

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS  
VICERRECTORÍA ACADÉMICA**

**ESCUELA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**POTENCIAL COMERCIAL QUE PRESENTA EL RAMBUTÁN  
DE ORIGEN COSTARRICENSE HACIA LOS MERCADOS  
INTERNACIONALES**

**MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIATURA EN COMERCIO  
INTERNACIONAL**

**NICOLE MURILLO RODRÍGUEZ**

**SEDE CENTRAL**

**ABRIL, 2018**

## Contenido

<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS .....</b>	<b>7</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>8</b>
<b>DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>9</b>
<b>Dedicatoria.....</b>	<b>9</b>
<b>Agradecimiento.....</b>	<b>9</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>12</b>
<b>Planteamiento del Problema de Investigación .....</b>	<b>12</b>
<b>Objetivos de la Investigación.....</b>	<b>14</b>
<b>Objetivo general.....</b>	<b>14</b>
<b>Objetivos específicos .....</b>	<b>14</b>
<b>Justificación de la Investigación.....</b>	<b>14</b>
<b>Antecedentes de la Investigación.....</b>	<b>16</b>
<b>Proyecciones de la Investigación .....</b>	<b>21</b>
<b>CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA .....</b>	<b>22</b>
<b>Información General del Rambután .....</b>	<b>22</b>
<b>El árbol de rambután.....</b>	<b>27</b>
<b>Suelo.....</b>	<b>29</b>
<b>Distancia de la siembra.....</b>	<b>29</b>
<b>Clima.....</b>	<b>29</b>
<b>Riego.....</b>	<b>30</b>
<b>Variedades.....</b>	<b>30</b>
<b>Plagas.....</b>	<b>30</b>
<b>Productos con base en el rambután.....</b>	<b>31</b>
<b>Producción Mundial del Rambután .....</b>	<b>34</b>
<b>Principales importadores de rambután en el mundo.....</b>	<b>36</b>
<b>Actualidad costarricense con respecto del cultivo del rambután .....</b>	<b>39</b>
<b>Comercialización de rambután en el mercado nacional.....</b>	<b>43</b>
<b>Precio de rambután dentro del mercado nacional.....</b>	<b>44</b>
<b>Exportación de rambután costarricense .....</b>	<b>46</b>
<b>Proceso de exportación del rambután a mercados internacionales.....</b>	<b>57</b>
<b>Acceso a mercados internacionales .....</b>	<b>64</b>

Estados Unidos.....	66
Canadá.....	67
Unión Europea.....	69
<b>Oportunidades de comercialización.....</b>	<b>72</b>
<b>Enfoque de la Investigación.....</b>	<b>82</b>
<b>Diseño de la Investigación.....</b>	<b>83</b>
<b>Fuentes de la Investigación.....</b>	<b>83</b>
Muestra.....	83
Fuentes de Información.....	85
<b>Unidades de Análisis.....</b>	<b>86</b>
Situación actual.....	86
Demanda actual.....	86
Oportunidades de comercialización.....	87
<b>Instrumentos Utilizados en la Investigación.....</b>	<b>87</b>
Cuestionario.....	87
<b>Proceso para la Recolección de Datos y Análisis.....</b>	<b>88</b>
<b>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....</b>	<b>90</b>
<b>Unidad de análisis 1: Situación actual.....</b>	<b>91</b>
Categoría 1: Producto estacional.....	92
Categoría 2: Ingreso Extra.....	95
Categoría 3: Precios.....	98
Categoría 4: Dificultad para vender la cosecha.....	100
Categoría 5: Oferta Limitada.....	102
Categoría 6: Poca participación.....	103
Categoría 7: Opciones de comercialización.....	104
Categoría 8: Dificultad de exportación.....	105
<b>Unidad de Análisis 2: Demanda Actual.....</b>	<b>107</b>
Categoría 1: Exportación.....	108
Categoría 2: Bajos precios en otros países.....	111
Categoría 3: Oferta.....	112
Categoría 4: Logística.....	115
Categoría 5: Poca producción.....	117
Categoría 6: Cultivo de relevancia.....	119

<b>Categoría 7: Nuevos mercados.</b> .....	120
<b>Unidad de Análisis 3: Oportunidad de comercialización.</b> .....	121
<b>Categoría 1: Calidad.</b> .....	122
<b>Categoría 2: Potencial del rambután.</b> .....	125
<b>Categoría 3: Diferenciación.</b> .....	127
<b>Categoría 4: Ingresos para los productores y el país.</b> .....	129
<b>Categoría 5: Mayor diversificación de productos.</b> .....	130
<b>Categoría 6: Empleo.</b> .....	132
<b>Interpretación de Datos.</b> .....	134
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	139
<b>Conclusiones de la Investigación</b> .....	139
<b>Recomendaciones</b> .....	142
<b>REFERENCIAS</b> .....	145
<b>APÉNDICES</b> .....	152
<b>APÉNDICE A. Cuestionario</b> .....	152

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1: Composición del valor de las exportaciones del sector agrícola para el año 2016.....</b>	<b>48</b>
<b>Gráfico 2: Exportaciones según región a noviembre 2017. ....</b>	<b>55</b>
<b>Gráfico 3: Exportaciones de rambután. Periodo 2017. ....</b>	<b>56</b>

**ÍNDICE DE TABLAS**

<b>Tabla 1. Contenido Nutricional de 100g de rambután.....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 2. Producción en toneladas por los principales productores del mundo. ....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 3. Principales importadores de rambután para el año 2016. ....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla 4. Comparativo de precio moda mensual para el mamón chino criollo. Periodo 2013-2017. .</b>	<b>45</b>
<b>Tabla 5. Comparativo de precio moda mensual para el mamón chino injertado. Periodo 2013-2017. .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabla 6. Evolución de las exportaciones del sector agrícola periodo 2012-2016.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 7. Países destino de exportaciones del sector agrícola periodo 2015-2016. Millones USD. ....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 8. Comparación de las exportaciones en los últimos 5 años.....</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 9. Muestra de la Investigación. ....</b>	<b>84</b>
<b>Tabla 10. Unidades y Categorías de Análisis.....</b>	<b>90</b>

## **DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO**

### **Dedicatoria**

Quiero dedicar este gran triunfo primero que todo a Dios porque cada día me bendice de una manera especial, es quien me ayuda a lograr siempre mis metas y me da la capacidad y salud para seguir adelante.

También, le dedico este triunfo a mis padres, todo lo que tengo es gracias a ustedes, gracias por sacrificarse siempre por nuestra familia y darme lo mejor de ustedes; sin duda, son mi apoyo incondicional y sin ustedes no hubiera logrado esto; gracias por ser mi motivación y por enseñarme que hay que luchar siempre por las metas propuestas.

### **Agradecimiento**

Primero que todo, agradezco a Dios porque me permite vivir estas etapas importantes como el ser profesional, gracias por estar siempre presente en cada cosa que haga, en mi vida solo existen bendiciones y por eso nunca me voy a cansar de agradecerle. Gracias por permitirme ser una persona de bien y cumplir mis metas.

Además, quiero agradecer a mi familia, por creer en mí y darme la oportunidad de estudiar esta carrera, sin su apoyo incondicional no hubiera logrado nada de esto. Gracias por motivarme cuando más lo necesitaba. La familia es lo más importante y soy privilegiada al tener una familia unida y bendecida por Dios.

Por otro lado, quiero agradecerle a Bryan Rojas Álvarez, porque es quien ha estado a mi lado apoyándome y ayudándome en todo momento. Gracias por demostrarme su amor y ser incondicional.

Esta tesis ha sido un éxito, y mucho de esto se lo debo a ustedes, ¡Muchas Gracias y Bendiciones!

## RESUMEN EJECUTIVO

En la presente investigación, se pretende contestar la interrogante ¿Cuál es el potencial comercial que presenta el rambután costarricense en los mercados internacionales?

La investigación es de tipo cualitativo, o sea, existe una recolección de datos sin medición numérica, está enfocada en el desarrollo natural de los eventos y en la información variable y de calidad brindada por los entrevistados.

Se seleccionó como población de estudio a personas o entidades productoras y exportadoras de rambután en el país, relacionadas con el comercio de productos agrícolas como es el rambután, además personas relacionadas con comercio internacional en general. Como muestra, seleccionadas personas que laboran en instituciones públicas como el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER), además de empresas productoras y exportadoras de rambután en el país. La muestra es no probabilística, y fue seleccionada por conveniencia.

Para dar respuesta a la pregunta de investigación, se establecen tres objetivos específicos, los cuales van a ser desarrollados a lo largo de la investigación; de estos objetivos se derivan tres unidades de análisis: la primera unidad es la situación actual, esta unidad lo que va a hacer es determinar cuál es el estatus que tiene en este momento el rambután en el mercado nacional, con respecto a producción y comercialización.

De acuerdo con las entrevistas realizadas, se determinó que el rambután es un producto estacional, por lo tanto, no está siempre en el mercado nacional, sin embargo, se establece que el producto es muy demandado en el nivel nacional y la mayoría de la producción es vendida en el país. Además de esto, se concluyó que el cultivo de rambután en el país es utilizado como un ingreso extra más que todo.

La unidad de análisis del segundo objetivo es la demanda actual, se va a fundamentar cuál es la demanda actual del rambután costarricense en los mercados internacionales. En conclusión y de acuerdo con las respuestas obtenidas en las entrevistas, se determinó que los de los principales destinos de exportación son Nicaragua, el Salvador y Estados Unidos: por otro lado, se establece que en el nivel de producto si está preparado para suplir la demanda de los países internacionales, sin embargo, en los últimos años ha existido un estancamiento de las exportaciones de rambután en los mercados internacionales.

En cuanto al tercer objetivo, se establece como unidad de análisis la oportunidad de comercialización que tiene el rambután costarricense en los mercados internacionales. De acuerdo con las entrevistas, se determinó que, sí existe oportunidad de comercialización para el rambután costarricense ya que este producto presenta potencial.

Se afirma que los productores del país sí pueden cumplir con las calidades exigidas por los mercados internacionales y exportar a mercados internacionales beneficiaría al país en ciertos aspectos como: el aumento de cartera de productos costarricenses en el nivel mundial, aumento de divisas al país, mayores ingresos a productores y sería una fuente de empleo para las zonas productoras.

Se concluye que el rambután costarricense es un producto el cual presenta mucho potencial comercial en los mercados internacionales, existen barreras como la corta vida del producto y lo caro que es el transporte aéreo actualmente. Sin embargo, es importante trabajar en la diferenciación del producto, para que cuando los consumidores vean la calidad del producto que se maneja en el país, quieran comprarlo, aunque esto signifique pagar un poquito más.

Además de esto, se deben trabajar en varias cosas, pero una de ellas es en el incentivo de las exportaciones ya que actualmente los productores están desmotivados y es por esta razón que no se interesan por exportar el producto a nuevos mercados.

## **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**

### **Planteamiento del Problema de Investigación**

Actualmente, Costa Rica es uno de los países en donde se cultiva el rambután, o como se le conoce comúnmente, el mamón chino. En su mayoría, es cultivado en la zona sur del país por pequeños productores. Este producto es clasificado como una fruta no tradicional para los mercados internacionales, ya que, no todos los países del mundo son dichosos de poder tener este producto y lo ven como una fruta exótica, cosa que llama mucho su atención a las personas de países extranjeros.

Todas las empresas por más pequeñas que sean, además de tener negociaciones dentro del país, desean traspasar las fronteras y negociar con mercados internacionales; algo indispensable para cooperar con el crecimiento de la empresa, es por esto, que sería un aspecto muy significativo para las empresas productoras de rambután animarse y llevar este producto a los mercados internacionales.

Es fundamental estudiar sobre el potencial que presenta el rambután costarricense en los mercados internacionales, ya que, a pesar de que actualmente sí se exporta hacia otros mercados, hay productores que debido a la ausencia de estudios o inseguridades no se han motivado a exportar, sin darse cuenta del gran auge comercial que este producto pueda presentar en los mercados internacionales.

Así como existen países en donde es exportado el rambután, existen muchos más en dónde ni siquiera saben la existencia de la fruta, y por dicha razón no se exporta en estos mercados; esto refleja una falta de conocimiento del producto por parte de los mercados internacionales. Al ver aspectos como este, es donde se observa que existe oportunidad comercial para el rambután en otros mercados, siendo esto una gran oportunidad para los productores nacionales.

Con el desarrollo de la investigación, se pretende identificar la oferta actual de las empresas nacionales con respecto de la producción del rambután, además de eso, se desea conocer cuál es la demanda que tiene este producto en los mercados internacionales para que de esa manera se puedan determinar si existen otras oportunidades de comercialización en los distintos mercados internacionales.

Debido a que se determinó que existen diferentes lugares de acceso donde se puede conseguir información relevante sobre el tema de investigación; además de contar con la participación de distintos recursos humanos los cuales van a brindar información enriquecedora, detallada y real; es por estas razones que la investigación presenta viabilidad para desarrollarla ya que cuenta con los elementos necesarios para la investigación.

Actualmente, existen varias empresas costarricenses dedicadas a la producción del rambután, sin embargo, a pesar de que se sabe que hay un interés por parte de distintos países, no todas exportan el producto; logrando ser esto una oportunidad muy grande de negocio para los productores nacionales, por esta razón, la presente investigación sería una herramienta muy útil, ya que deja en descubierto si tiene o no potencial comercial el rambután costarricense en los mercados internacionales.

Una vez descrito lo anterior, se hace necesario establecer la pregunta a la cual se busca dar solución en la presente investigación, la cual queda delimitada de la siguiente forma:

¿Cuál es el potencial comercial que presenta el rambután de origen costarricense hacia los mercados internacionales?

## **Objetivos de la Investigación**

### **Objetivo general**

Analizar el potencial comercial que presenta el rambután costarricense hacia los mercados internacionales.

### **Objetivos específicos**

Identificar la situación actual costarricense sobre la producción y la comercialización del rambután.

Evaluar la demanda actual que presenta el rambután costarricense en los mercados internacionales.

Determinar oportunidades de comercialización para el rambután costarricense en los mercados internacionales.

## **Justificación de la Investigación**

La economía costarricense, muy abierta al comercio exterior, ha logrado a lo largo de las últimas décadas ampliar la oferta exportable. Hoy goza de la mayor diversificación en América Central, y así es como el país se garantiza un ingreso estable de divisas. Además, ha logrado incorporar más empresas al proceso exportador (La Nación, 2017).

A pesar de que el hecho de exportar no sea algo muy fácil para los pequeños productores, debido los muchos términos con los que se deben de cumplir. Costa Rica presenta una oferta exportable muy amplia debido a la gran variedad de producción que tiene el país, en donde las empresas pueden tener la oportunidad de internacionalizar sus productos, siempre y cuando se cumplan con las exigencias de los mercados internacionales.

El rambután se presenta como una fruta no tradicional, la cual atrae a los mercados internacionales que no la poseen; por otro lado, presenta varios beneficios para la salud de las personas como por ejemplo, trata enfermedades como la hipertensión, además de esto, contiene carbonos y proteínas, fortalece los huesos, reduce el colesterol, y ayuda a controlar la diabetes, entre otros, siendo así un producto que, además de ser delicioso, es aún más atrayente para las personas que tienen este tipo de problemas de salud (Vera, 2016).

La investigación pretende analizar el potencial comercial que presenta el rambután costarricense en los mercados internacionales; actualmente este producto ya es exportado a distintos mercados, sin embargo, existen mercados en donde las cantidades exportadas son muy pocas o hasta otros mercados en donde puede haber interés, pero no se ha llegado a exportar debido al desconocimiento de los países sobre el rambután o por el desconocimiento de los productores sobre el potencial comercial que este producto presenta; debido a esto es que se determina que es pertinente el desarrollo de este estudio, ya que se presenta como un tema oportuno y con relevancia social.

La importancia que presenta el desarrollo de este estudio básicamente radica en hacer ver a los productores nacionales el potencial que tiene el rambután en los mercados internacionales, incitándolos para que exploten al máximo el producto y se animen a exportarlo a todos los mercados posibles. Actualmente, en Costa Rica no existe una agroindustria formal del rambután, sino que se trabaja como un valor agregado que permite a las empresas comercializar con otros países. (Investigadores del Tecnológico de Costa Rica (TEC), 2012)

Además de buscar beneficios para el país por medio de la exportación del rambután a los mercados internacionales al obtener ingresos económicos; es importante notar que esto también presenta beneficios para los mercados receptores, ya que, de esta manera cuentan con un mercado diversificado y les permite tener mayores opciones para consumir.

El estudio se presenta como viable, debido a que existe disponibilidad de recursos humanos y financieros; además se cuenta con información la cual será brindada por personas empapadas con este tema por medio de las entrevistas que se realizarán, más que todo a los productores de rambután ubicados en la zona de San Carlos; además se requiere la cooperación de entidades como la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y otras.

### **Antecedentes de la Investigación**

El rambután (*Nephelium lappaceum* L.) es un frutal exótico originario de Malasia e Indonesia, cuyo fruto fresco se consume cada vez más en los países centroamericanos, aunque su cultivo aún no ha alcanzado una amplia distribución en ninguno de ellos. Sin embargo, al igual que los pastos y otros cultivos perennes (cacao, café), este frutal constituye una de las alternativas reales para la transformación de diferentes agroecosistemas que se encuentran fuertemente degradados (MAG, 2007, parr.6).

El fruto del rambután es, generalmente, de forma globosa u ovoide con el pericarpio cubierto con espinas blandas de apariencia pilosa, que pueden ser de color amarillo, anaranjado o rojo; tiene un anaquel corto que provoca el secado rápido de las espinas, las cuales dentro de los 10 a 14 días de cosechados los frutos van perdiendo el color. Este fruto se consume exclusivamente fresco y su sabor es entre agridulce y dulce, con una pulpa muy jugosa. Su valor nutritivo es interesante por su alto contenido en vitamina C (Pérez, Jürgen, 2004, parr. 4).

La fruta del rambután es muy perecedera. Es muy importante una manipulación muy cuidadosa a partir del corte de los racimos para mantener la calidad de los frutos y, además, se requieren condiciones adecuadas para su resguardo posterior. Esto exige organizar un almacenaje con temperaturas bajas (5 a 10°C) y un rápido empaque y embalaje en condiciones controladas para evitar la respiración y la deshidratación alta e impedir así, al máximo posible, la decoloración y negreo de las espigas (Pérez, Jürgen, 2004, parr. 12).

La historia del rambután en América Latina es aún muy corta. Este cultivo fue introducido en México y Centroamérica entre los años 1950 y 1960. Durante los primeros 30 años el cultivo se mantuvo como una planta exótica y ornamental en algunas huertas familiares de la zona de Cacaohatán, Soconusco al igual se ve en la Zona Sur o Región Brunca de Costa Rica en donde más que por el interés de lo exótico se va desarrollando y difundiendo en toda la región. Sin embargo, viendo la aceptación de la gente se comienza a desarrollar como cultivo, pero muy artesanal por la gran mayoría (MAG, 2007, parr.7).

El rambután es conocido en el país como “mamón chino” porque se tiene la costumbre de consumir el mamón verde, y fue bautizado como chino, por ser originario de Malasia y Tailandia, países asiáticos (Fonseca, 2017, parr.8).

Según establecen María Fernanda Maridueña, Grace Villafuente, Mariuxi Moreno y Víctor Hugo González, en su Proyecto para la exportación de rambután a la Comunidad Económica Europea, proyecto realizado en Ecuador, con el objetivo de determinar si se puede cubrir con la demanda de la Comunidad Económica Europea; establecen que Tailandia, Indonesia y Malasia son los principales productores de rambután en el mundo y Singapur presenta crecimientos importantes en los últimos años; además, China quien no era considerado productor ni consumidor, en los últimos años se ha convertido en un productor importante en el nivel mundial. (2010)

Para los países en vías de desarrollo, la producción de este tipo de frutas tropicales es algo que beneficia a los países, no solo desde el punto de vista nutricional, sino que coopera con el aumento de divisas producto de su exportación. Los países en vías de desarrollo tienen constante participación en el mercado de exportaciones de estas frutas, el mismo ha incrementado notablemente en los últimos años (Maridueña et al, 2010, p.49).

