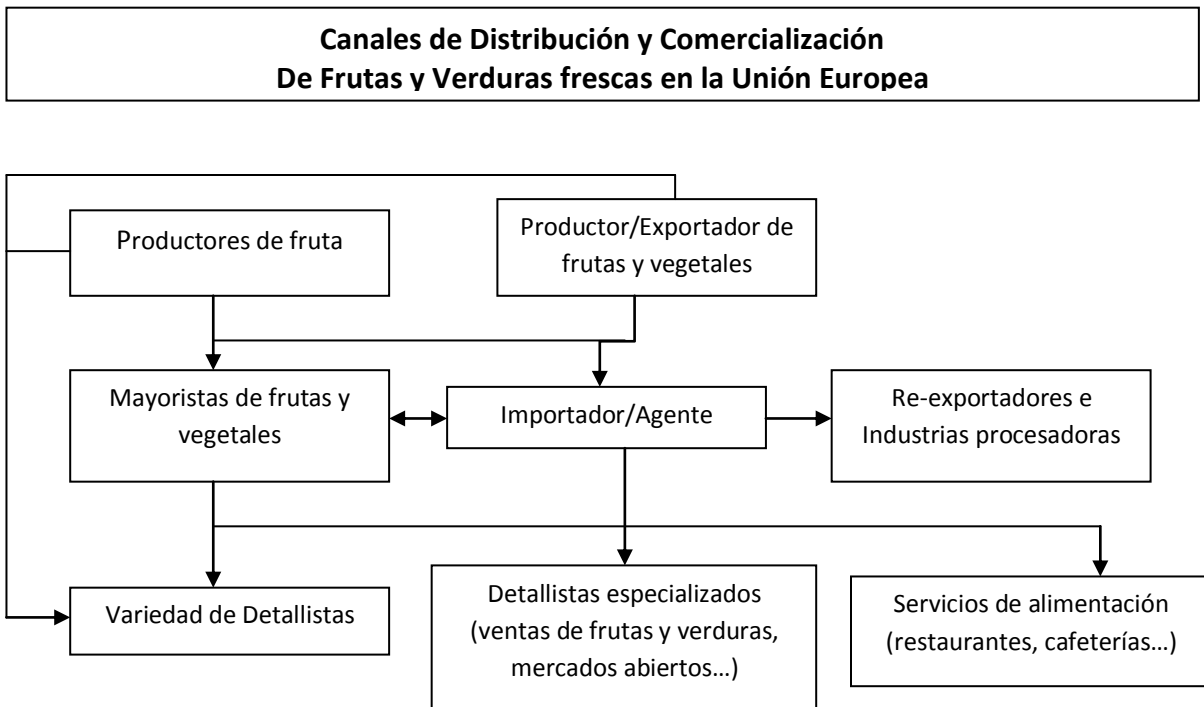
Canales de Distribución:

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 mango 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.



(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.

Para tener una mayor comprensión de los precios del mango en el mercado de la UE se presentan en el siguiente cuadro los precios de importación en septiembre del 2008 (en Euros, por kilo):

Mercado	Origen	Precio bajo	Precio alto	Variedad
Países Bajos	Brasil	1.25	1.75	Tommy Atkins
	Brasil (aire)	3.50	3.50	Palmer
	Israel	1.25	1.63	Kent
	Israel	1.50	1.88	Kent
	Israel (aire)	3.50	3.50	Kent
	Puerto Rico	1.60	1.60	Keitt
	España	2.50	2.50	Osteen
Bélgica	Brasil	1.21	1.21	Tommy Atkins
	Brasil	1.50	1.50	Kent
	Israel	1.50	1.50	Keitt
Reino Unido	Brasil	1.89	1.89	Tommy Atkins
	Brasil	1.98	1.98	Keitt
Francia	Brasil (aire)	5.00	5.00	Kent
	Israel	1.50	1.50	Kent
	España	2.30	2.30	Osteen

(Fuente: "The EU market for mango". CBI, 2009).

El mango Haden originario de Brasil, se cotizó a finales del 2009 en el Reino Unido a un precio promedio de €2.75-€3.00 el kilo. (Fuente: ITC, Diciembre 2009).

La tendencia general a largo plazo parece ser la reducción de los precios y 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.
- **FHIA:** Fundación Hondureña de Investigación Agrícola.
- **FIDE:** Fundación para la Inversión y el Desarrollo de Exportaciones.
- **HACCP:** Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control.
- **ITC:** International Trade Centre.
- **IVA:** Impuesto al Valor Agregado.
- **NMF:** Nación más Favorecida.
- **OIRSA:** Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria.
- **RED:** Programa de diversificación económica rural.

Mango

No.23, Mercado: Unión Europea

- **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.
- **USAID:** United States agency for international development.

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 Cente (ITC):* organización de apoyo a los exportadores de países en desarrollo. URL: www.intracen.org

Mango

No.23, Mercado: Unión Europea

- *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.agranet.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
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

Mango

No.23, Mercado: Unión Europea

- 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

Otros contactos:

- *National Mango Board*: Organización de productores, comercializadores y agencias que promueven el consumo de mango de Estados Unidos de América y América Latina. URL: www.mango.org

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.