Costa Rica es un país el cual está intensificando sus plantaciones, de manera que logren obtener la calidad necesaria, así como las técnicas productivas para todos los productores. La mayoría de los países centroamericanos, apuestan más que todo a Estados Unidos, sin embargo, Costa Rica, ha iniciado sus primeros pasos para incursionar en el mercado europeo (Maridueña et al, 2010, p.51).

Ángel Roberto García Chavarría, establece en su proyecto “Perfil del mercado para el sector de productores y exportadores de rambután *Nephelium lappaceum* en Honduras”, desarrollado en Honduras para el año 2006, con el objetivo de elaborar un perfil sobre la situación momentánea de la producción y exportación de rambután en Honduras, y el potencial de exportación hacia el mercado de Estados Unidos. Se establece que mayormente, el rambután se comercializa en los mercados de Asia, Europa y América Latina; en América los principales productores de rambután están en Centroamérica y son Honduras, Guatemala y Costa Rica. (García, 2006, p.14).

Se estima que en Costa Rica existen al menos 370 productores de rambután. La temporada de cosecha va de julio y culmina en octubre. Se dio la apertura del mercado estadounidense, por lo que el gobierno costarricense comienza a utilizar un programa de fomento a los productores, para que así, las personas se incentiven a cultivar rambután y que, de esta manera, se logre comercializar el rambután internacionalmente. Costa Rica se presenta como un competidor directo para el país de Honduras, debido al clima y precios con el que cuentan ambos países (García, 2006, p.20).

Jean Paul Laurent Lostalo, en su estudio “Competitividad de la Agrocadena de la Fruta Fresca del rambután en Costa Rica” desarrollado para el año 2011 en la Universidad Estatal a Distancia de Nandayure, con el objetivo de analizar la competitividad de agrocadena del rambután en Costa Rica; establece la fruta rambután, fue introducido por la transnacional bananera United Fruit Company en la década de los 40’s (Laurent, 2011, p.8).

Se establece que todos los países centroamericanos cumplen con lo necesario para el cultivo del rambután, sin embargo, Honduras y Guatemala, son quienes presentar las mayores áreas de cultivo del producto; es por esta razón, que sus gobiernos han incursionado en las mejoras del producto para impulsar el producto, y así poder llegar a mercados como Estados Unidos y Europa (Laurent, 2011, p.22).

Costa Rica, se presenta como otro de los países centroamericanos productor y exportador de rambután, exportando en las épocas desde junio a noviembre. Para los años 2010-2011, las exportaciones de rambután cayeron, esto debido a aspectos como la competitividad del mercado y la variación de la estación seca en la zona sur del país, esto porque para estas épocas el verano fue casi nulo, por lo tanto, no se lograba cultivar el producto (Laurent, 2011, p24)

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), para el año 2005 a Centroamérica, se exportaron alrededor de mil toneladas, mientras que para el año 2006, se exportaron 1800 toneladas. Este hecho, deja ver el crecimiento de la producción nacional. Por otro lado, con el mercado norteamericano para esos años hubo un aumento, que, aunque no fue significativo, se esperaban mejoras para los próximos años (parr.130-131).

Durante los últimos años en la Región Brunca de Costa Rica se ha estado gestando la posibilidad que tiene el rambután en el mercado exterior y principalmente de los Estados Unidos a raíz de la apertura comercial prevaleciente. Sin embargo, los productores no están en condiciones de ofrecer un producto exportable con características aceptables. Esto debido a que la producción

del rambután se ha hecho sin ningún orden establecido en cuanto a siembras, variedades, manejo del cultivo y elementos poscosecha (MAG, 2007, parr.10).

La producción de mamón chino en Costa Rica está, en su gran mayoría, en manos de pequeños productores. Se estima que hay cerca de 1.700 hectáreas plantadas, lo que genera una producción cercana a los 2 millones de kilos. Además, el cultivo se ha extendido a las regiones Huetar Caribe, en los cantones de Pococí, Guácimo, Siquirres y Matina, y en la región Huetar Norte, en los cantones de San Carlos, La Fortuna, Upala, Los Chiles y Río Frío (Montero, 2016, parr.7).

Para el año 2014, el Instituto Nacional de Innovación y Transferencia de Tecnología Agropecuaria (INTA) realizó un estudio sobre el rambután, y la manera de obtener un producto de mayor calidad, lo cual, se podría presentar como una estrategia fundamental para fomentar el cultivo y la exportación de este. Se toman en cuenta aspectos sobresalientes sobre la producción del rambután, como el color de la fruta, el tamaño del fruto, la cáscara, entre otros. (Conejo,2014, parr.2-4).

La Asociación de Productores de Frutas de la Región Brunca Costa Rica (ASOBRUNCA), organización fundada en el año 2005 en la comunidad de Pueblo Nuevo de Cajón de Pérez Zeledón, se crea como una asociación de productores de frutas exóticas tropicales, orientados a los mercados de exportación. Actualmente cuenta con 115 socios dedicados al cultivo, producción y procesamiento de rambután.

## **Proyecciones de la Investigación**

Primeramente, la investigación pretende identificar cuál es la realidad costarricense, con respecto de la producción y comercialización del rambután, tanto dentro como fuera de las fronteras. Este es un punto fundamental, debido a que se debe tener un amplio panorama sobre todos los productores de rambután, sin importar si son pequeñas o grandes empresas, además, para efectos de la investigación debe conocerse la forma de comercialización que manejan actualmente, esto porque, como bien se sabe, un poco de esto se exporta, sin embargo, bastante se queda en el país y es importante saber porque no se exporta todo lo que se produce.

En el desarrollo de la investigación se desea evaluar la demanda actual que tiene el rambután en los mercados internacionales; como Estados Unidos, Canadá, Unión Europea; que son los lugares a donde más se exporta actualmente, además de otros países a donde también se exporta actualmente el rambután costarricense solo que en menores cantidades; sin embargo, con este objetivo lo que se pretende es evaluar de qué tamaño es la demanda del producto en estos países, de esta manera se puede determinar si de verdad se están supliendo las necesidades de los mercados, o si por el contrario el tamaño de producción es muy poco y existe una mayor demanda e interés por parte de los mercados internacionales.

En la investigación se determinará la existencia de mayores oportunidades de comercialización del rambután en los mercados internacionales, la idea es enfocarse en el interés que haya por parte de ellos hacia el rambután costarricense, de manera que esto se pueda presentar como un negocio atractivo para los costarricenses y que empiecen a producir y exportar el producto, o, que más bien, los pequeños productores vean el potencial que el producto tiene en los mercados internacionales y se animen a exportar y crecer como empresa.

## **CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA**

Para efectos del presente capítulo, se va a exponer de una manera referencial y conceptual, se va a conocer la información general del rambután, cultivo del rambután, situación actual de Costa Rica con respecto de esta fruta, comercialización y exportación del rambután costarricense, requisitos para la exportación y demás aspectos importantes sobre la investigación. Este capítulo se va a desarrollar desde lo más general hasta lo más específico.

### **Información General del Rambután**

El rambután, está catalogado como un fruto, es cual pertenece a la familia del litchi, las sapindáceas, la cual está formada por más de 1000 especies de árboles distribuidos en las regiones calientes del mundo. Debido a su aspecto es conocido como el “Litchi peludo”. En Centroamérica es conocido como “mamón chino” (Argueta,2008, p.2).

El rambután, es una fruta originaria de Malasia. Para el año 1912 se inició la producción comercial en Filipinas, Indonesia, Vietnam, India y Tailandia. Para los años 50, la distribución del rambután era muy limitada. Para el año 2006, Tailandia era el mayor productor de rambután en el nivel mundial (García, 2006, p.5).

En Centroamérica se conoce también como mamón chino. El rambután fue introducido en Costa Rica desde los años 40, cuando fue traída al país por la Standard Fruit Company, en la zona sur del país (Laurent, 2011, p.8).

Las especificaciones técnicas del rambután son las siguientes:

- Nombre del Producto en español: Rambután
- Nombre del Producto en Ingles: Rambután
- Familia: Sapindáceas
- Nombre Científico: Nephellium lappaceum

La fruta de rambután es una drupa que va desde lo redondo a lo ovalado y oscila entre los 3 a 6 cm de largo y 3 a 4 cm de ancho. Su piel es color rojo, además de eso tiene espinas carnosas, las cuales lo hacen ver como pelos y este es uno de los aspectos que más lo caracteriza. Con respecto al interior de la fruta, su carne es translúcida, el color sería un suave color rosado o a veces un blanco vidrioso, su sabor es ácido y dulce a la vez. También en su interior contiene una única semilla, la misma es color café, se considera como venenosa por lo tanto no debe ser ingerida (García,2006, p.5).

El mejor clima para el cultivo de rambután es el trópico húmedo, la humedad ideal sería la que oscila entre el 75% al 80%; con respecto a las lluvias, lo ideal es que estas estén bien distribuidas por encima de los 1800mm anuales. No es recomendado ningún extremo en el clima, la época seca no debe de exceder los tres meses, al igual que la época lluviosa (García, 2006, p.5).

Dos requerimientos importantes a la hora de la cosecha son; primero que todo un ambiente húmedo, y, por otro lado, es muy importante conservar la fruta a temperaturas bajas, rondando entre los 5 y 10°C, esto permite que la fruta conserve su color y el sabor de la pulpa. Con respecto al corte del fruto, este se puede hacer de dos maneras, fruto por fruto de manera individual, o se pueden cortar por racimo (Argueta,2008, p.7).

La conservación de los frutos de rambután, una vez seleccionados los mejores, deben de ser conservados dentro de bolsas plásticas las cuales contengan huecos, de esta manera se evita el deterioro del rambután. Si se va a consumir pronto, se deja a temperatura ambiente hasta que llegue al punto de madurez deseado, sin embargo, se podría alargar un poco más su duración si se conserva en temperaturas bajas (Argueta,2008, p.4).

Según establece Self Nutrition Data, y citado por Nadia Flores, en el año 2016, escritora de la revista Bioleafy, la fruta del rambután cuenta con la siguiente información nutricional:

**Tabla 1. Contenido Nutricional de 100g de rambután.**

<b>ENERGÍA</b>	<b>82.0 (343KJ)</b>
<b>PROTEINA</b>	0.7g
<b>CARBOHIDRATOS</b>	20.9g
<b>GRASA</b>	0.2g
<b>VITAMINA A</b>	3.0 IU
<b>VITAMINA C</b>	4.9 mg
<b>VITAMINA B3</b>	1.4 mg
<b>ÁCIDO FÓLICO</b>	8.0 mcg
<b>ÁCIDO PANTOTENICO</b>	0.2 mg
<b>CALCIO</b>	22.0 mg
<b>HIERRO</b>	0.5mg
<b>MAGNESIO</b>	7.0mg
<b>FÓSFORO</b>	9.0 mg
<b>POTASIO</b>	42.0 mg
<b>SODIO</b>	11.0 mg
<b>ZINC</b>	0.1 mg
<b>COBRE</b>	0.1 mg
<b>MANGANESIO</b>	0.3 mg
<b>HUMEDAD</b>	78.0 mg
<b>CENIZA</b>	0.2 g

Elaboración propia. Fuente: Self Nutrition Data, citado por: Nadie Flores.

Es poco creíble que una fruta tan pequeña como el rambután, cuente con tanto contenido nutricional como se pudo ver en la tabla anterior, muchos de sus componentes son importantes y beneficiosos para la salud de las personas que lo consumen.

El rambután debe de cumplir con ciertos estándares de calidad, para que sea atractivo y aceptado para las personas que lo consumen, entre ellos, debe de cumplir con ser color rojo, además de estar libre de pudriciones y defectos, ya que, si se presentase otro color en el fruto como amarillento o café, esto afectaría la calidad del producto directamente al evidenciar un daño y ausencia de agua en el producto. Otro aspecto importante sobre su calidad es que debe contener dulzura y acidez al mismo tiempo. Con respecto del índice de dulzura, debe de contener: 3% de glucosa, 3% de fructuosa y 10% de sacarosa, al dar como resultado un 16% de dulzura en la fruta de rambután (Argueta,2008, p.7).

El rambután no se trata solamente de ser una fruta exótica visiblemente atractiva, ya que, además de esto se considera un alimento saludable capaz de aportar a la persona que lo consuma varios beneficios y propiedades, las cuales muchas personas desconocen. Según la empresa Costa Fresh Costa Rica, algunos de los beneficios con los que cuenta el rambután son los siguientes:

- El rambután es una fruta que destaca por su alto contenido en vitamina C, por ejemplo: ayudan a la absorción del hierro y el cobre; a su vez este tipo de vitamina ayuda a eliminar los radicales libres del organismo. Dentro las propiedades de rambután también valen la pena mencionar un compuesto muy importante llamado el ácido gálico, que también tiene efecto sobre los radicales libres, protege nuestro cuerpo del daño que producen y combate el cáncer.
- Aporta una menor cantidad en vitaminas del grupo B, destacando entre ellas el ácido fólico (de ahí que sea una fruta cuyo consumo está recomendado en mujeres embarazadas y durante la lactancia materna).
- Respecto a su contenido en minerales, es especialmente rico en potasio y magnesio. Además, por su aporte en fibra, es una fruta ideal para mejorar el tránsito intestinal.
- También es una fruta especialmente rica en antioxidantes, ayudando a prevenir enfermedades cardiovasculares, acciones del corazón e hipertensión arterial.
- A su vez, las propiedades del rambután hacen que sea imposible negar su importancia en la alimentación. Su contenido de hidratos de carbono y proteínas ayudan a aumentar la energía y a prevenir la hinchazón en el organismo.
- Incluso como las propiedades del rambután van más allá: la mayor parte de esta fruta es rica en agua lo cual puede quitar la sed al instante. De otra parte, los contenidos en fósforo eliminan los residuos de los riñones y los de contenidos en calcio, fortalece los huesos y los dientes. Esta fruta contiene fibra, excelente para la óptima digestión del organismo y además es una fruta baja en calorías por lo que puede adicionarse a las recetas para perder peso (parr.6).

Según establece Flores, 2016, los beneficios para la salud que presenta el rambután no están limitados solamente al consumir la fruta, sino también a la corteza y a sus hojas. De acuerdo con esta autora, los beneficios del rambután son los siguientes:

- Ayuda a regenerar las células rojas y blancas de la sangre. Esta fruta contiene cantidades moderadas de cobre que es necesaria para la creación de células sanguíneas blancas y rojas. También contiene manganeso que nuestro cuerpo necesita para producir y activar las enzimas.
- Es una excelente fuente de hierro. El rambután es rico en hierro. El hierro es no sólo beneficioso si no esencial para el cuerpo humano. Este elemento químico está presente en la hemoglobina y es utilizado por el cuerpo para transportar oxígeno desde los pulmones a los diferentes tejidos. La deficiencia de hierro puede causar enfermedades como la anemia, que conduce a la fatiga severa y mareos.
- Ayuda a fortalecer los huesos. Esto es debido a que es rica en calcio, fósforo y hierro. Tener unos huesos más sanos conducen a un crecimiento estable y a la reducción el riesgo de sufrir fracturas y algunas enfermedades óseas.
- Propicia la absorción de los nutrientes. Debido a su contenido en vitamina C el rambután ayuda en la absorción de minerales, hierro y cobre. También protege el cuerpo de ser dañado por los radicales libres.
- Elimina los radicales libres. Uno de los muchos compuestos incluidos en la piel de rambután es el ácido gálico. Esta sustancia en particular se comporta como un depredador de los radicales libres y protege nuestro cuerpo contra la oxidación.
- Ayuda la eliminación de los residuos en los riñones. Otra función muy beneficiosa del rambután es que ayuda a eliminar los residuos de nuestros riñones. Esto se hace con la ayuda de fósforo presentes en rambután. El fósforo es también esencial para el desarrollo, reparación y mantenimiento de los tejidos y células del cuerpo.
- Ayuda a prevenir enfermedades. Como ya hemos mencionado el rambután es una fuente importante de vitamina C. El principal beneficio de la vitamina C es que proporciona una mayor inmunidad frente a infecciones ya que a fortalecer el sistema inmunológico de nuestro cuerpo. Sirve como antioxidante, previene el daño celular y ayuda a prevenir enfermedades.
- Por otro lado, además del consumo de su fruta, las hojas de los árboles del rambután son utilizadas en forma de pasta para mejorar la salud y el cuidado del cabello.

Además de todos estos beneficios producidos por el rambután, con base en esta fruta, se pueden hacer mermeladas, dulces, aguas refrescantes y jarabes; sin embargo, no solo se aprovecha la fruta, sino que también se conoce que, en Malasia, utilizan la raíz del árbol de rambután para bajar la

fiebre a los enfermos; en otros países, el tallo de la flor se utiliza para hacer jabones y candelas, mientras que de la hoja se pueden hacer té, y esto provocaría un alivio cuando hay dolores de garganta (Maridueña et al,2010, p.18).

Como se puede observar, se han tomado distintas referencias para así analizar los beneficios que contiene la fruta del rambután, queda muy claro, que, al contar con tantos componentes nutritivos, es mucho más beneficioso para la salud de las personas que la consumen, coopera con la prevención de ciertas enfermedades, posee importantes vitaminas y elimina distintos residuos dañinos para el cuerpo, son estas, varias de las razones por las cuales es importante el consumo del rambután.

Como todas las cosas, el rambután también cuenta con algunos aspectos en contra a la hora de consumirlo, el primero de ellos es que debido a las malas experiencias que han tenido varios niños quienes han muerto a causa de la semilla del rambután, este producto no es recomendado que sea consumido por los niños, además de esto, otro aspecto en contra es que posee gran cantidad de carbohidratos, lo cual si se consume en mucha cantidad podría afectar a las personas diabéticas. Su semilla en el interior es venenosa, es por esto no debe de ser ingerida por las personas ya que podría ocasionar daños en el organismo.

### **El árbol de rambután.**

El árbol del rambután cuenta con un tronco el cual puede llegar a ser de 50 a 60cm de diámetro, el color de su corteza es gris o café oscuro, presenta la copa un poco abierta y presenta un follaje denso. Sus hojas pueden llegar a medir de 7 a 30cm, esto debido a que es un árbol perennifolio y muy tupido. Las flores son muy pequeñas. La mayoría del tiempo, los arboles adultos producen un aproximado de 100 a 300kg de frutas cada uno. Existen grandes cantidades de árboles de rambután, algunos de ellos son: Queen Zaida, Baby Eulie, Quezon, Roxas, Victoria, Fortis, Cruz, Arago y otros (Argueta,2008, p.6).

Usualmente, los arboles de rambután, comienzan su producción entre los 2 o 3 años de vida, pero su producción óptima, se da de los 8 a 10 años. Los árboles generalmente pueden dar 6000 frutos, pero dependiendo de las condiciones en que se presenten, pueden ser más o un poco menos.

Maridueña et al, 2010, establecen distintas características relacionadas con el árbol de rambután:

Hojas: Pinnadas compuestas que pueden llegar a medir de 7 a 30 cm de longitud.  
Flor: Son pequeñas, pueden ser hermafroditas y masculinas, nacen en panículas muy ramificadas.  
Fruto: El corte del fruto se puede hacer por racimos o de manera individual, siempre y cuando se conserve el pedúnculo para evitar que la cascara se rompa.  
Los arboles adultos llegan a producir de 100 a 300kg de frutas (pp.16-17).

Hugo Ávila, Leonardo Martínez, Víctor Sánchez, Nehemías Vásquez y Luis Vázquez, establecen en su reporte de trabajo “Diagnóstico del sistema de producción de rambután (*Nephelium lappaceum* L.) en la región Soconusco Chiapas, para el año 2006, que existen tres tipos de flores de rambután, y explican cada una de ellas:

- Las flores estaminadas masculinas, que se distinguen de las flores hermafroditas por la ausencia del pistilo funcional, poseen de 5 a 8 estambres y las anteras producen abundantes granos de polen viables; este tipo de flores solo se observan en arboles machos.
- Flores hermafroditas funcionalmente masculinas, tiene estambres y un pistilo bien desarrollado, los sacos polínicos son largos y cerrados durante la antesis, aunque las anteras producen abundante polen, normalmente el pistilo no funciona y el estigma se abre parcialmente.
- Flores hermafroditas funcionalmente femeninas tienen un pistilo bien desarrollados de 5-7 estambres péquelos funcionales: el ovario es supero posee 2 lóculos conteniendo cada uno un óculo. El estigma es bífido, claramente trífido y se abre completamente en la antesis expandiendo toda su superficie a los granos de polen.

**Suelo.**

El suelo ideal para el cultivo del rambután es el suelo franco arcilloso o franco arenoso, debe de estar bien drenado y contener bastante materia orgánica, el Ph debe de estar en un rango entre 4.5 y 6.5 (Thindall Menni & Hodder, 1994, mencionado por Laurent, 2011, p.10).

El suelo debe de tener profundidad de más de un metro, que permita una buena circulación de agua y aire, así como la buena penetración del sistema radicular, las raíces no deben de tener obstáculos. Es recomendable que el suelo sea plano, sin embargo, en caso de tener algún tipo de pendientes, se deben de hacer terrazas para darle soporte al árbol, controlar la erosión y el uso de fertilizantes.

**Distancia de la siembra.**

Usualmente, la distancia establecida para el cultivo del rambután es de 8 a 10 metros entre cada una de las plantas. Se obtienen alrededor de 100 a 156 plantas por plantación. Para el caso de árboles injertados, hay una distancia de 6 a 8 metros, para este caso se obtiene una plantación de 156 a 278 plantas, para árboles injertados, se maneja un programa de podas, lo que produce un crecimiento más compacto.

**Clima.**

El rambután de Malasia donde es originario se desarrolla en un clima tropical húmedo, en Costa Rica se cuenta con este tipo de clima, por lo tanto, resulta exitoso la siembra de este fruto, en el país se siembre desde el nivel del mar hasta los 800 msnm, las precipitaciones deben de ser de aproximadamente 3000mm anuales. La presencia de humedad evita la deshidratación de los frutos (MAG,2010, p.7).

Las temperaturas ideales para el cultivo del rambután son de 22° C a 32°C. En ciertos lugares, donde hay cierto periodo de sequias, es importante establecer un sistema de riego, para que el cultivo pueda tener éxito y ya que la poca presencia de agua no arruine la plantación.

**Riego.**

La planta del rambután es sumamente delicada, por lo tanto, para que su crecimiento y producción sea exitosa, es indispensable que en las áreas donde la precipitación es escasa, exista un gran abastecimiento de agua, ya que, dependiendo del suministro de agua, así será el éxito de la plantación, en caso de haber carencia de agua, es posible no tener éxito (Thindall Menni & Hodder, 1994, mencionado por Laurent, 2011, p.10).

**Variedades.**

Existen bastantes variedades de rambután en el mundo, provenientes de Malasia, países de Asia, Indonesia, Tailandia, Filipinas y Singapur, tales como: Gulabata, R3, R9, R134, R156, R160, R161, R162, Lebakbulus, Binjai, Rapih, Seelengkeng, Seekonto, Seetangkooweh, Simacan, Penang, Rongrien, Seechompoo, Bangyeeckhan, Seematjan, Maharlika, Seedonia, Delichneg y Jitlee. A Costa Rica, se introdujeron Jitlee, R134, R156, R162 Y R167, los cuales provenían de Australia (Laurent, 2011, p.9).

**Plagas.**

Existen varios tipos de plagas o enfermedades las cuales invaden la fruta del rambután, entre los cuales se pueden mencionar algunas:

Trips de banda roja. Es un pequeño insecto, cuando está presente, se encuentra por debajo de la hoja, en donde habitan, ya que se alimentan de savia. Se produce la caída de la hoja cuando es muy intenso el ataque de las hojas.

Araña roja. Se alimenta de la misma manera del trips. Por épocas, se presentan considerables poblaciones, que causan muchos daños en las plantas de rambután.

Gusano de cápsulas. Son un tipo de mariposa, la cual causa daños en las cosechas de rambután, de manera que coloca sus huevos sobre las cápsulas, y posteriormente, estas son perforadas por larvas que se alimentan de sus semillas, arruinando así el cultivo (Maridueña et al, 2010, pp. 29-30).

Además de estas plagas, el Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica (2007), estableció que las plagas de importancia para el cultivo del rambután en Costa Rica son:

- Escamas blandas. Algunas de ellas son: *Ceroplastes floridensis*, *Ceroplastes rusci*, *Coccus viridis* y *Coccus hesperidum*.
- Escamas duras. *Parlatoria ziziphi*, *Lepidosaphes gloverii*, *Unaspis citri*, *hemiberlesia lataria*, *Selenaspidus articulatus*, *Aonidiella aurantii*.
- Cochinillas. *Planococcus citri*, *Dysmicoccus brevipes*.
- Escarabajo
- El picudodiaprepes
- Hormigas
- Nectria
- *Botryodiplodia theobromae*
- Mal de hilachas
- Damping off
- Muerte de injerto
- Alga roja
- *Gliocephalotrichum bulbilium*
- *Botryodiplodia theobromae*

### **Productos con base en el rambután**

El rambután es una fruta proveniente de Malasia, sin embargo, actualmente es producida por muchos otros países en el mundo, uno de ellos es Costa Rica. El rambután está clasificado como una fruta exótica; esta fruta es muy atractiva a la vista de las personas que nunca la han

consumido, su aspecto poco tradicional se debe al llamativo color rojo y los pelitos a su alrededor, presenta una consistencia similar al de las uvas. En Centroamérica es conocido como el famoso “mamón chino”.

El rambután es una fruta dulce y ácida a la vez, esta puede ser consumida por niños, adultos, mujeres embarazadas, personas mayores, en realidad puede ser consumida por toda la población, sin embargo, debido a que varios niños se han ahogado con la semilla del mamón chino, a veces le tienen cierto temor al consumirla, sin embargo, la mejor manera de hacerlo y sin que haya peligro alguno, es partiéndolo a la mitad y quitarle la semilla que es lo que puede provocar un accidente.

Anteriormente, se han mencionado todos los beneficios con los que cuenta el fruto del rambután para la salud de las personas que lo consumen, es por esto, que es indispensable que existan productos hechos con base en rambután, para que las personas que gustan de este fruto lo puedan percibir de otras maneras y no solo por la fruta directamente.

En países como los Estados Unidos, una de las maneras de consumir el rambután, y que es una de las formas de mantenerlo por más tiempo conservado, es el rambután enlatado. Muchas veces, la duración de la fruta de rambután en sí es muy corta, es por lo que los países han optado por recibirlo enlatado, para que esta se conserve durante bastante tiempo. Estados Unidos, es uno de los más grandes importadores de rambután enlatado.

El rambután puede ser consumido y combinado en todo tipo de alimentos, desde en ensaladas, mermeladas, jaleas, en salsas para carnes, en batidos, hasta en postres, jugos y demás, sin embargo, no es muy común que las personas lo usen en sus alimentos diarios, usualmente solo consumen la fruta y de ahí no pasan.

Sin embargo, para el año 2012, un grupo de investigadores de la escuela de Ingeniería Administrativa del Instituto Tecnológico de Costa Rica, busco una nueva para que el rambután, dejara de ser solo una fruta, y pasara a convertirse en una base para la creación de helados y yogurt. Los que los autores de este proyecto buscan es darle un valor agregado a la fruta, y a su vez cooperar con el desarrollo de la zona sur del país.

En este caso, los productores de la zona sur, lo que fabrican sería la mermelada de rambután, y posteriormente, se la venden a empresas de lácteos, quienes son los encargados de elaborar el producto final, para llevarlo a los supermercados del país.

Además de este caso de lácteos con base en rambután, para el año 2012, la FAO, con el mismo objetivo de contribuir con el desarrollo de los pequeños productores de la zona sur del país, desarrollan seis proyectos con base en el rambután y del frijol.

Entre los proyectos que establecieron, están productos como mermeladas, juegos clarificados, frutos secos, snacks de pulpa deshidratada, dátiles, semillas y harina hecha con base en la cáscara de rambután. Consideran este proyecto una alternativa atractiva, no solo para cooperar con el aumento de ingresos y con la mejora de las condiciones de vida de las personas de estas zonas, sino también para hacer cada vez más competitivos los productos con base del rambután.

Los productos fueron desarrollados en el Centro Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos (CITA) de la Universidad de Costa Rica, como parte de un convenio con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO), con el objetivo de brindarle una mejor calidad de vida a los productores de la fruta.

La industrialización del rambután no es algo que sus productores hagan normalmente, la mayoría del tiempo, el producto es vendido como una fruta y nada más, sin embargo, existen excedentes de producción de rambután, en donde además de aprovechar el producto, los habitantes de esta zona se podrían ver beneficiados económicamente.

### **Producción Mundial del Rambután**

Existe una alta producción de rambután en el mundo actualmente. Para el año 2002, los países en donde más se produce rambután son Tailandia con 88 000 hectáreas sembradas, Indonesia con 80 000 hectáreas y Malasia con 20 000 hectáreas. Otro de los países que ha tenido crecimiento sobresaliente fue Singapur. China, quien no era considerado productor de rambután, en los últimos años se convirtió en uno de los productores de importancia en el mundo. (García, 2006, p,7).

En cuanto a Centroamérica, existe producción en Guatemala, Honduras, Costa Rica y el Salvador, esto se debe al clima húmedo que existe en cada uno de estos países, que les permite cultivar el rambután, mucha de la producción es para consumo interno, sin embargo, otro tanto de lo que producen lo exportan a diferentes países como Estados Unidos.

El productor y exportador número uno de rambután, para el año 2004, fue Tailandia, para el año 2004, llegó a tener una producción de 561 000 toneladas y llegó a exportar 6630 toneladas de rambután a países como Malasia, Laos, Hong Kong, Vietnam y Singapur.

Por otro lado, Indonesia produjo 320 000 toneladas para ese mismo año, y la mayoría del producto que exportó iba dirigido al mercado holandés. Malasia produjo 156 000 toneladas y Filipinas llegó a producir 11 600 toneladas (García, 2006, p.14).

Australia es otro de los países productores de rambután en el mundo, siendo Japón uno de sus mercados potenciales, quienes iniciaron comprando pequeñas cantidades y tiempo después duplicaron este número debido a la fuerte demanda que presentaba. Hawái, es reconocido productor de rambután también desde aproximadamente el año 2000, su mercado potencial es Estados Unidos y para ese año exportó 800 000 libras (Argueta, 2008, p. 11).

Tailandia, Malasia e Indonesia, como se mencionó anteriormente, son los países que más producen rambután en el nivel mundial, sin embargo, a pesar de que, si exportan, la mayoría del producto es más que todo para suplir las necesidades de su mercado interno.

Honduras por su parte para el año 2002, fue el principal productor de rambután de Centroamérica; Costa Rica, se cataloga como el segundo productor de la región. Guatemala por su parte, inició con un cultivo de 75 hectáreas, sin embargo, proyectó un gran crecimiento para el futuro. Panamá y Nicaragua cuentan con gran potencial de cultivo de rambután, así como el apoyo de instituciones interesadas en que se exporte esta fruta. El Salvador por su parte, cuenta con un clima menos ventajoso, sin embargo, el gobierno está muy interesado en explotar el producto y apoyar a sus productores (Argueta, 2008, p.14).

En su mayoría, los países centroamericanos han apostado como mercado principal al mercado estadounidense, para ellos es un reto el cumplir con las calidades y técnicas de cultivo del producto exigidas por el mercado norteamericano. Los factores influenciados que motivaron a estos países a enfocarse principalmente en Estados Unidos son los bajos costos de exportación y la demanda insatisfecha. Sin embargo, Costa Rica no se cierra a este mercado, sino que ha incursionado también al mercado europeo (Maridueña et al, 2010, p.7).

La siguiente tabla, detalla las toneladas de rambután producidas para los años del 2004 al 2008, por los principales productores de rambután en el mundo:

**Tabla 2. Producción en toneladas por los principales productores del mundo.**

<b>PAIS</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
<b>TAILANDIA</b>	673 000	700 000	700 000	700 000	700 000
<b>INDONESIA</b>	330 000	350 000	350 000	350 000	350 000
<b>MALASIA</b>	133 900	134 000	69 000	68 300	70 000
<b>FILIPINAS</b>	11 900	13 100	11 600	11 900	12 000
<b>OTROS</b>	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
<b>TOTAL</b>	<b>1 168 800</b>	<b>1 217 100</b>	<b>1 150 600</b>	<b>1 150 200</b>	<b>1 152 000</b>

Fuente: FAO, Citado por Maridueña et al, 2010)

Se puede observar, que Tailandia al igual que Indonesia, tuvo un crecimiento en su producción para el 2005, el cual se mantuvo constante a lo largo de los próximos cuatro años. Malasia por su parte, mostraba producciones interesantes para el año 2004 y 2005, sin embargo, del 2006 al 2008 tuvo una caída en la producción de rambután, la cual para el último año fue subiendo un poco más. Filipinas y los demás países se mantuvieron constantes durante los años de estudio.

### **Principales importadores de rambután en el mundo.**

La fruta de rambután es muy solicitada por los países en el mundo, sin embargo, el continente que más lo consume es el asiático, ya que naturalmente de aquí es donde proviene, y por lo tanto es donde más se consume la fruta. Sin embargo, para los países productores de rambután, existen ciertas barreras las cuales entorpecen la importación del producto a ese y otros

continentes, por ejemplo, los altos costos del transporte aéreo y el bajo costo del mercado son aspectos que dificultan la exportación de rambután.

De acuerdo con las estadísticas brindadas por el Centro Internacional de Comercio (CCI), para el año 2016, los 10 mayores importadores de rambutan son los siguientes países según se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 3. Principales importadores de rambután para el año 2016.**

PAIS	VALOR IMPORTADO
China	<b>757.832</b>
Vietnam	<b>268.549</b>
Países bajos	<b>207.113</b>
Estados Unidos de América	<b>160.525</b>
Hong Kong (China)	<b>133.913</b>
Alemania	<b>109.173</b>
Indonesia	<b>98.798</b>
Emiratos Árabes	<b>92.529</b>
Francia	<b>81.572</b>
Federación de Rusia	<b>63.400</b>

**Elaboración propia. Fuente: Centro Internacional de Comercio (CCI).**

Según los datos obtenidos, estos son los 10 países quienes más importan el rambután, esto para el año 2016, siendo China el mayor importador, el rambutan importado por China es proveniente de Vietnam y Tailandia. Estados Unidos es el importador de rambután del continente americano, el cual posee gran importancia en cuanto al valor importado para ese mismo año. Todos los países tienen alta relevancia, sin embargo, en la tabla se han mostrado los 10 países que han importado mayor valor para el año 2016.

El rambután es importado por países como Holanda, quien posee una gran población de indonesia, por lo tanto, sus habitantes consumen esta fruta, la cual se consigue durante casi todo el año. Usualmente la mayoría del rambután lo importan de Tailandia (García, 2006, p.11).

Francia por su parte, tienen una buena cantidad de pobladores vietnamitas, camboyanos y tailandeses, por esta razón es importado desde Tailandia en su mayoría, a diferencia de los demás países, el rambután a Francia llega de manera enlatado y no la fruta fresca en sí. Son los mayores importadores de rambután tailandés desde el año 1992, además de ser muy exigentes en cuanto a la calidad, el tamaño y el color de la fruta.

El rambután también es importado por el Reino Unido, en el país lo importan tanto el fruto fresco como el fruto enlatado, son unos de los principales importadores de rambután de Tailandia. Uno de los inconvenientes que tiene este país para importar, es el costo del transporte aéreo elevado, lo que produce una restricción en el volumen de importación (García, 2006, p.12).

Al cambiar un poco de continente, cuando se habla de Estados Unidos, no fue hasta el año 2001, que Estados Unidos no permitía la entrada del rambután fresco debido a las especies de moscas que portaban. Solamente había ingresado el fruto enlatado. Una vez que se aprobó su entrada, de países centroamericanos es de donde más se importa el rambután, por ejemplo, para el año 2005-2006 importaron rambután de Costa Rica, Guatemala, Honduras y República Dominicana (Argueta, 2008, p.9).

Canadá por su parte, es uno de los países importador de rambután, sin embargo, el producto es importado desde Tailandia y Malasia en su mayoría (García, 2006, p.13).

Países como Estados Unidos, Taiwán, Emiratos Árabes y del continente europeo, son los países que más importan el fruto del rambután, usualmente son países desarrollados los que más buscan el producto.

Normalmente, y a grandes rasgos, Europa importa el rambután desde Tailandia e Indonesia, por su parte Japón lo importa desde Australia. Estados Unidos por su parte, lo importa desde Centroamérica, ya que es más complicado importarlo desde Tailandia, Malasia o Indonesia, debido al largo viaje y a que a la fruta fresca es muy perecedera (Centro de Agro Negocios Santa Fe y AGEXPORT, 2006, p. 8, citado por Argueta, 2008, p.8).

De acuerdo con la FAO, los principales países importadores de rambután de la Unión Europea son: Alemania, Holanda, Francia, España, Austria, Dinamarca, Finlandia, Portugal, Reino Unido y Suecia, estos ordenados según el valor de sus importaciones en los últimos años. De todos estos países, Tailandia es quien provee estos mercados.

### **Actualidad costarricense con respecto del cultivo del rambután**

El mamón chino, como se le conoce en Centroamérica, es uno de los productos agrícolas que se producen en Costa Rica, mayormente en la Región Brunca del país. Hace aproximadamente 30 años atrás, cuando llegó esta fruta al país, los productores de la región aun no estaban preparados para ingresar al mercado exterior, en donde las exigencias son muy altas, ya que el inicio de las siembras y el manejo de cultivo se hizo de manera muy desordenada y sin importancia.

Aproximadamente un 50% de los productores de rambután, están ubicados en el Cantón de Corredores, el segundo lugar se ubica en Osa y Pérez Zeledón, siguiendo cantones como Golfito, Coto Brus, la zona Huetar Atlántica y Huetar Norte, quienes cuentan con pequeñas áreas de cultivo, sin embargo, no tienen gran importancia en el nivel nacional (MAG, 2003, p. 12).

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), para el año 2003, la producción de Costa Rica fue de 5500 toneladas de rambután, y para el año 2005, el 85% de la producción de rambután, ha sido destinado al mercado local, y quienes se encargan de venderlos son los vendedores informales. Para estos años, existieron alrededor de 700 hectáreas sembradas de rambután, siendo la Región Brunca los principales productores. Existen al menos 370 productores en el nivel nacional.

Otra de las zonas donde se cultiva el rambután es en San Carlos, una de las empresas dedicadas al cultivo del rambután es la empresa VISA S.A. Costa Rica, actualmente cuenta con 40 hectáreas de producción, y los meses destinados para la cosecha son de julio a octubre. Como características sobresalientes del rambután que ellos producen, esta que es más dulce que los demás, más grandes, mejor desprendimiento de la semilla con la pulpa.

Además, de esta empresa VISA, en la zona norte, se cultiva rambután en las zonas de Guatuso, los Chiles, Venecia, Ciudad Quesada, Santa Clara y Pital. En cuanto a la zona atlántica, se cultiva en Siquirres, Batán, Limón entre otros (Artiles, 2006, citado por Laurent, 2011, p.6).

Estados Unidos era uno de los países interesados en la importación del rambután costarricense, es por esto, que el gobierno del país ve una buena oportunidad para la exportación de este, de esta manera tanto los actuales productores como el país se vería beneficiado con su exportación. Es por esta razón que deciden fomentar el cultivo del rambután y el gobierno comienza a capacitar a los productores para incitarlos a cultivar mayores cantidades, pero haciéndolo de manera correcta, empiezan a crear mejoras en el cultivo para que este pueda llegar a ser internacionalizado (García, 2006, p.20).

En la Región Brunca, se creó para el año 2005, una asociación de productores de frutas exóticas tropicales, quienes estaban orientados a los mercados de exportación. La asociación es llamada ASOFRUBRUNCA, fue creada en la comunidad de Pueblo Nuevo de Cajón de Pérez Zeledón. Actualmente la asociación cuenta con 115 asociados, quienes se dividen en áreas de cultivo, producción y procesamiento del rambután para el mercado local y exportación. El objetivo principal de la asociación es el siguiente:

“Favorecer el desarrollo económico y social de sus afiliados en la Región Brunca, actuando como centro de conocimiento, industrialización y desarrollo de oportunidades comerciales para los productores de frutas, hortalizas, raíces y tubérculos de la Región Brunca, a través de la comercialización internacional de productos frescos y procesados”

Los productores del país han puesto todo su esfuerzo para sacar adelante sus familias, pusieron la fe en el mamón chino, es por esto por lo que han invertido mucho dinero en la creación del mamón injertado, que es una combinación del fruto criollo de la zona y otro que viene desde el Occidente del mundo para agradar al mercado costarricense.

Según María Fernanda Maridueña et al, 2010, establece que para el año 2003 se realizó un censo<sup>15</sup>, con respecto del número de productores y áreas de producción en el país, y determinó lo siguiente:

- Existían 354 productores y un área de producción de 720 hectáreas.
- La mayor parte de los productores tienen menos de 20 hectáreas.
- 200 productores encuestados tienen 50 o menos árboles.
- Dos terceras partes de la producción proviene de los 350 productores que tienen menos de 20 hectáreas.
- El 90% de la producción está destinada al mercado local.
- La época de mayor oferta es de julio a setiembre.

Según un estudio emitido por la Promotora de Comercio Exterior, el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el Instituto Nacional de Aprendizaje, y el Ministerio de Economía del

país, determinaron que para el año 2011, la Región Brunca, fue donde existió una mayor siembra en cuanto a la plantación de rambután, la cual fue de aproximadamente 480 hectáreas de rambután criollo y 400 hectáreas de rambután mejorado.

El Ministerio de Agricultura y Ganadería es una entidad muy importante la que ha cooperado mucho con este gremio productor de rambután, se les ha brindado capacitaciones, ayudas económicas y demás, el objetivo esencial es más que todo que estas empresas sigan adelante, que sean cada vez mejores con los cultivos de rambután y que se siga exportando más de lo que se exporta actualmente.

Para el año 2004, el Instituto de Innovación y Transferencia de Tecnología Agropecuaria (INTA), investigó el mamón chino y el aumento de presencia que ha tenido en los últimos años en los mercados debido al aumento de su demanda.

El objetivo del proyecto es principalmente obtener un producto de calidad excelente por lo que ahora presenta una estrategia en un programa de fomento para el cultivo, el cual es financiado con recursos aportados por la Fundación para el Fomento y Promoción de la Investigación y Transferencia de Tecnología Agropecuaria (FITTACORI). Para el estudio, se tomaron en cuenta los árboles sobresalientes de la plantación, y se tomó en cuenta el color de la cáscara, el tamaño y la pulpa. (Conejo, 2014, parr. 2).

Los principales autores de este proyecto fueron investigadores del MAG, de la Misión Técnica de Taiwán y los productores respectivos de rambután de la Región Brunca, en donde la mayoría de los productores son pequeños empresarios, y solo un porcentaje muy pequeño son medianos y grandes.

El rambután es una fruta exótica poco común, la cual en los últimos años ha presentado oportunidades para países en vías de desarrollo como lo es Costa Rica, de manera que puedan explotar todos los recursos posibles sobre las frutas exóticas, como lo es el rambután. El exportar este tipo de frutas a nuevos mercados, beneficia al país, de manera que aumente el ingreso de divisas, crea nuevas fuentes de empleo e incrementa el desarrollo del país, por estas razones es que es muy importante el incentivar a las personas involucradas en el cultivo del rambután para que se exporte lo mayor posible (Maridueña et al, 2010, p.2).

Investigadores del Instituto Tecnológico de Costa Rica, han visto el gran potencial con que cuenta la fruta del rambután en el país, es por esta razón, que se reunieron para desarrollar una Evaluación a la agrocadena de rambután de la Asociación de Productores y Comercializadores de Frutas Tropicales de Corredores (APROFRUT) de la Zona Sur, su objetivo era evaluar los procesos agrícolas, de manufactura, administración y comercio.

A pesar de que en el país no existe una agroindustrial formal que se dedique al cultivo de rambután, si se ha trabajado en el desarrollo de sistemas de exportación. Una de las ventajas con que cuentan actualmente el mercado del rambután, es que ya se exporta a los mercados estadounidenses y europeos los cuales tienen estándares de calidad muy altos para lo que son frutas. La asociación debe de enfrentar estos retos para así lograr aumentar la calidad del producto cada vez más, para así al ser más competitivo seguir transitando por los mercados estadounidenses y europeos en mayores cantidades.

### **Comercialización de rambután en el mercado nacional**

En el nivel nacional, la mayoría del rambután producido en el país es vendido más que todo por los vendedores ambulantes del país, quienes se encargan de distribuirlo por todas las provincias dejándolo a un precio cómodo para las personas que están interesadas en el producto lo consuman,

sin embargo, la venta de mamón chino no va a ser durante todo el año, sino va a depender de acuerdo con la época de cultivo en el país.

Por otro lado, el producto también es distribuido a los mercados mayoristas como CENADA y el mercado como el mercado Borbón, de Alajuela y otros; además de ferias del agricultor de cada ciudad y en los mercados locales (MAG, 2003, p.27).

Una vez al año, para el mes de setiembre; se hace la feria del mamón chino, por ejemplo, ASOFRUBRUNCA, en la Región Sur del país, esto con el fin de promover el consumo del rambután; este producto se encuentra en diferentes presentaciones para que las personas lo consuman de todas maneras.

### **Precio de rambután dentro del mercado nacional.**

Actualmente, el rambután es una fruta la cual no solo se produce en el país para exportarla a otros, sino que también es consumida en el mercado nacional por muchas personas. Es por esta razón, que es muy importante determinar los precios ideales a la hora de comprar este fruto, de manera que no se vaya a comprar a un precio muy exagerado.

Debido a las modificaciones que se han establecido en el rambután en los últimos tiempos, con el fin de mejorar cada vez más la calidad de este, en el país se tiene el rambután criollo, que es el más común y barato, y el rambután injertado que básicamente es el que cumple un poco más con las normas de calidad viéndose como la opción mejorada del rambután. El precio del producto varía de acuerdo con el pasar de los años, teniendo mínimos, promedios y máximos para determinarlos adecuadamente.

Según la información proporcionada por el Programa Integral de Mercadeo Agropecuario (PIMA) de CENADA, el rambután con el pasar de los años, ha tenido variaciones en los precios de venta del mercado local, se van a clasificar por un lado el rambután criollo y por otro lado el rambután injertado, esto para el periodo de 2013 al 2017, al detallar en cada año los precios moda para cada uno de los meses.

**Tabla 4. Comparativo de precio moda mensual para el mamón chino criollo. Periodo 2013-2017.**

MES	2013	2014	2015	2016	2017
<b>JULIO</b>	400		600	700	500
<b>AGOSTO</b>	400	350	500	400	450
<b>SETIEMBRE</b>	800	350	400	400	300
<b>OCTUBRE</b>	600		400		
<b>NOVIEMBRE</b>	600				

Elaboración propia. Fuente: PIMA.

Como se puede notar en la tabla anterior, el precio moda mensual para el rambután criollo ha tenido altos y bajos en cada uno de los años expuestos, el precio más bajo al que ha llegado a ser vendido fue de 350 en los meses agosto y setiembre del año 2014, mientras que el más alto fue en el mes de julio para el año 2016 a un precio de 700. El rambután criollo tiene un precio mucho menor del que se va a ver en el injertado, esto por la razón de que el criollo posee una menor calidad y es vendido por personas que cultivan el rambután más que todo por tener ingresos extras y venderlo en el mercado local, sin preocuparse en mejorar calidades; caso contrario del rambután injertado.

**Tabla 5. Comparativo de precio moda mensual para el mamón chino injertado. Periodo 2013-2017.**

MES	2013	2014	2015	2016	2017
<b>FEBRERO</b>	3000				
<b>MARZO</b>	2500				
<b>JUNIO</b>		1000	3000		2500
<b>JULIO</b>	1500	800	1500	1500	1200
<b>AGOSTO</b>	700	700	1000	700	850
<b>SETIEMBRE</b>	1300	800	700	800	900
<b>OCTUBRE</b>	1200		750	400	1500
<b>NOVIEMBRE</b>	1500		1200	500	
<b>DICIEMBRE</b>				750	

Elaboración propia. Fuente: PIMA.

Para el caso del rambután injertado, se puede notar que el precio moda es más significativo que el del criollo, el precio moda menor, se dio para los meses de agosto de los años 2013, 2014 y 2016; para el año 2015 el precio menor se dio en el mes de setiembre; este precio es de 700. Mientras que el precio mayor al que ha llegado el rambután injertado fue de 3000, y se dio para el año 2013 en el mes de febrero, y para el año 2015 en el mes de junio. En el mes de junio del año 2017, hubo un precio medio de 2500, siendo este un precio considerable.

### **Exportación de rambután costarricense**

Costa Rica es un país, el cual está muy abierto al comercio exterior, durante los últimos años ha ampliado de manera notable su oferta exportable, de esta manera, el país cuenta con una entrada de divisas estable, además cada vez son más las empresas que se animan a exportar sus productos y no solo comercializarlos internamente en el país. Para las pequeñas empresas, exportar resulta nada fácil, debido a que tienen que vencer todas las trabas logísticas, de calidad, mercadeo y de producción que se presenten. Con la ayuda de la Promotora de Comercio Exterior, las empresas han salido adelante en sus exportaciones, aumentando la oferta exportable del país. Se

espera que sean cada vez más las empresas interesadas en exportar sus productos y crecer como empresas.

Los productos no tradicionales presentan actualmente una tasa de crecimiento alta, el rambután, por ejemplo, es consumido en ciertos países por personas quienes tienen nostalgia y extrañan los productos tradicionales de su país, sin embargo, también son consumidos por personas del mismo país, quienes asocian la fruta con el país extranjero de donde proviene y se sienten identificados por lo tanto deciden consumirlo.

Las exportaciones son indispensables para mantener una buena economía en el país, es por esta razón que las organizaciones gubernamentales se han enfocado en mejorar el cultivo cada vez más, por lo que han traído materiales de donde el producto es originario para mejorar su calidad, el sabor, tamaño y color, esto ha generado que los productores actuales cuenten con una calidad y precios similares en sus cosechas.

Claramente, el crecimiento que presentan economías como las de China, Estados Unidos y Europa, hace que esto se presente como una buena oportunidad para que los países en vías de desarrollo como Costa Rica, puedan incursionar en estos mercados ofreciendo estos productos como el rambután; gracias a las exportaciones que se dan a estos mercados, es que se dan oportunidades de empleo para los costarricenses y lo que genera un aumento en las divisas que entran al país (Laurent, 2011, p.5).

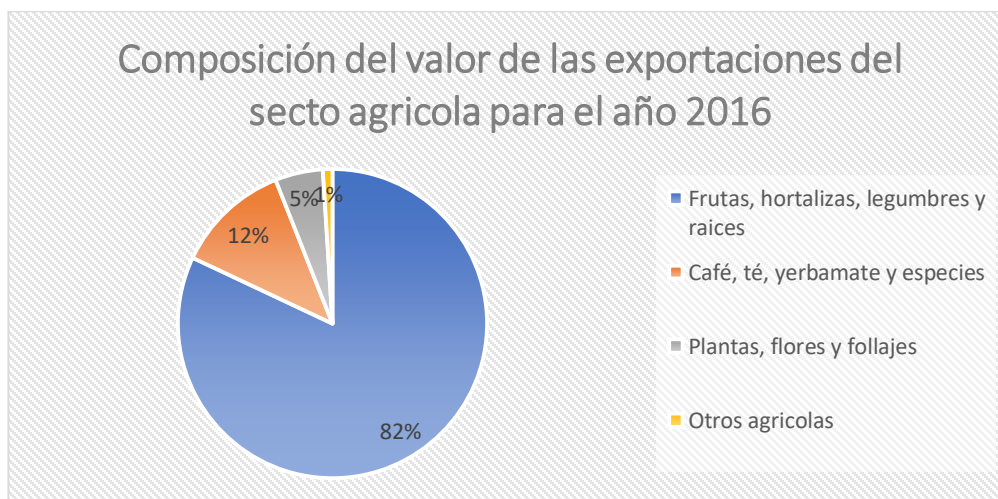
El rambután es considerado un fruto exótico y a la vez no tradicional en el país. Forma parte de los productos agropecuarios como lo son el banano, el café, cultivos como el melón y mango, raíces, tubérculos y hortalizas. El sector agropecuario del país para el año 2016, fue el que tuvo un mayor porcentaje de exportaciones con un 59.1%, seguido del industrial que tuvo un porcentaje de 39.5%.

Según establece Vargas y Quesada en el año 1996, existe una amplia e interesante opción en mercados como Estados Unidos y Europa para el rambután, esto se debe a que existe una época del año en donde la producción de los otros mercados que lo surten se acaba, mientras que en Costa Rica es cuando se presenta una mayor producción.

Se ha determinado, que la clasificación arancelaria correcta para el rambután corresponde a la 0810.90.70.00.00, sin embargo, según estudio durante el periodo de 2011-2015, las Declaraciones de Exportación de la clasificación arancelaria 0810.90.90.90 han incluido dentro de su descripción al rambután, siendo erróneo (Ulloa, 2016, p.4).

Según datos de PROCOMER, para el año 2016, la composición del valor de las exportaciones del sector agroexportador es la siguiente:

**Gráfico 1: Composición del valor de las exportaciones del sector agrícola para el año 2016.**



Fuente: Elaboración Propia, datos de PROCOMER.

Como se puede observar en la figura 1, para el año 2016, el porcentaje mayor de las exportaciones del sector agrícola fue de frutas, hortalizas, legumbres y raíces, con un 82% en las

exportaciones, dentro de este porcentaje es donde se ubica el rambután, fruto que, aunque no posea una participación muy notoria dentro del sector, coopera con cierto porcentaje el cual es beneficioso para el país.

En la siguiente tabla que se va a mostrar a continuación, también proporcionada por PROCOMER, se va a detallar la evolución de las exportaciones desde el año 2012 hasta el 2016 en miles de dólares del sector agrícola:

**Tabla 6. Evolución de las exportaciones del sector agrícola periodo 2012-2016.**

<b>AGRÍCOLA</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Frutas y hortalizas, legumbres y raíces</b>	1859.6	1920.7	2078.1	1949.7	2194.2
<b>Café, té, yerbamate y especias.</b>	422.1	312.4	288.7	313.8	314.5
<b>Plantas, flores y follajes</b>	167.0	155.7	152.7	150.2	139.6
<b>Otros</b>	60.7	59.0	49.9	49.9	41.7
<b>TOTAL</b>	<b>2509.4</b>	<b>2447.9</b>	<b>2569.3</b>	<b>2457.0</b>	<b>26903.1</b>

Fuente: Elaboración propia, datos de PROCOMER.

Según datos de PROCOMER, para el año 2015-2016, los principales países destinos de las exportaciones del sector agrícola son los siguientes:

**Tabla 7. Países destino de exportaciones del sector agrícola periodo 2015-2016. Millones USD.**

<b>PAÍS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	1148.1	1268.1
<b>HOLANDA</b>	246.8	272.1
<b>BÉLGICA</b>	185.6	209.3
<b>ITALIA</b>	163.9	190.9

<b>REINO UNIDO</b>	148.1	155.0
<b>OTROS</b>	564.6	594.7
<b>TOTAL</b>	<b>2457.0</b>	<b>2690.1</b>

Fuente: Elaboración Propia, datos de PROCOMER.

Al observar los destinos de las exportaciones para 2015-2016, se puede notar que Estados Unidos es el país a donde el sector agrícola costarricense exporta más millones de dólares por año. Los demás países, son en su mayoría europeos. No es a todos estos mercados que se exporta el rambután, sin embargo, de acuerdo con estas estadísticas, los productores pueden tomar esta información en cuenta a la hora de decidir dónde van a exportar el producto, para de esta manera poder diversificar los mercados de exportación del rambután.

De acuerdo con la información brindada por Ulloa, se afirma que el comportamiento que ha tenido el rambután en los últimos cinco años, en cuanto a miles de dólares y peso de toneladas ha sido de la siguiente forma:

**Tabla 8. Comparación de las exportaciones en los últimos 5 años.**

	2013	2014	2015	2016	2017	CAGR 2013-2017
<b>VALOR (miles de USD)</b>	332,8	339,9	697,6	648,6	255,6	-6%
<b>PESO (toneladas)</b>	505,0	1087,0	976,5	1497,4	950,6	17%

Fuente: Enrique Ulloa, Entrevistado.

De acuerdo con la información representada en la tabla anterior, se muestra la información sobre las exportaciones de rambután costarricense, tanto en miles de dólares como en toneladas, esta información, deja en descubierto que el Crecimiento Anual Promedio (CAGR) para los años 2013-2017, ha sido negativo en términos de valor, sin embargo, con el pasar de los años, ha sido positivo a nivel de peso. Es importante tomar en cuenta, que entre los años 2016 y 2017, ha existido

una diferencia de -61% en valor y de -37% en peso, lo que representa una gran diferencia en el caso de la exportación de rambután de un año a otro.

Esta diferencia, puede deberse a factores como por ejemplo la desmotivación que tienen los productores a la hora de exportar el producto, o la dificultad que muestre el tema de exportación para empresas que aún son pequeñas, por lo tanto, prefieren vender el producto en el mercado local, antes de complicarse exportando a otros países, desconociendo los beneficios que podrían obtener si exportaran todo su producto.

En el país, el reconocido mamón chino, es un producto el cual actualmente se ha convertido en la mina de oro de los agricultores de la zona sur, el cual sale de las fronteras ticas, para llegar a nuevos mercados como Estados Unidos, países Centroamericanos, Colombia, Venezuela y otros. Según establece Karla Conejo en la revista “Productor Agropecuario” 2014, para los últimos cinco años, Costa Rica ha exportado de 200 a 628 toneladas de rambután a estos países mencionados anteriormente.

Según Ana Cristina Camacho, quien escribió un artículo para el periódico “El Financiero” para el año 2009, establece lo siguiente:

Estados Unidos paga mejores precios y también exige más en calidad en cuanto a tamaño, apariencia, dulzura (grado brix) y principalmente en que la pulpa desprenda con facilidad de la semilla. Los precios oscilan entre los \$4 y \$7 por kilo.

Estas exigencias impuestas por los Estados Unidos con respecto al rambután, aunque de cierta forma al principio se vea como un obstáculo el cual deben de superar los pequeños empresarios del país, es un aspecto el cual en realidad beneficia al país, ya que hace ver al país como uno de los cuales ofrece a los mercados internacionales una alta calidad de rambután.

Según el estudio “Oportunidades de comercialización de productos agrícolas incipientes”, escrito por Enrique Ulloa Leitón, analista económico de PROCOMER, para el año 2016, se establece lo siguiente:

Costa Rica es un exportador neto de productos frescos, en 2016 (enero-noviembre) se exportaron 158 tipos, por monto total de 1.986 millones de USD. Pese a ello, el 85% de esos envíos se concentraron en banano (45%) y piña (40%). Los principales destinos de exportación fueron Estados Unidos (933 millones de USD) y países europeos como Holanda (219 millones), Italia (159 millones) y Bélgica (139 millones). Debido a la concentración en productos se hace necesaria la diversificación en no tradicionales. Asimismo, estas frutas no tradicionales ya están siendo exportados por países como Colombia, Jamaica, México y Perú, quienes han encontrado nichos en Europa, Canadá y Estados Unidos (p.1).

Como bien se sabe el rambután forma parte de estos productos frescos e incipientes de los cuales el autor del artículo anterior describe. Aunque el rambután no es una fruta la cual actualmente mueva un porcentaje altísimo en exportaciones en el mundo, ese porcentaje podría aumentar si los productores de rambután se empeñan en aumentar su volumen de producción y dejar de vender su mayoría en el nivel local y se enfocan más en el producto para exportación.

Desde el año 2011, hasta el 2015, la balanza comercial de productos frescos fue positiva, esto se muestra como algo positivo para el país, ya que usualmente años atrás, el país realiza mayores importaciones que exportaciones. Para el año 2011 Costa Rica exportó 134 tipos de productos frescos, mientras que para el año 2016 se dio un aumento al exportar 158 tipos. Por otro lado, en estos mismos años, se ha dado un crecimiento de destinos de exportación de estos productos (Ulloa, 2016, p. 4).

Los principales destinos de las exportaciones costarricenses de productos frescos para el año 2016, se dieron principalmente a Estados Unidos con un 47%, Holanda un 11%, Italia un 8% y Bélgica un 7%, siendo estos los de mayores porcentajes (Ulloa, 2016, p. 4).

El rambután en los Estados Unidos ha ampliado sus mercados y ya no se especializa en tiendas étnicas, sino que actualmente ya es comercializado en tiendas convencionales en donde el producto está dirigido a cualquier tipo de consumidor. Uno de los factores de impacto para el

consumidor, es el empaque del producto, ya que si es visible para las personas es más probable que lo consuman debido a su particular forma, color y textura (PROCOMER, 2016, parr 6-8).

Según datos brindados por Marcial Chaverri, director del Cono Sur de PROCOMER; Costa Rica, desde el año 2011 se ha enfocado en potencializar sus productos en Chile. A partir de esto ha existido una tendencia de crecimiento en las exportaciones dirigidas a este mercado, para el año 2013 se llegó a casi 30 millones de dólares. Para el año 2014 fue la primera vez en exportar rambután al mercado chileno, para ese entonces ya había solicitudes de producto por parte de varias cadenas de supermercados.

Para el año 2015, la empresa VISA, junto con la ayuda de la Promotora de Comercio Exterior, observaron que el mamón chino es un producto agrícola el cual se podría exportar a mercados como el de Chile. Era importante aprovechar ese nicho de mercado ya que era un producto poco conocido para sus habitantes. La empresa había realizado pruebas anteriormente, sin embargo, eran cantidades muy pequeñas, sin embargo, para ese año iniciarán exportaciones con volúmenes mayores, esperando una buena respuesta de los habitantes chilenos. Anteriormente, la empresa ha exportado rambután al mercado estadounidense (Arias, 2015, parr.2-3).

La empresa VISA, exporta rambután en su mayoría a Estados Unidos, Europa, El Salvador y Chile, el empaque que manejan sería una caja de cartón de 5kg de rambután, y su empresa cuenta con el certificado Global GAP.

Según datos de PROCOMER, las exportaciones realizadas a Chile son mayormente del sector alimentario, agrícola, plástico y equipo médico. Una de las ventajas que existe al hacer negocios con Chile es que existe un Tratado de Libre Comercio vigente desde el año 2002.

Con respecto al mercado de la Unión Europea, tienen aproximadamente 55 años de ser el continente que mayor consume frutas en el mundo, con respecto al rambután, su consumo ha aumentado en un 80% desde 1992. El rambután ha presentado en este mercado una gran estabilidad. Las ciudades europeas que más consumen este tipo de frutas exóticas como el rambután son las que tienen un mayor poder adquisitivo y deseos de experimentar nuevos sabores. Los motivos principales por los cuales las personas consumen frutas exóticas son por salud un 46%, sabor un 24%, por variar un 12% y por otros motivos un 18% (Maridueña, 2010, p.6).

Costa Rica ha aumentado sus exportaciones dirigidas hacia el mercado europeo en los últimos 10 años, para el año 2007, fueron de 840 millones de dólares, y para el tercer trimestre del 2017 fue de 1678 millones de dólares. Los productos que han tenido mayor participación son la piña, banano, dispositivos médicos y café (Ávila, 2017, parr.1-4).

Según Alexander Mora, Ministro de Comercio Exterior, indicó que han creado una estrategia para que exista una mayor presencia de Costa Rica en el nivel internacional, por esta razón es que han destinado mayor esfuerzo y presupuesto en la participación mucho más en ferias comerciales internacionales, además de que han creado una oficina en Madrid y otra en Rotterdam representando a PROCOMER (Ávila, 2017, parr.10).

Este tipo de incentivos que ha tenido el país para motivar a los pequeños productores a ingresar al mercado europeo, son muy importantes, esto porque deja en claro que existe una gran oportunidad en este mercado la cual se debe de explotar al máximo y que se debe de aprovechar la cooperación que las entidades nacionales brindan a estas empresas.

Perú es otro de los países en donde se exporta el mamón chino, sin embargo, para el año 2012, Perú aplicó una traba fitosanitaria a Costa Rica, exigiendo un certificado de que esté libre de las plagas *coccus moestus* y *pseudococcus landoi*, esto para garantizar que el producto este protegido y así minimizar riesgos de dichas plagas a su país (La Prensa, 2012, parr.1-4).

Muchas veces, este tipo de trabas que ponen los países a ciertos productos de exportación entorpecen de cierta manera el proceso haciéndolo un poco más largo y tedioso, sin embargo, son trabas que se deben de cumplir sí o sí, por lo tanto, es indispensable cumplirlas siempre que se desee exportar a estos mercados.

Según datos brindados por PROCOMER, el siguiente gráfico muestra las exportaciones hasta noviembre 2017 según región:

**Gráfico 2: Exportaciones según región a noviembre 2017.**

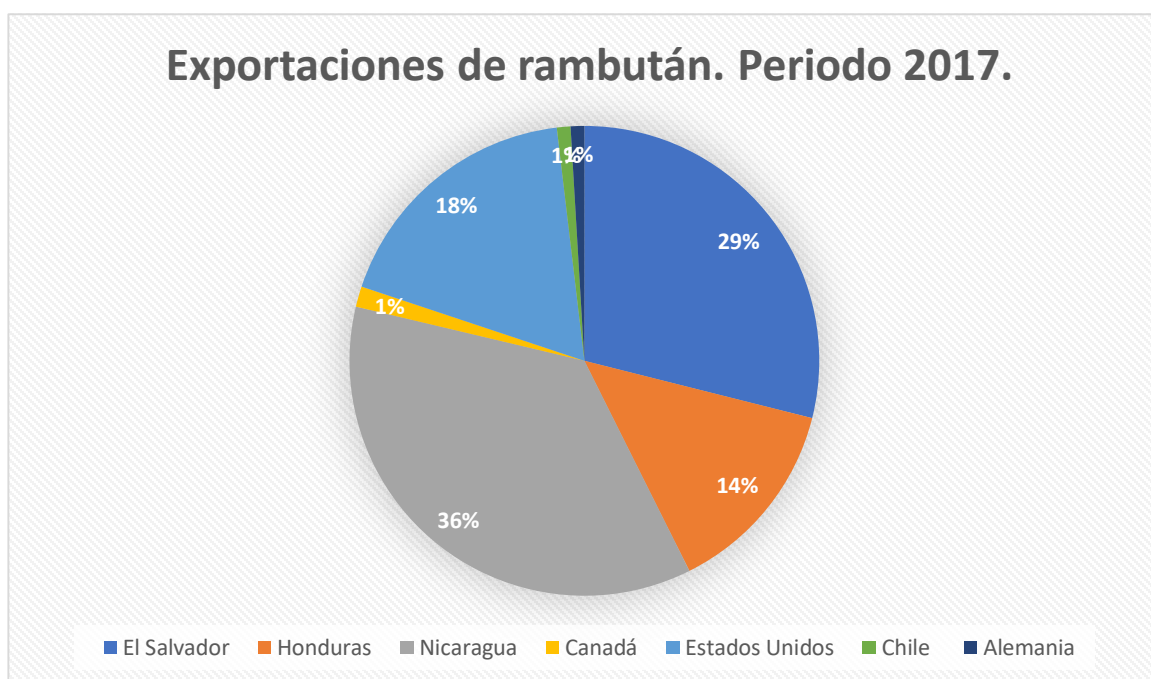


Fuente: Elaboración propia. Datos de PROCOMER.

El gráfico deja al descubierto, que, si bien el mamón chino no se exporta a todas estas regiones, al menos ya existen exportaciones de otros productos, esto quiere decir que existe una oportunidad de mercado para el rambután en estos mercados y habría que evaluar si es viable o no exportar a cada uno de estos; de esta manera, los productores deben ampliar su oferta exportable con estos mercados, situación que beneficiaría no sólo a los empresarios, sino también al país.

Seguidamente, con base en la información proporcionada por la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER), el siguiente gráfico detalla en miles de USD el monto exportado, para el año 2017 de rambután; identificado mediante la partida arancelaria 08.10.90.70.00.00 donde se ubica el rambután, el monto total exportado de rambután, es de 255,6 miles de dólares, y se detalla en el siguiente gráfico:

**Gráfico 3: Exportaciones de rambután. Periodo 2017.**



Elaboración propia. Fuente: PROCOMER.

De acuerdo con el gráfico anterior, el cual refleja el porcentaje de exportaciones de rambután para el año 2017, se puede ver que Nicaragua y El Salvador, son los principales destinos de exportación del rambután costarricense, seguido de Estados Unidos y Honduras. Chile, Alemania y Canadá, son los destinos en donde se exportó menos rambután para el periodo del 2017. Solo son siete los mercados a donde Costa Rica exporta su rambután, aun existiendo tantos mercados a los cuales acudir, sin embargo, las exportaciones de rambután son pocas.

## **Proceso de exportación del rambután a mercados internacionales.**

Una vez que las empresas están decididas a exportar su producto a distintos mercados internacionales, estas deben de presentarse en PROCOMER y solicitar los requerimientos para la exportación de productos frescos, como es el rambután, los cuales son los siguientes:

Registro como exportador en PROCOMER: se debe de completar un formulario, el cual se llena en línea, el mismo estará vigente por dos años, y el mismo es totalmente gratuito. Además del formulario, debe de presentar cédula de identidad o cédula jurídica con menos de un mes de emitida, junto con la cédula del representante legal de la empresa y de personas autorizadas al caso. Y, por último, debe de presentar la guía de registro por primera vez.

Otro de los requisitos para la exportación, es presentarse al servicio fitosanitario del Estado, MAG Costa Rica, aquí se dirige al departamento de exportaciones del Servicio Fitosanitario del Estado, es importante llenar el formulario solicitado, cédula de identidad o personería jurídica, en caso de tener empacador se debe de presentar un croquis de esta, además, un recibo de pago de la tarifa correspondiente que es por un monto de 58 828 colones. Y, por último, los usuarios deben de estar inscritos y al día con la Caja Costarricense del Seguro Social y Fodesaf. Este permiso tiene validez de un año.

Por otro lado, los documentos necesarios para exportar el producto, según lo establece PROCOMER son los siguientes:

- Factura comercial (sin Impuesto de Ventas)
- INCOTERM (especificado en la factura).
- Documento de transporte (conocimiento de embarque, aéreo o carta de porte).
- Declaración Única Aduanera (DUA) de Exportación.
- Certificado fitosanitario.

- Certificado de origen: para el caso de la aplicación de los beneficios arancelarios en el marco de acuerdos comerciales.
- Póliza de seguro (opcional)
- Lista de empaque
- Certificaciones adicionales: como por ejemplo la que indique que un producto es orgánico o de comercio justo.
- Carta de instrucciones al Agente Aduanal.
- Carta de instrucciones al Transportista.

Una vez cumplidos los requerimientos anteriormente mencionados, es muy importante por considerar, es que dependiendo del país destino puede que este tenga algún requisito adicional, por ejemplo, el producto debe de llevar una declaración de ausencia de plagas, estas declaraciones vencen cada tres meses, el trámite tarda aproximadamente 8 días hábiles, y tiene un costo de 68 269 colones.

Como parte del procedimiento aduanero por seguir en el momento de la exportación; este se debe de realizar un día antes de gestionar la exportación del producto, el agente de aduanas tiene la labor de verificar la correcta clarificación del producto, de determinar el valor de este, además, debe verificar si está sujeto a cuotas, restricciones o controles aduaneros.

Es indispensable contar con un agente aduanero para lograr realizar con éxito la exportación que se desea realizar. El agente aduanero es la persona que declara a su nombre la declaración aduanera, paga los impuestos y otros; el agente aduanero se encarga de dar el levante de la mercancía y subir la información al sistema TICA. Siempre la mercancía va a estar sujeta a inspección, se pasa por un semáforo y existen las mismas probabilidades que salga verde, o sea que no debe de ser revisado, a que salga rojo, esto quiere decir que la carga será inspeccionada.

Según la Dirección General de Aduanas de Costa Rica, los principales puntos de importancia sobre el procedimiento que se debe de cumplir para la exportación son los siguientes:

1. Todo mensaje deberá ser firmado electrónicamente por el emisor, al utilizar para ello el certificado digital provisto por el Ministerio de Hacienda para tal efecto.
2. La declaración de exportación definitiva o temporal podrá ser realizada por el propio exportador o un agente aduanero, mediante transmisión electrónica de datos, al utilizar la firma digital o clave de acceso confidencial asignada de acuerdo con los procedimientos establecidos por el SNA, cumpliendo con el formato de requerimientos para la integración a la aplicación informática y con los lineamientos establecidos en los instructivos de llenado.
3. La declaración de exportación será considerada provisional hasta su confirmación. Dicha confirmación se realizará en forma automática con el registro de la UT, en el portón de salida para exportaciones realizadas por vía terrestre o por el declarante, en un plazo no mayor de cinco días naturales contados desde la autorización del levante, para el caso de exportaciones realizadas por vía marítima o aérea.
4. La declaración definitiva o temporal de empresas consideradas PYMES podrá ser realizada por éstas mediante la plataforma informática que dispone PROCOMER, a través de las oficinas ubicadas en los distintos puntos del territorio nacional. Para todos los efectos, las PYMES deberán contar con su propio casillero electrónico y su token (firma digital).
5. Toda persona física o jurídica que exporte mercancías deberá estar registrado ante la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER), en cuyo caso se considerará registrado ante el SNA; no obstante cuando se trate de un exportador, persona física nacional o extranjera, que realice una exportación por primera vez y no se encuentre registrada ante dicha entidad; la aduana en donde realice el trámite previo a la transmisión del DUA de exportación, realizará su registro en la base de datos; no obstante para las siguientes operaciones deberá realizar el trámite de rigor ante PROCOMER.
6. A efectos de autorizar las instalaciones de la empresa o planta procesadora para el reconocimiento físico de las mercancías cuando corresponda, los exportadores que cumplan con los requisitos establecidos en la legislación aduanera, deberán estar legalmente autorizados mediante resolución emitida por la DGA como exportadores habituales, además deberán contar con los medios informáticos para la operación del sistema y para que el funcionario aduanero ingrese a la aplicación informática los resultados y hallazgos producto de su actuación, cuando corresponda.
7. El cumplimiento de los requisitos no arancelarios para las mercancías de exportación, se realizará en forma automática al momento de validación del DUA; no obstante, para las mercancías afectas a permisos de INCOPECA, ICAFE y MAG dicha verificación podrá ser realizada en la aceptación, previo a la solicitud de tipo de revisión o antes de la autorización de levante.
8. En los casos en que el cumplimiento de la nota técnica está dispuesto antes de la autorización del levante y habiendo correspondido al DUA “verificación documental y reconocimiento físico”; si en el plazo de cinco días naturales contados

a partir del ingreso del resultado de la inspección por parte del funcionario aduanero, la aplicación informática no ha recibido el mensaje de asociación de la nota técnica con el DUA de exportación, el sistema anulará automáticamente el DUA. Tratándose de DUAs a las que no les haya correspondido ningún tipo de revisión, el plazo para la anulación se contabilizará a partir de la asignación del semáforo verde.

9. Por su condición de nacional, las mercancías que ya han sido declaradas en el régimen de exportación definitiva o temporal pueden ingresar a las instalaciones de una terminal de carga o un depósito aduanero que brinde el servicio complementario de consolidar, embalar, paletizar o empacar mercancías, sin que en este último caso deban registrarse en un movimiento de inventario, ni se consideren en el régimen de depósito fiscal.

10. Los tributos, tasas, tipo de cambio y requisitos no arancelarios exigibles serán los vigentes al momento de aceptación del DUA de exportación (hecho generador), mismos que deberán en el mensaje de confirmación del DUA.

11. Toda descripción de mercancías deberá declararse en términos suficientemente claros y detallados, que permitan una identificación específica de las mercancías. Tratándose de mercancías de origen vegetal, además deberán declararse el nombre científico, el nombre común y las presentaciones.

12. Las terminales de exportación, depositarios aduaneros autorizados, los exportadores habituales, patios de aduana y puertos marítimos en las que se mantenga mercancía de exportación y se declare como ubicación en el DUA, deberán contar con los medios informáticos para la operación del sistema y para que el funcionario aduanero designado al proceso de verificación y el funcionario del MAG; ingresen a la aplicación informática los resultados y hallazgos producto de su actuación, cuando corresponda. Cuando las mercancías se mantengan y se declaren en la ubicación estacionamiento transitorio, deberán permanecer bajo precinto de seguridad y de corresponder reconocimiento físico, éstas deberán trasladarse a un depósito aduanero o andén de la aduana para su inspección.

13. Cuando el exportador sea el declarante de sus propios trámites, deberá contar con la firma digital en las condiciones y formas establecidas por el Ministerio de Hacienda y utilizar el software para el envío de mensajes al sistema informático TICA. Para tales efectos, podrá emplear la plataforma tecnológica y el software desarrollado por PROCOMER o cualquier otra homologada por la DGA.

14. El declarante podrá enviar el mensaje del DUA las 24 horas del día, los 365 días del año y la aplicación informática realizará el proceso de validación de esos mensajes en todo momento. Se procederá a la aceptación del DUA, una vez validados por parte de la aplicación informática los requisitos previos establecidos y verificado el pago del adeudo tributario aduanero. No será necesario la presentación a la aduana de un impreso del DUA.

15. Cuando corresponda, el técnico de operaciones aduanera será el funcionario responsable de la revisión documental y el reconocimiento físico de las mercancías objeto de exportación definitiva o temporal y deberá dar prioridad a este tipo de inspecciones sobre las inspecciones de importación o tránsito aduanero que se le asignen.

16. Aceptado el DUA y antes del envío del mensaje de “solicitud de tipo de revisión” el declarante podrá modificar datos del DUA (segundo mensaje) siempre que no afecten el inciso arancelario, la descripción y la identificación del exportador. Por su parte la aplicación informática controlará que para mercancías afectas a NTs, la cantidad autorizada en éstas sea suficiente para el cambio solicitado y que se realice el cobro del adeudo tributario adicional, cuando corresponda. Tratándose de la “Autorización para la Exportación de Precursores y Sustancias Químicas”, la cantidad del DUA debe ser exacta a la autorizada por la entidad responsable.

17. Para las mercancías de exportación que requieran demostrar origen costarricense en cualquiera de los países suscriptores del Tratado General de Integración Económica, el declarante, deberá imprimir el FAUCA con base en la información del DUA de exportación y presentarlo para su autorización, ante la aduana de control.

18. La autorización del FAUCA por parte de la aduana del control, consistirá en una revisión de la coincidencia de la información declarada en el DUA de exportación, con los datos consignados en el formulario FAUCA. De ser coincidente, lo autorizará con su nombre, firma y número de cédula.

19. No será necesario el escaneo y asociación de los documentos obligatorios que sustentan la declaración aduanera, sin embargo, deberá presentarlos al momento de la “revisión documental y reconocimiento físico”. No obstante, a efectos de proporcionar al Banco Central de Costa Rica, la copia de la factura definitiva que esta entidad requiere para los fines legales y propios de su competencia corresponderá al declarante entregar un impreso del DUA y una copia de la factura definitiva, en alguna de las oficinas de PROCOMER, a efectos de que éste las remita al Banco Central de Costa Rica. Dicha obligación deberá cumplirla el declarante, en un plazo no mayor de cinco días hábiles posteriores a la confirmación del DUA.

20. El monto de 3 dólares a pagar por concepto de la declaración de exportación establecidos en la Ley de Creación del Ministerio de Comercio Exterior y de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica, se incluirá en el total a pagar de la liquidación de la obligación tributaria aduanera. Igualmente se incluirá lo correspondiente al impuesto a la Ley Caldera, CORFOGA, impuesto al banano, entre otros, cuando correspondan.

21. Todo declarante de exportación deberá domiciliar la cuenta cliente y realizar el proceso de registro en la DGA con el propósito de realizar el débito en tiempo real por medio del SINPE.

22. Todo declarante contará con un casillero electrónico, para el envío de mensaje e intercambio de información con el SNA. También se pondrá a su disposición, información relacionada con el estado de las operaciones aduaneras a través de la página Web de la DGA. Es obligación del declarante estar atento a la recepción de mensajes electrónicos y consultar permanentemente la información puesta a su disposición mediante la página Web de la DGA.

23. El declarante deberá conservar bajo su responsabilidad, por el plazo de cinco años, un respaldo del archivo de la declaración aduanera transmitida electrónicamente y un impreso del DUA junto con: copia de autorizaciones,

licencias, permisos, y otros documentos exigibles en la regulación, además, copia de la factura comercial y del conocimiento de embarque.

24. A efectos de garantizar la efectiva salida de las mercancías exportadas del territorio nacional, todo DUA de exportación deberá asociarse al manifiesto de salida. Cuando corresponda a exportaciones vía marítima o aérea, el mensaje de asociación deberá enviarse de previo al envío del mensaje de confirmación del DUA de exportación. Para el caso de exportación por vía terrestre, dicha asociación deberá realizarse previo a la solicitud del tipo de revisión.

25. Toda aquella información contenida en el DUA, que no afecte la naturaleza de las mercancías declaradas (inciso arancelario y descripción) y la identificación del exportador, deberá ser confirmada por el declarante, en un plazo máximo de cinco días naturales contados a partir de la fecha de autorización de levante. La identificación del exportador sólo podrá cambiarse excepcionalmente cuando existan errores materiales, debidamente demostrados ante la autoridad aduanera y medie resolución razonada que así lo autorice.

26. El mensaje de confirmación del DUA será obligatorio para las exportaciones realizadas por vía marítima, aérea y terrestre e incluirá la información relacionada con la matrícula del medio de transporte, identificación del transportista y cualquier otra modificación a los datos transmitidos previamente. Además, deberá cancelar el adeudo tributario aduanero surgido por las eventuales diferencias.

El procedimiento aduanero antes mencionados, debe de ser cumplidos en su totalidad, no existe forma de evitar alguno de ellos, por esta razón es importante contratar un agente aduanero que se encargue de este proceso para así poder exportar la mercancía hacia los mercados internacionales de manera exitosa y sin ningún tipo de problemas.

Uno de los aspectos indispensables a la hora de enviar el rambután a los mercados internacionales, son los estándares de empaque que se deben de cumplir en el momento de enviar el producto, así como las características importantes relacionadas con el transporte del producto, a pesar de que esto puede variar, dependiendo del país a donde se vaya a exportar, Ángel Roberto García Chavarría, en su estudio “Perfil de mercado para el sector de productores y exportadores de rambután en Honduras”, desarrollado en el año 2006, establece lo siguiente sobre estos puntos:

#### Estándares de Empaque

Los frutos destinados al mercado internacional son empacados en cajas de cartón, conformadas por un fondo y una tapa. La caja integrada mide 34 cm de largo x 30 cm de ancho y 8.6 cm de espesor, con una capacidad neta de tres kilogramos de

frutos por caja. El empaque se realiza de la siguiente forma: primeramente, se coloca en el fondo de la caja una tira de papel de china color blanco de 30 cm de ancho por 70 cm de largo, de tal manera que los extremos de la tira de papel salgan a ambos lados de la caja. Inmediatamente se colocan en forma alineada los frutos, previa inspección ocular, para evitar algún tipo de basurillas o frutos deteriorados o dañados. Una vez que esté lleno el fondo de la caja, se coloca encima de los frutos otra tira de papel de 34 x 30 cm, y sobre ésta se coloca un segundo nivel de frutos, de la misma forma que en el primer nivel. Cuando se ha concluido con el segundo nivel de frutos se tapa la caja, primeramente, con los extremos de la tira de papel sobrante y luego con la tapa de la caja.

#### Transporte

- a. Temperatura y humedad relativa: 12 ° C (54 ° F), 90-95 %,
- b. Vía aérea aconsejable el día después de la cosecha, o uso de contenedores de furgón con refrigeración. Debido a que su consumo es inmediato, el rambután no puede ser exportado en barcos por la lentitud en la llegada a su destino, y tiene que desplazarse refrigerado y vía aérea para ser consumido hasta los siete días después del corte, porque es una fruta perecedera.

Usualmente, y debido a que el rambután es un producto sumamente delicado y perecedero, el medio de transporte utilizado más común, es el transporte aéreo, sin embargo, este transporte resulta un poco caro y limita un poco los volúmenes de exportación del producto. A pesar de esto, se ha encontrado la forma de prolongar un poco la vida del fruto para que este pueda ser transportado por vía marítima también.

Según un comunicado de PROCOMER, para el año 2012, se ha creado una nueva tecnología, la cual haría demorar el rápido deterioro de la fruta del rambután de cuatro a siete días. Se sabe que una característica principal del rambután es su corta vida, especialmente porque todas las personas lo conocen por su sobresaliente color y textura, en el momento que se deteriora, a las personas les deja de llamar la atención el producto ya que piensan que está malo el producto. Para prolongar su vida, los productores han usado dióxido de carbono para lograr conservar su color, sin embargo, existen personas alérgicas a este producto.

Es por esta razón, que crean una nueva tecnología postcosecha el cual permite que el producto se preserve por más tiempo y que siga siendo la misma calidad de la fruta durante la cadena de abastecimiento. Esta tecnología consiste en utilizar aditivos alimentarios seguros y permitidos por las entidades estadounidenses y europeas (PROCOMER, 2012, Parr.2-4).

### **Acceso a mercados internacionales**

A la hora de pensar en acceder a nuevos mercados internacionales, uno de los puntos principales por analizar, son los tratados de libre comercio existentes, ya que, estos tratados pueden beneficiar la exportación, ya que, se podría gozar de un trato arancelario preferencial.

Actualmente, Costa Rica tiene Tratados vigentes con: Colombia, Centroamérica, Canadá, CARICOM, Chile, China, CAFTA-DR, México, Panamá, República Dominicana, Perú, Singapur y Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea. Existen también varios tratados en proceso de negociación también y Tratados Bilaterales, los cuales pueden ser beneficiosos para la exportación de rambután.

De acuerdo con la información brindada por el Ministerio de Comercio Exterior y el Sistema de Información de Comercio Exterior; se va a analizar los países en donde existan aranceles preferenciales y sea beneficiosa la exportación de rambután:

- Singapur. En este tratado se acordó que el 100% de los productos costarricenses, entran al mercado de Singapur sin pagar ningún tipo de aranceles. Para el caso de productos agrícola, son indispensables las medidas sanitarias y fitosanitarias en los productos.
- República Dominicana. Se garantiza la eliminación total del arancel aduanero al comercio sobre los bienes siempre y cuando estos sean originarios.

- Perú. Cada uno de los países, eliminarán los aranceles aduaneros siempre y cuando las mercancías sean originarias de los países.
- Colombia. Para efectos de este tratado, existe una eliminación multilateral de los subsidios a la exportación de mercancías agrícolas, ninguna parte puede tener subsidios de exportación, de lo contrario la otra parte podrá incrementar la tasa arancelaria de importaciones. Para el caso del rambután en Colombia, existe un arancel base de 15, el cual está en una categoría de desgravación tipo A; esto quiere decir que, serán eliminados integralmente, y dichas mercancías quedarán libres de aranceles a la fecha de entrada en vigor del tratado; o sea que el rambután posee preferencias arancelarias.
- China. China ofrece a Costa Rica que el 65% de las líneas, entren a su mercado sin pagar aranceles, existe un acuerdo de eliminación de aranceles a las mercancías, entre ambos países, existen excepciones, sin embargo, el rambután no es una de ellas.
- CARICOM. No podrá existir un aumento en los aranceles actuales, ni adoptar un nuevo arancel. Cada una de las partes, irán eliminando progresivamente con base en lo acordado. El rambután tiene un libre comercio con CARICOM, existen exclusiones como el banano, la piña y los cítricos.

Como se puede notar, estos países son uno de los cuales el país tiene tratados comerciales, y como se detalló, en ninguno de ellos el rambután debe de pagar aranceles a la hora de ser exportado; para cada uno de estos tratados, y en especial para los productos agrícolas, es indispensable un buen manejo sanitario y fitosanitario, ya que esta parte sí es bastante regulada a la hora de la exportación.

Además, no solo se tiene oportunidad con los países con los que existe un tratado de libre comercio, se tienen tratados bilaterales y multilaterales de los cuales se puede sacar provecho para lograr una preferencia arancelaria o, algún beneficio para la exportación de rambután hasta estos destinos.

A continuación, se van a detallar los requerimiento, exigencias e impuestos existentes detallados con respecto de los productos frescos que se deseen exportar a los diferentes mercados como Estados Unidos, Canadá, países de la Unión Europea y otros.

### **Estados Unidos.**

El rambután es un producto el cual, sí cuenta con la autorización de Estados Unidos para ingresar al país, anteriormente no se podía exportar, pero desde el 2002 para acá, se tiene luz verde para la exportación de rambután.

Para el caso del rambután en específico, este debe de cumplir con la C.F.20 Guía técnica para la inspección y certificación de rambután (*Nephelium lappaceum*) para la exportación a Estados Unidos y llevar declaración de ausencia de plagas Puerto Rico-Estados Unidos.

Con respecto de los aranceles internos y según información de PROCOMER, para el año 2016, en Estados Unidos se deben de pagar los siguientes aranceles a los productos frescos:

- Merchandising Processing Free, se cobra una tasa de 0.3464%, la base de cálculo es el precio FOB, mínimo 25 UDS y máximo 485 USD. Para el caso de productos originarios de países CAFTA-DR serían exentos.  
Para el caso de rambután proveniente de Costa Rica, no había que cancelar dicho arancel por ser parte del CAFTA- DR.
- Harbor Maintenance Free, sería un 0.125%, la base de cálculo también sería el precio FOB, y aplica solo para productos que viajen vía marítima.
- Tax on goods and service, el porcentaje es del 11.5%, su base sería el precio FOB, pero solo aplica en Puerto Rico.

Los productos que deseen ingresar a los Estados Unidos deben de cumplir con las regulaciones de tres agencias federales:

**USDA o Departamento de Agricultura.** Entidad encargada de los requisitos fitosanitarios y permisos de importación para las frutas o vegetales frescos a Estados Unidos. La entidad debe de haber aprobado el ingreso del producto al país, esto puede tardar aproximadamente 30 días en aprobarse. El producto debe de llevar el certificado fitosanitario el cual indica que está libre de plagas de acuerdo con las regulaciones estadounidenses.

Las frutas y verduras que se venden en EE. UU. deben de cumplir con la Ley de Etiquetado del país de origen. El etiquetado puede ubicarse en un anuncio, en el mismo empaque, en la tienda o como un adhesivo. En cuanto al etiquetado nutricional de los productos, esto es opcional. Aun los exportadores minoristas deben de cumplir con la Ley de Productos Agrícolas Perecederos, así también como con la Ley de Etiquetado.

**FDA o Administración de Alimentos y Medicamentos.** Se encargan de los requisitos sanitarios para consumo humano y de notificar el ingreso de alimentos y medicamentos. Toda entidad que procese almacene o envasen alimentos, deben de inscribirse en la FDA, este es un trámite único el cual se hace cada dos años, siempre y cuando la empresa no cambie domicilio.

Es importante notificar a la FDA el arribo de alimentos, esto se hace con el objetivo de evaluar la información con tiempo antes de que el producto arribe, de esta manera existe un mejor control de productos contaminados y realizan inspecciones a productos vulnerables.

## **Canadá.**

Según datos de PROCOMER, los productos frescos que ingresen al mercado canadiense están sujetos a los siguientes impuestos a la hora de entrar a país:

- Impuesto de venta armonizado para fines comerciales, envíos comerciales 5% al momento de la importación. Para las declaraciones trimestrales de impuestos 8% (Ontario), 9% (Isla Príncipe Eduardo).
- Impuesto de ventas Nuevo Brunswick. Envíos no comerciales 15% al momento de la importación. Para envíos comerciales, 5% en el momento de la importación y 10% en el momento de la devolución del GST.
- Impuesto de ventas Terra Nova y Labrador: Envíos no comerciales 15% al momento de la importación. Para envíos comerciales, 5% al momento de la importación y 10% en el momento de la devolución del GST.
- Impuesto de ventas Armonizado No Comercial Isla del Príncipe Eduardo. Para envíos no comerciales 15%. Envíos comerciales 5% al momento de la importación, y 10% en la devolución de GST.

Estos impuestos van a variar según sea el producto el cual se esté exportando, sin embargo, en general para productos frescos estos son los impuestos que cobran al ingresar al mercado canadiense.

Además de los impuestos que deben de cancelar para que el producto ingrese al país, debe de cumplir con la Ley de Productos Agrícolas de Canadá, la Ley de Empaquetado y Etiquetado y la Ley de Alimentos y Medicamentos. La autoridad encargada del control fitosanitario es Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA). Trabaja en conjunto con la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (CBSA). Por otro lado, se debe de presentar un certificado fitosanitario emitido por el Departamento de Exportaciones del Servicio Fitosanitario del Estado.

Canadá es un país un poco más delicado que Estados Unidos en aspectos como etiquetado y embalaje, según describe Enrique Ulloa, directivo de PROCOMER, los requerimientos de etiquetado y embalaje solicitados para Canadá son los siguientes:

#### Embalaje:

- El embalaje debe estar libre de cortezas y pestes. Las paletas (pallets) de madera deben ser certificadas con la normativa NIMF-15\*, con el fin de evitar la propagación de plagas.
- Los embarques que no tengan paletas de madera deben ir acompañados de una declaración anexa.

- Los embarques que no cumplan pueden ser decomisados o bien se les niega el ingreso a Canadá.

Etiquetado:

Productos frescos preempacados:

- La información debe presentarse en inglés y en francés, ya que ambos son idiomas oficiales.
- Nombre común del producto y variedad.
- Cantidad neta, por número, peso o volumen. En Canadá, se utiliza el sistema métrico internacional.
- Nombre y dirección del productor o comercializador de los productos en Canadá.
- Grado de calidad, si aplica.
- País de origen (con la leyenda “Product of ...”)

Embalaje de productos frescos:

- Nombre común del producto.
- Cantidad neta.
- Grado de calidad, si aplica.
- Nombre completo y dirección del productor o emparador del producto.
- País de origen (con la leyenda: “Product of ...”). La información puede presentarse en Inglés o Francés.

## **Unión Europea.**

Según datos brindados por PROCOMER, los productos frescos que ingresen a la Unión Europea deben de cumplir con ciertas características:

- Deben de estar intactos.
- Limpios y sanos.
- Libre de plagas.
- Apariencia fresca.
- Libre de humedad, olor y sabores extraños.
- Estar en condición de resistir el transporte y la manipulación.

El continente europeo es muy delicado cuando se trata de frutos perecederos, que pueden estar contaminados por ciertas plagas, el fruto que llegue a estos países debe de ir prácticamente

intacto y sin ningún daño que sea captado por la vista de los europeos, todo debe de ser previsto para que en el momento de llegar al lugar destino este vaya perfecto.

Existe un límite máximo en el uso de pesticidas para estos productos, el cual tiene que ser cumplido estrictamente. Los supermercados por su parte pueden tener sus límites propios. Además de esto, es indispensable aplicar un manejo de plagas que sea un certificado global para que sea aceptado por la Unión Europea.

Para no tener ningún problema sobre la calidad del producto que se piensa exportar a la Unión Europea, es indispensable verificar en: Codex Alimentarius, Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa y Estándares Generales de Comercialización 543/2011, en estos sitios se puede definir el producto, las calidades, tamaños, presentación, etiquetado e higiene exigidos para lograr entrar en la Unión Europea.

De acuerdo con la norma Codex Alimentarius, brindada por la FAO, los requisitos mínimos que solicitan para el ingreso a la UE son los siguientes:

Enteros; sanos, y exentos de podredumbre o deterioro que hagan que no sean aptos para el consumo; limpios, y prácticamente exentos de cualquier materia extraña visible; prácticamente exentos de plagas, y daños causados por ellas, que afecten al aspecto general del producto; exentos de humedad externa anormal, salvo la condensación consiguiente a su remoción de una cámara frigorífica; exentos de cualquier olor o sabor extraños; con aspecto fresco; exentos de daños causados por bajas o altas temperaturas. Los rambutanes deberán haber alcanzado un grado apropiado de desarrollo y madurez, de conformidad con los criterios peculiares de la variedad o tipo comercial y la zona en que se producen. El desarrollo y condición de los rambutanes deberán ser tales que les permitan: - soportar el transporte y la manipulación; y - llegar en estado satisfactorio al lugar de destino.

Cuando se habla de disposiciones relativas de la presentación como el etiquetado, envasado, homogeneidad, y formas de presentación, el Codex Alimentarius, establece los siguiente:

**HOMOGENEIDAD.** El contenido de cada envase deberá ser homogéneo y estar constituido únicamente por rambutanes del mismo origen, variedad o tipo comercial, calidad, calibre y color. La parte visible del contenido del envase deberá ser representativa de todo el contenido.

**ENVASADO.** Los rambutanes deberán envasarse de tal manera que el producto quede debidamente protegido. Los materiales utilizados en el interior del envase deberán ser nuevos

, estar limpios y ser de calidad tal que evite cualquier daño externo o interno al producto. Se permite el uso de materiales, en particular papel o sellos, con indicaciones comerciales, siempre y cuando estén impresos o etiquetados con tinta o pegamento no tóxico. Los rambutanes deberán disponerse en envases que se ajusten al Código Internacional de Prácticas Recomendado para el Envasado y Transporte de Frutas y Hortalizas Frescas (CAC/RCP 44-1995).

- Descripción de los Envases. Los envases deberán satisfacer las características de calidad, higiene, ventilación y resistencia necesarias para asegurar la manipulación, el transporte y la conservación apropiados de los rambutanes. Los envases deberán estar exentos de cualquier materia y olor extraños.

**FORMAS DE PRESENTACIÓN.** Los rambutanes podrán presentarse en una de las siguientes formas:

- Frutos sueltos. En este caso el pedúnculo deberá estar cortado a la altura del primer nudo y el tallo no deberá extenderse más de 5 mm por encima de la extremidad superior del fruto.
- En racimos. Cada racimo deberá estar exento de hojas y tener un número de racimos secundarios, cada uno de los cuales deberá tener al menos dos rambutanes. El tallo de cada racimo no deberá superar los 20 cm de longitud medidos a partir del punto de unión del fruto más alto.

#### **MARCADO O ETIQUETADO**

**ENVASES DESTINADOS AL CONSUMIDOR.** Además de los requisitos de la Norma General del Codex para el Etiquetado de Alimentos Preenvasados (CODEX STAN 1-1985), se aplicarán las siguientes disposiciones específicas:

- Naturaleza del Producto Si el producto no es visible desde el exterior, cada envase deberá etiquetarse con el nombre del producto “Rambután” y,

facultativamente, con el de la variedad y/o tipo comercial, especificando las características de la presentación (frutos sueltos o en racimos).

ENVASES NO DESTINADOS A LA VENTA AL POR MENOR. Cada envase deberá llevar las siguientes indicaciones en letras agrupadas en el mismo lado, marcadas de forma legible e indeleble y visibles desde el exterior, o bien en los documentos que acompañan el envío.

- Identificación Nombre y dirección del exportador, envasador y/o expedidor. Código de identificación (facultativo)2.
- Naturaleza del Producto Nombre del producto “Rambután” si el contenido no es visible desde el exterior. Nombre de la variedad y/o tipo comercial (facultativo).
- Origen del Producto País de origen y, facultativamente, nombre del lugar, distrito o región de producción.
- Especificaciones Comerciales - Categoría; - Calibre; y - Peso neto.
- Marca de Inspección Oficial (facultativa)

CONTAMINANTES. El producto al que se aplica las disposiciones de la presente Norma deberá cumplir con los niveles máximos de la Norma General del Codex para los Contaminantes y las Toxinas presentes en los Alimentos y Piensos (CODEX STAN 193-1995). El producto al que se aplica las disposiciones de la presente Norma deberá cumplir con los límites máximos de residuos de plaguicidas establecidos por la Comisión del Codex Alimentarius.

HIGIENE: Se recomienda que el producto regulado por las disposiciones de la presente Norma se prepare y manipule de conformidad con las secciones apropiadas del Código Internacional Recomendado de Prácticas - Principios Generales de Higiene de los Alimentos (CAC/RCP 1-1969), Código de Prácticas de Higiene para Frutas y Hortalizas Frescas (CAC/RCP 53-2003) y otros textos pertinentes del Codex, tales como códigos de prácticas y códigos de prácticas de higiene. El producto deberá ajustarse a los criterios microbiológicos establecidos de conformidad con los Principios para el Establecimiento y la Aplicación de Criterios Microbiológicos a los Alimentos (CAC/GL 21-1997).

### **Oportunidades de comercialización**

Existen oportunidades de comercialización, cuando existe la demanda de un producto en el exterior, los mercados buscan suplir esa demanda de un bien específico. Se busca crear una relación comercial con el mercado, es importante tener un producto exportable el cual será

atractivo para los mercados internacionales, ya que depende de esto así será la demanda que exista en el mercado.

Las frutas exóticas y frescas, así como el rambután, se presentan como oportunidades comerciales para mercados internacionales, los cuales carecen de la fruta en su totalidad, o si cuentan con ella, sin embargo, no existe mucha oferta de la fruta por parte del mercado local. Para Costa Rica, la exportación de rambután a nuevos mercados internacionales se presenta como una gran oportunidad de comercialización.

Actualmente, el país exporta el producto al mercado estadounidense, mercado muy exigente en cuanto a calidad se refiere, esto deja en descubierto que al Costa Rica exportar mamón chino a este mercado, quiere decir que la calidad del rambután que manejan las empresas productoras es muy buena, ya que es aceptado por este mercado (López, 2011, parr. 9).

Normalmente, el país produce rambután, sin embargo, la mayoría de las cantidades producidas son meramente para el mercado local, y la cantidad exportada es muy poca. Este nicho de mercado debe de ser aprovechado para exportarlo a nuevos mercados internacionales en cantidades altas, la calidad ya se tiene, ¿por qué no exportar a mercados más grandes y con mayores poderes adquisitivos donde el precio que paguen y las cantidades que demanden sean grandes?

Se ha mencionado que los productores nacionales no están preparados para suplir la demanda de los mercados internacionales, sin embargo, sería importante trabajar en ello para lograr crear mayores fuentes de empleo, así como mayor diversificación en las exportaciones a nuevos mercados, aumentar las divisas del país y cooperar con el crecimiento de este (Entrevistado 3, 2018).

Los productores costarricenses deben de diversificar el destino de sus exportaciones, no solo para el caso del rambután, sino para todos los productos que actualmente se exportan. El aprovechamiento de los Tratados de Libre Comercio beneficiaría el proceso. Deben de buscar nuevos mercados como Japón, Corea del Sur, Rusia, Turquía o Canadá, países los cuales tienen alto poder adquisitivo y no les afecta pagar caro por un producto exótico o no tradicional como es el rambután.

Según Enrique Ulloa, Directivo de PROCOMER, establece en su estudio “Oportunidades de Comercialización de Productos Agrícolas Incipientes”, que dependiendo del área geográfica donde se vive, existen ciertos hábitos en el consumo de alimentos con base en frutas y vegetales tales como:

- Europa, Medio Oriente y África (EMEA): la mayor conciencia por el desperdicio de alimentos ha permitido que el consumidor abogue por productos frescos y procesados que no contaminen el ambiente, y aquellos que por su apariencia puedan ser considerados de desecho. Los empaques que no contaminen y alimentos elaborados con productos imperfectos se encuentran en auge. Consumidores de EMEA prefieren ver el producto que están comprando, tanto en fresco como en congelado
- Asia. Al igual que en mercados como Estados Unidos, Canadá y Europa ha habido incremento en el consumo de productos orgánicos. Australia y Nueva Zelanda son mercados que siguen la tendencia del consumo de snacks de frutas y vegetales. Alimentos que combinan sabores y diferentes tipos de frutas se encuentran en auge en estos mercados
- América del Norte. La elaboración de productos enfocados en aplicaciones culinarias ha tenido fuerte dinamismo, debido a la conveniencia y rapidez de estos. Ya que los consumidores disponen de un menor tiempo disponible para la preparación de los alimentos, ejemplo de los vegetales y frutas listos para consumir.
- América Latina. Es cada vez más fuerte la conciencia por productos naturales y menos procesados. Los productos fáciles de consumir tienen cada vez una mayor participación (p.6).

Todos los aspectos mencionados anteriormente, para cada una de las regiones, cooperan para que los productores nacionales detecten cuáles mercados pueden abordar y bajo qué tema sería más adecuado ingresar el producto hasta ese mercado. El rambután no debe de ser exportado

solamente como una fruta fresca, sino que también puede ser exportado de manera procesada y de esta manera podría captar un poco más la atención de estos mercados internacionales.

Según el estudio “Oportunidades en el mercado de Canadá para la piña, el mango, papaya, tomate, chiles y salsas, desarrollado por Michael Chacón, analista económico de PROCOMER, para el año 2010, deja en descubierto que existen algunas tendencias en el consumo de productos alimenticios en este país como son las siguientes:

**Alimentos Funcionales.** A medida que los consumidores están más conscientes de la salud, la demanda de productos con mayores nutrientes y beneficios para la salud se incrementa rápidamente. Por ejemplo, dentro de estos productos existe un creciente número de productos alimenticios y bebidas que contienen súper frutas (ej.: variedades exóticas como acaí, bayas gogi, mangostán, noni así como arándanos). Los comercializadores han presentado muchas de estas frutas extranjeras a los consumidores a través de extensiones de los sabores de productos como yogurt, meriendas, vinagretas, jamón, té y jugos. La mezcla de sabores de frutas dominantes (ej.: frutilla, baya) con variedades de súper frutas menos conocidas en productos alimenticios también ha ayudado a incrementar la popularidad de estas frutas saludables. En general puede afirmarse que los productos alimenticios y las bebidas que contienen estas súper frutas están experimentando un crecimiento acelerado en el mercado canadiense debido a su alto contenido de antioxidantes y sus beneficios nutricionales.

**Productos Saludables.** Se trata de productos que son bajos o sin calorías, grasas, azúcares o sal. También los productos que son altos en elementos beneficiosos como por ejemplo la fibra y calcio. Todas estas formulaciones se han vuelto especialmente populares en las categorías de alimentos básicos como lácteos, productos horneados, aceites y grasas, así como en el segmento de conveniencia (por ejemplo, congelados y refrigerados o comidas preparadas). En este aspecto es importante tomar en cuenta que dentro de las principales causas de muerte en la sociedad canadiense se encuentran el cáncer, las enfermedades del corazón, diabetes y enfermedades cerebrovasculares lo que ha dado como resultado que el canadiense se preocupe más por el tipo de alimentos que incluye en su dieta, y concretamente por una mayor ingesta de frutas y verduras.

**Alimentos Orgánicos o Naturales.** El sector orgánico canadiense ha tenido un crecimiento dramático en los últimos años con una demanda que actualmente está superando la producción interna. Según la Asociación de Comercio Orgánico (OTA) en Canadá, en 2008, el monto de las ventas de alimentos orgánicos en Canadá fue de \$2 mil millones, el doble que, en 2006, y se esperaba que crezca un 20% anual en el futuro. De acuerdo con el Centro de Agricultura Orgánica de Canadá, la venta de verduras orgánicas frescas fue \$102 millones o 25% de todas las ventas de alimentos orgánicos en 2006. Las verduras orgánicas alcanzaron el

3,5% de todas las ventas de verduras en los supermercados canadienses mientras que las frutas orgánicas totalizaron 1,7% de todas las ventas de frutas.

**Sabor Étnico.** Para el año 2017, aproximadamente el 20% de la población de Canadá, entre 6,3 millones y 8,5 millones de personas, podrían ser minorías visibles. Se proyecta que el 50% serán de Asia del Sur o chinos. Por lo tanto, las frutas y verduras que son familiares para estos grupos étnicos empezarán a aparecer en el mercado canadiense como productos del campo exóticos hasta que se conviertan en opciones dominantes. A estas alturas, productos como las papayas, el kiwi, los mangos y batatas ya han cruzado las barreras. Por lo que se debe tomar en cuenta a qué población inmigrante va dirigido el producto sobre todo en ciudades como Toronto que tienen casi la mitad de la población inmigrante. La mezcla dinámica de culturas en Canadá ofrece a los consumidores una amplitud de nuevos platos étnicos y estilos de alimentos, convirtiéndose eventualmente algunos en parte de la corriente principal de consumo. A pesar de que muchos productos alimenticios se importan para satisfacer las necesidades de mercados étnicos, es importante resaltar que la creciente internacionalización del paladar canadiense exige de la industria alimenticia una variedad de alimentos y sabores.

**Innovación.** Las exigencias del consumidor canadiense en lo que respecta a calidad, conveniencia y variedad, han estimulado al sector a producir productos innovadores como son ensaladas “frescas” mínimamente procesadas, empaquetadas; verduras y mezclas de verduras; fruta deshidratada en cereales; ensaladas de frutas tropicales congeladas; verduras congeladas y mezclas de verduras como son Thai o mezclas chinas para freír con acompañamiento de salsas incluidas y empaquetadas separadamente; como también jugos con carbohidratos reducidos o papas fritas francesas congeladas libres de grasa trans que están desplazando a los jugos y papitas fritas tradicionales.

**Presencia de frutas y verduras exóticas.** La variedad de frutas y verduras exóticas disponibles en este mercado es mucho mayor ahora que en el pasado. Las importaciones de frutas y verduras exóticas desde países en desarrollo también han aumentado a lo largo de la última década. El interés en salud y nutrición en muchos canadienses y un interés más amplio en la cocina étnica han contribuido a estas tendencias.

**Embalaje o empaque que no daña el medio ambiente.** Los investigadores canadienses también están buscando formas de mejorar el embalaje para ayudar a prolongar la vida útil y ampliar mercados. Algunos ejemplos de embalaje novedoso que ya está siendo usado incluyen los plásticos que permiten la circulación del aire mientras se mantiene la humedad, y embalaje que no daña el medio ambiente por ser completamente biodegradable en 14 días.

**Preocupaciones sobre seguridad de alimentos.** El incremento en la preocupación acerca de la seguridad alimenticia está guiando a los consumidores a sentirse más seguros adquiriendo productos con nombres de marcas familiares, con fechas de expiración claras y preempaquetados (p.7-9).

Después de haber analizado lo expuesto por el autor en este estudio, se puede notar, que no solo existe oportunidad en los productos mencionados en el título del estudio, existen muchas oportunidades para muchos otros productos y entre esos está el rambután. Por ejemplo, el rambután como se mencionó al inicio tiene grandes beneficios para la salud y que evita varias enfermedades en las personas, además, otro punto por el cual el mercado canadiense se puede presentar como una oportunidad de comercialización, es que otro punto que buscan es el sabor étnico, existe mucha población asiática o chinos, por lo tanto, una fruta como el rambután sería muy buscada por estas personas ya que de ahí es de donde proviene la fruta. Otra razón por la cual se podría aprovechar este mercado es porque buscan la presencia de frutas y verduras exóticas, y que más fruta exótica que el rambután, podría llamar mucho la atención de este mercado canadiense.

Actualmente, Costa Rica tiene apenas una participación de un 5% en la exportación de frutas frescas al mercado canadiense, la cual, según datos de PROCOMER, del año 2007 al 2009 ha ido reduciendo con el pasar de los años en lugar de aumentar cada vez más.

Se hizo la consulta a 21 empresas canadienses sobre el interés que mostraban de importar productos provenientes de Costa Rica sin importar cuál sea y el 91% de ellos han mostrado mucho interés. Solo uno de los encuestados dijo no estar interesado. A los mismos se les solicitó enumerar los atributos más importantes a la hora de comprar un producto, y en orden de importancia seleccionaron los siguientes: precio, calidad, etiqueta, seguridad e innovación del producto, empaque, marca, sabor del producto, logística, certificaciones y servicio al cliente. (Chacón, 2010, p.27).

Otro mercado interesante para la exportación de rambután es Turquía, según información de PROCOMER, para el año 2017, se establece un artículo llamado “Aumenta la producción y la importación de frutas tropicales a Turquía”, se establece lo siguiente:

Según se desprende de un informe realizado por la Oficina Comercial de Ecuador en Ankara, el consumo en Turquía de frutas en general es amplio, principalmente porque Turquía es un productor. En la región de Antalya por ejemplo, se cultivan frutos cítricos como la naranja, limón, toronja y mandarina. Otras zonas producen otras frutas como cerezas, uvas, higos, granadas, manzanas, membrillos, albaricoques, duraznos, peras, kiwis, entre otros.

Desde hace algunos años, los productores han tomado ventaja del clima de Turquía y han emprendido cultivos de otras frutas no tradicionales. Se observa entonces que ya existe producción local de bananos, aguacates, papayas, mangos, maracuyá, nueces de pecana, guayabas, lichis y piñas. Sin embargo, dado que estos cultivos son relativamente nuevos, la calidad y las características de las frutas son diferentes a las importadas.

El consumo de frutas tropicales en el mercado turco no es aún tan extenso, no obstante, se evidencia un incremento. Los supermercados que cuentan con productos *gourmet* o productos importados, dirigidos a un estrato social medio alto y alto, ofrecen este tipo de frutas, algunas importadas y otras producidas localmente.

A partir de lo establecido en el artículo anterior, los productores nacionales, pueden ver las oportunidades tan grandes que existen en estos mercados internacionales, las cuales se puede notar que no las están explotando lo necesario.

A pesar de que los aranceles en estos mercados son muy altos, según las estadísticas, existe una importación constante de los productos, esto quiere decir que a las personas no les importa tanto el precio, ya que su demanda es alta. Las frutas exóticas son nuevas para los turcos y es por esta razón que les gusta probar nuevas frutas y diversificar sus mercados cada vez más (PROCOMER, 2017, parr.6).

En el estudio “Turquía: Potencial de mercado para frutas tropicales y alimentos costarricenses, escrito por la coordinadora de investigación de mercados de PROCOMER, Karina López para el año 2016, se establece que existen bastantes barreras de acceso con este mercado, las cuales son:

**Barreras Arancelarias.** Los aranceles por altos representan una barrera (No existe TLC CR-Turquía) y reflejan un alto proteccionismo en el sector agrícola: cacao en grano (13%) café en grano (13%), papaya (86%), mango (45%). Además, existen requisitos no arancelarios, por ejemplo, las certificaciones (buenas prácticas agrícolas y certificación halal). Es un país islámico de los más liberales (no hay consumo de cerdo, pero el mercado de bebidas alcohólicas está muy desarrollado), donde la certificación halal es verificada a lo sumo por un 15% de los consumidores, su nacionalismo impulsa la preferencia de productos turcos. La amplitud del territorio y la variedad de suelos y climas permiten una producción agrícola diversificada que garantiza la autosuficiencia y permite el abastecimiento a países de Europa y Asia Central (p.2).

**Condiciones de acceso:**

1. Los aranceles aplicados por Turquía a los alimentos son sobre todo del tipo ad valorem. El mercado muestra un alto nivel de proteccionismo, explicado por el fuerte desarrollo y posicionamiento de la producción agropecuaria local.
2. Debido al alto volumen de comercio de Turquía, el país cuenta con aduanas especializadas para diferentes categorías de productos, lo que los hace más eficientes en términos de valoración, tarifas y normalización dependiendo el tipo de mercancías.
3. Para la importación de alimentos se requiere de Certificado Sanitario (CS) emitido por la autoridad competente en el país de exportación, para el caso del Costa Rica el organismo competente es el Ministerio de Salud.
4. Certificado de Libre Venta. Se requieren para la importación de alimentos procesados tales como alimentos enlatados, jugos vegetales, bebidas energéticas, bebidas alcohólicas y suplementos alimenticios.
5. Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado para alimentos, son establecidos por el Ministerio de Alimentos, Agricultura y Ganadería (MAAG), además están homologados con la Unión Europea.
6. Productos Halal. Aunque el 99% de la población turca se considera musulmana, el país es de base secular, por lo que la certificación Halal o cualquier tipo de regulación islámica sería considerada contraria del secularismo (p.18-20).

Si bien es cierto, y según lo establecido en el estudio, el mercado turco resulta un poco complicado, no es para nada imposible, y actualmente hay mercados que ya exportan estos productos como el rambután a este mercado, simplemente es empeñarse en cumplir estos requerimientos y seguir adelante con la exportación que se pretende, de manera que se pueda suplir la demanda existente en este mercado.

Según datos de PROCOMER, para el año 2015, Turquía fue el socio comercial número 29 de Costa Rica, se exportaron 31.4 millones USD, de las cuales el 86% corresponden a productos agrícolas principalmente.

Estos mercados mencionados, son solamente uno de los cuales podrían ser atractivos para exportación del fruto, el rambután es un producto el cual no se explota lo suficiente en el país, y en lugar de exportarlo a nuevos mercado, más bien o se desperdicia o se vende solo en el mercado local, las empresas deben de buscar nuevas fronteras y deben de querer crecer como empresas, tener negociaciones con mercados internacionales, si bien en cierto es un poco complicado, esto podría llevar a una empresa a ganar muchísimo dinero y así satisfacer la demanda existente en esos mercados.

Algunas empresas no exportan por ignorancia y porque no quieren salir de su zona de confort que es solamente producir y vender con el nivel local, o simplemente se conforman con exportar solo a un mercado, desconocen el gran potencial que tiene el producto del rambután en los mercados internacionales.

El país se podría ver muy beneficiado si las empresas le dieran al cultivo del rambután la importancia que este realmente tiene y dejarían de verlo como una opción solo para sobrevivir. El país se beneficiaría con el aumento de divisas, que esto se traduce en un aumento en el desarrollo económico del país, además de esto, zonas como la sur del país, y las demás zonas donde se produce el rambután crecerían mucho más, existirían más fuentes de empleo y un mayor crecimiento de la zona.

Existe mucho interés por parte del Gobierno de Costa Rica para incentivar las exportaciones en general, ellos están dispuestos a cooperar con los productores para que obtengan un producto que sea de buena calidad y atractivo, y que se exporte en diferentes mercados internacionales. Para esto, las empresas deben de estar dispuestas totalmente a cumplir con todos estos requisitos necesarios a la hora de exportar. Si bien es cierto al principio es difícil, con el pasar del tiempo y cuando obtienen una mayor experiencia exportar se vuelve relativamente fácil para estas empresas.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **Enfoque de la Investigación**

La presente investigación sobre el potencial comercial que presenta el rambután costarricense en los mercados internacionales se enmarca bajo un enfoque cualitativo, debido a que a pesar de que se plantea un problema, no sigue un proceso definido, además de esto; la investigación se enfoca en fenómenos sociales y actividades cotidianas a las cuales se buscan dar respuesta por medio del análisis de los fenómenos, fuentes bibliográficas y entrevistas. La investigación con enfoque cualitativa explora, describe y posteriormente se generan las perspectivas teóricas con base en la investigación.

Las investigaciones cualitativas, utilizan una recolección de datos no estandarizada ni predeterminada en su totalidad, se basa en obtener los puntos de vista de los entrevistados, el investigador debe analizar todos los aspectos desde lo verbal, no verbal y gestos; de esta manera se pueden interpretar los datos de la mejor forma para así obtener las conclusiones de la investigación. No existe manipulación ni estimulación de la realidad, por lo que se determina que el enfoque cualitativo evalúa el desarrollo natural de los acontecimientos.

Lo anterior se ve reforzado por Hernández, Fernández y Baptista (2014, pp.7-8), quienes definen el enfoque cualitativo como aquel que “se enfoca en comprender los fenómenos, explicándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto”, lo que significa que las investigaciones cualitativas buscan comprender al entrevistado, interpretar el fenómeno estudiado y así realizar un análisis para obtener las respectivas conclusiones de la investigación.

## **Diseño de la Investigación**

En la presente investigación, el diseño ideal para guiar el estudio fue basado de acuerdo con el planteamiento del problema, los objetivos, proyecciones y el tiempo; se seleccionó el paradigma naturalista o interpretativo, específicamente de tipo etnográfico.

El diseño de tipo etnográfico lo que hace es seleccionar a una comunidad o región quienes realizan la actividad desde hace ya cierto tiempo, representan un estilo de vida y comparten diferentes patrones entre sí con una finalidad en común. Para la presente investigación, se seleccionó a la comunidad costarricense productora del rambután además de distintos mercados internacionales, ya que se pretende determinar el comportamiento de este producto costarricense en esos diferentes mercados internacionales, por lo que, es importante recolectar información de ambas partes para así poder obtener las respectivas conclusiones.

Hernández et al. (2014), afirman que el diseño de la investigación se define como “el plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de resolver el planteamiento del problema”. Por esta razón, es importante seleccionar el diseño ideal para la investigación, para que de esta manera se logre dar respuesta al problema de la investigación y posteriormente analizar y concluir el estudio de la manera correcta (p. 128).

## **Fuentes de la Investigación**

### **Muestra**

En la presente investigación se considera como población a las instituciones públicas o privadas relacionadas con el comercio internacional y el rambután, tales como la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER), el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Asociación de Productores de Frutas de la Región Brunca (ASOFRUBRUNCA), las empresas productoras de rambután en Costa Rica y las personas que cuenten con conocimiento general sobre el rambután.

Hernández et al. (2014) define como población “al conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”, esto quiere decir que todas las poblaciones en estudio deben de tener algún elemento en común, en el caso de esta investigación, deben de ser entidades o personas relacionadas con el comercio internacional y con la producción y exportación de rambután.

Para la investigación se va a utilizar el tipo de muestra no probabilística o muestra dirigida, esto porque la muestra se selecciona de acuerdo con la conveniencia del investigador, y la muestra debe de cumplir los criterios establecidos para el estudio. Al seleccionar la muestra es importante que sean personas expertas o con amplio conocimiento sobre el tema para que aporten información relevante en el estudio y se logre llegar a las conclusiones pertinentes en el tiempo establecido. Según establecen Hernández et al. (2014, p.176), la muestra no probabilística se define como “subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación”.

Se han seleccionado diez elementos como muestra que son entidades públicas, empresas y expertos en el tema para la aplicación de las entrevistas, y son los siguientes:

**Tabla 9. Muestra de la Investigación.**

<b>Entrevistado</b>	<b>Institución</b>	<b>Razón</b>
<b>Entrevistado 1</b>	Albán Valverde Araya. MAG	Institución encargada de supervisar e impulsar la producción agrícola y ganadera.
<b>Entrevistado 2</b>	Josué García Rojas.	Empresa productora de rambután.
<b>Entrevistado 3</b>	Luis Jiménez. ASOFRUBRUNCA	Asociación productora de rambután, ubicada en la Región Brunca, con el fin de cooperar con el desarrollo económico y social de sus afiliados.
<b>Entrevistado 4</b>	Enrique Ulloa y María Eugenia Carvajal. PROCOMER	Analista Económico de la Dirección de Inteligencia Comercial y promotora del sector agrícola de PROCOMER.
<b>Entrevistado 5</b>	Carlos Geovanni Rojas Ramírez.	Empresa productora de rambután.

<b>Entrevistado 6</b>	Gregorio Castillo. Frutas Tropicales del Sur.	Empresa productora de rambután.
<b>Entrevistado 7</b>	Claudia Esquivel. Finca el Gakeal S.A.	Empresa exportadora de rambután.
<b>Entrevistado 8</b>	Joselyn Villalobos. Productos Agropecuarios VISA S.A.	Empresa exportadora de rambután.

Fuente: Elaboración Propia, con datos de la presente investigación.

## **Fuentes de Información**

Las fuentes de información son los instrumentos que permiten el acceso a la información y búsqueda de nuevo conocimiento; existen fuentes de información primaria y fuentes de información secundarias.

### **Fuentes Primarias.**

Hernández et al. (2014) define como fuentes primarias a las que “proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes”; las fuentes primarias presentes en el estudio van a ser las entrevistas realizadas a personas productoras, exportadores y quienes tienen que ver con el rambután costarricense, artículos de publicaciones periódicas, tesis recientes, documentos oficiales, testimonio de expertos, páginas de internet y documentales recientes (p.61).

### **Fuentes Secundarias.**

Este tipo de fuente de información contiene información organizada o elaborada, la cual ha sido referida de los documentos primarios originales. Por ejemplo, enciclopedias, libros, artículos que interpretan otras investigaciones, bibliografías, sitios web, censos y diccionarios.

## **Unidades de Análisis**

Las unidades de análisis son extraídas de los objetivos específicos de la investigación, cada objetivo específico tiene solamente una variable, a la cual se le pretende dar una definición conceptual. Para la investigación se consideraron las siguientes unidades de análisis:

### **Situación actual**

La unidad de análisis situación, hace referencia a la evaluación tanto de los factores externos como internos de un aspecto específico en un momento determinado; consiste en analizar el estatus y el entorno de determinadas características, ya sean situaciones sociales, financieras, económicas, políticas u otras; se analizan los diferentes escenarios, y una vez analizado, es donde se puede exponer lo que en realidad está pasando.

Actual, se define como un estado temporal, que refiere a un tiempo cercano o el tiempo en el que se habla, cuando se habla de actual, se habla del presente. Se refiere a aquello que está sucediendo en el mismo momento que se habla, o sea en el hoy.

Cuando se habla de una situación actual, esto se refiere a determinar el estatus en que se encuentran determinadas características en el día de hoy, o sea en el presente.

### **Demanda actual**

La unidad de análisis demanda, corresponde a la cantidad de bienes que el público objetivo quiere adquirir para así satisfacer sus necesidades, siempre y cuando exista una capacidad de pago; los precios se definen según la interacción entre la oferta y la demanda del producto. Existen factores los cuales podrían hacer variar la demanda tales como la existencia de pocos productores,

otro factor importante es dificultar de movilizar del producto de un país a otro, factores como el clima y la existencia de productos complementarios.

La unidad de análisis actual se define como un estado temporal, que refiere a un tiempo cercano o el tiempo en el que se habla, cuando se habla de actual, se habla del presente. Se refiere a aquello que está sucediendo en el mismo momento, en el presente.

### **Oportunidades de comercialización**

La unidad de análisis oportunidades de comercialización, se refiere a la demanda de un producto en el exterior. Busca suplir la demanda de un bien específico en cierta área. Para establecer una relación comercial, se debe de contar con un producto exportable y debe de ser atractivo para los mercados internacionales, ya que depende de esto así será el número de compradores. La apertura de negocios con nuevos mercados o la creación de una nueva necesidad para las personas, se presentan como una oportunidad de comercialización.

## **Instrumentos Utilizados en la Investigación**

### **Cuestionario**

Para la presente investigación, como uno de los instrumentos para recaudar información, se va a utilizar el cuestionario. El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas previamente establecidas, las cuales con la respuesta de estas se puedan sacar las conclusiones pertinentes del estudio.

El tipo de cuestionario seleccionado para la presente investigación es semiestructurado, esto porque el entrevistador se basa en una guía de preguntas, sin embargo, tiene la potestad de incluir preguntas adicionales según así sea el caso de la entrevista. Las preguntas deben de ir ordenadas desde las más generales hasta las más complejas y sensibles para el entrevistado. (Hernández et al. 2014, p. 403).

Para el estudio actual, es importante la selección de un cuestionario de tipo semiestructurado, eso porque, se pretende sacar el máximo provecho a los entrevistados, y utilizando este cuestionario existe la posibilidad de realizar otras preguntas para ampliar el tema y obtener información más profunda sobre el potencial comercial que presenta el rambután en los mercados internacionales.

### **Entrevista**

En la presente investigación, se seleccionó la entrevista de tipo semiestructural como la técnica para la recolección de información. En las entrevistas se mantiene una conversación abierta entre las partes, el entrevistador utiliza un instrumento como guía para la entrevista, el cual en este caso es el cuestionario, esto para intentar llevar un orden y no dejar del lado ningún detalle a lo largo de la entrevista. La entrevista se realiza con preguntas semiestructuradas y debidamente planificadas, esto porque lo que se comente en la entrevista es una herramienta fundamental para el desarrollo del estudio. Se estima un tiempo de aplicación de 30 minutos, en este tiempo se pretende obtener la información más enriquecedora y funcional para la investigación.

Hernández et al (2014, p. 403), define la entrevista cualitativa como “una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona y otra”, en este caso las entrevistas son realizadas a personas expertas en el tema que brinden información profunda que ayude a desarrollar el estudio.

### **Proceso para la Recolección de Datos y Análisis.**

El proceso para la recolección de información primaria debe de estar muy bien estructurado, como primer punto se debe de seleccionar la población que se va a estudiar, posteriormente, y con base en esa población se selecciona la muestra. Se determinó que el

instrumento utilizado para las entrevistas es el cuestionario, las preguntas semiestructuradas deben de estar bien fundamentadas y totalmente relacionadas con el estudio.

Una vez listo el cuestionario, se contacta a la muestra seleccionada, se debe de verificar disponibilidad, se agenda una cita en los horarios prudentes para el entrevistado, el lugar debe de ser tranquilo, de manera que en el momento de aplicar la entrevista no haya interrupciones. El cuestionario debe de estar completamente preparado con preguntas bien planificadas y en orden a la hora de la entrevista. Es importante estar puntual en el lugar acordado el día de la cita. Para efectos del entrevistador, es importante la educación a la hora de la entrevista, además debe de mostrar confianza a la hora de realizar las preguntas. En caso de grabar la entrevista para tener un mejor manejo de la información posteriormente, es indispensable tener el consentimiento del entrevistado.

Para la presente investigación, como se ha dicho anteriormente, los datos son obtenidos por medio de la técnica de la entrevista, y se utiliza el instrumento de cuestionario semiestructurado para el análisis de los datos. La investigación es conformada por unidades de análisis, las cuales definen a partir de los fundamentos teóricos establecidos en el capítulo anterior; describen los aspectos de las entrevistas realizadas y por último el investigador realiza el análisis desde su punto de vista; se busca dar respuesta a los objetivos establecidos en la investigación, ya que de esto va a depender si se pueden llegar a las conclusiones ideales de la investigación.

## CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo, se presenta la información recabada de las entrevistas que se realizaron a lo largo de la investigación, sobre el tema “Potencial comercial que presenta el rambután costarricense en los mercados internacionales”. Como primer punto, se va a mostrar una tabla, la cual muestra las unidades de análisis; las cuales fueron tomadas de los objetivos de la investigación, todas agrupadas de acuerdo con las categorías obtenidas con las respuestas de los entrevistados.

Posteriormente, se van a describir y analizar cada una de las categorías de análisis, y se desarrolla un estudio correspondiente de acuerdo con las respuestas de los entrevistados, lo que se compara con la teoría recolectada en el capítulo dos de la investigación. Por último, una vez terminado el análisis de las categorías, se va a realizar una interpretación general de los datos obtenidos.

En el presente capítulo, se va a dar respuesta a los objetivos y a la pregunta de investigación planteada al principio de la investigación. Seguidamente, se detallan las unidades de análisis con sus respectivas categorías.

**Tabla 10. Unidades y Categorías de Análisis**

<b>Unidad</b>	<b>Categorías</b>
Situación actual	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Producto estacional</li> <li>2. Ingreso extra</li> <li>3. Precios</li> <li>4. Dificultad para vender la cosecha</li> <li>5. Oferta Limitada</li> <li>6. Poca participación</li> <li>7. Opciones de comercialización</li> </ol>

	8. Dificultad de exportación
Demanda actual	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Exportación</li> <li>2. Bajos precios en otros países</li> <li>3. Oferta</li> <li>4. Logística</li> <li>5. Poca producción</li> <li>6. Cultivo de relevancia</li> <li>7. Nuevos mercados</li> </ol>
Oportunidades de comercialización	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Calidad</li> <li>2. Potencial de rambután</li> <li>3. Diferenciación</li> <li>4. Ingresos para los productores y el país</li> <li>5. Mayor diversificación de productos</li> <li>6. Empleo</li> </ol>

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

### **Unidad de análisis 1: Situación actual**

Esta primera unidad de análisis hace referencia a evaluar todos los aspectos internos y externos relacionados sobre algún aspecto en específico, se analiza el entorno de acuerdo con todos los escenarios y puntos de vista que existan, para el caso de esta unidad de análisis, se van a evaluar estos aspectos y características mencionadas, pero en el tiempo presente, o sea lo que se está viviendo en este momento (RAE,2017).

Esta unidad de análisis hace alusión a la situación que vive Costa Rica con respecto de la producción y comercialización de rambután que se vive en la actualidad. Se busca conocer si se produce mucho o poco producto y si se comercializa solo en el mercado nacional o si es también en el nivel internacional. De la primera unidad de análisis, se desprenden las siguientes categorías:

- Producto estacional
- Ingreso extra
- Precios
- Dificultad para vender la cosecha
- Oferta Limitada
- Poca participación
- Opciones de comercialización
- Dificultad de exportación

Seguidamente se va a explicar cada una de estas categorías de análisis de acuerdo con la primera unidad, esto según lo mencionado por cada uno de los entrevistados y finalmente analizan los datos obtenidos y se relacionan con la teoría.

### **Categoría 1: Producto estacional.**

#### **Descripción**

Con base en la información obtenida por parte de productores y exportadores de rambután, además de personal del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER) y demás entrevistados; se establece una de las categorías de la unidad de análisis, la cual menciona como la situación actual que el rambután es producto estacional, esto quiere decir que no es ofrecido durante todo el año en el país, sino en una época específica. A continuación, se detalla lo expresado por los entrevistados:

- *“(...) Se debe considerar que es un cultivo completamente estacional que solo cierta época de año hay producción, este cultivo no es de los prioritarios por lo que no se llevan estadísticas con detalle del área ni de producción, por lo que no le puedo dar con certeza cuanto es la producción” (Entrevistado 1).*

- *“El rambután es un producto estacional, en el nivel nacional puede estar en los mercados desde junio que empieza su producción hasta el mes de octubre que es cuando termina, es muy demandado por el mercado nacional, se vende en supermercados, y mucho de nuestro producto es vendido por Cenada principalmente”* (Entrevistado 3).
- *“Hay una oferta limitada de producto para exportar, además de que este es un fruto estacional, por lo que no es posible suplir de forma constante al mercado internacional. Se pueden aprovechar los meses de producción para hacer exportaciones a diferentes destinos”* (Entrevistado 4).
- *“En cuanto a producción nacional la participación del rambután es poca debido a que es un producto estacional; no hay muchas opciones para comercializarlo y el precio es bajo por lo que no se obtiene gran ganancia, sin embargo, no es el caso del mercado internacional, en el cual se tiene una mayor demanda, al igual que oferta, pero se requiere cumplir muchos lineamientos para entrar en ese mercado”* (Entrevistado 5).

## **Análisis**

De acuerdo con lo expresado por los entrevistados, se establece que el rambután producido en el país es un producto estacional, el cual es producido solo una vez al año; empieza su producción para el mes de junio, terminando en el mes de octubre. De lo anterior, se refleja una desventaja para los productores de rambután, ya que cuentan solo con cuatro meses para explotar al máximo lo que puedan lograr.

Según establece Iñaki (2009), los productos estacionales, son aquellos que sufren alta demanda en un momento determinado, el incremento que sufre puede ser una oportunidad muy grande de negocio para el producto; los productos pueden ser estacionales en cierto tiempo del año, otras veces son estacionales debido a que responden a una moda o a ciertas circunstancias que se presenten. Es muy importante saber que, si existe un producto estacional y se desea sacar provecho de esto, hay que prepararse con antelación para que resulte rentable tanta preocupación por el producto (parr.1).

Por su parte Zuluaga (2012), explica que la estacionalidad es la propiedad que tiene un producto para ser vendido en un periodo específico; este concepto se muestra como uno de los problemas más complicados del mercadeo (parr.1-2).

Según los funcionarios encargados de Oficina de Promoción del Sector Agrícola, debido a que el rambután es un producto estacional, se intenta suplir al máximo el mercado nacional; para el mercado internacional la oferta de rambután es muy limitada y no se puede suplir constantemente, lo único que se podría hacer para explotar al máximo el producto es aprovechar los pocos meses de producción y suplir el mercado nacional en su totalidad y por supuesto buscar nuevos destinos de exportación.

Con respecto de lo expuesto, se deduce que el rambután es clasificado como un producto estacional. Se expone que el producto actualmente es muy demandado en el nivel nacional en los meses del año donde existe oferta, sin embargo, para los mercados internacionales la oferta es muy limitada y el país no podría abastecer de producto todo el año. Se justifica que el rambután al ser un producto estacional, no se clasifica como uno de los productos prioritarios en el nivel nacional.

## **Categoría 2: Ingreso Extra.**

### **Descripción**

En esta categoría, se hace mención de que el cultivo de rambután en Costa Rica se basa más que todo en ser un ingreso extra y no se dedican en su producción al máximo. Según los entrevistados, el cultivo de rambután se hace en el país solo para obtener un ingreso extra ya que posiblemente ya tienen algo más en donde centran su economía principal. Lo anterior se respalda en las siguientes respuestas:

- *“Solo conozco de un caso que el productor se dedica a este cultivo, con dos fincas de áreas compactas del mismo. La mayoría lo utilizan como ingreso extra, ya que cuentan con árboles dispersos en sus fincas y su actividad principal está en otros cultivos”* (Entrevistado 1).
- *“Al ser una cosecha anual, y muchas veces bianual cuesta dedicarse 100% a este cultivo, se vuelve algo más de un ingreso adicional”* (Entrevistado 2).
- *“Yo pienso que esto es un término medio, nosotros como asociación, si estamos de lleno en la producción de rambután, pero existen muchos otros productores que no se dedican solo a esto y lo ven como ingreso extra”* (Entrevistado 3).
- *“Existen dos tipos. Las empresas que se dedican a la exportación de rambután que lo hacen aprovechando al máximo el terreno para obtener altos rendimientos y así ofrecer el producto de calidad premium al mercado internacional. Y los agricultores que tienen diferentes productos y el rambután es una opción más para obtener recursos económicos vendiendo en mercado local”* (Entrevistado 4).
- *“Es por lo general utilizado como una fuente de ingreso extra”* (Entrevistado 5).

- *“En la mayoría de los casos los productores de este producto no nos dedicamos exclusivamente a este tipo de producto, ya que no se tiene la misma colación en el mercado nacional o facilidad de exportarlo como si lo tiene la piña, banano, entre otros. De ahí que muchos de los productores lo utilizamos como un extra o complemento de las demás actividades productivas” (Entrevistado 6).*
- *“Creo que es como una opción más, porque se puede apostar todo el año a tu producción y depende de la época en que te caiga, ejemplo si saliste antes que la zona sur, te fue excelente, pero si saliste después te puede ir pésimo, debe de haber una opción para el resto del año, se puede tener la plantación, cuidarla y de todo, pero debes de tener otras opciones donde generar porque si uno se dedica solo a eso no da (...)” (Entrevistado 7).*
- *“Los productores costarricenses en su mayoría lo siembran para recibir un ingreso extra y venderlo localmente, esto lo hemos visto en los últimos años con una producción más grande y donde el precio del producto ha disminuido por la gran oferta de este. Asimismo, esto se debe a la corta vida de anaquel del rambután y por ser un producto de temporada” (Entrevistado 8).*

## **Análisis**

Tal y como mencionan todos y cada uno de los entrevistados, el cultivo del rambután en el país es considerado como un ingreso extra para las personas que lo producen y lo exportan. La mayoría de producción de rambután se comercializa en el nivel nacional, por lo tanto, existe bastante competencia en la época de rambután y consecuencia de esto los precios son bastante bajos, cosa que no beneficia para nada a sus productores.

Como se establece en el capítulo II de la presente investigación, y según la información brindada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2003, “el 85% de la producción de rambután, ha sido destinado al mercado local, y quienes se encargan de venderlos son los vendedores informales” (p.36). Según la teoría, la mayoría del porcentaje de rambután que se produce en el país es vendido en el nivel nacional, la mayoría del tiempo son pequeños productores que se dedican a esto para luego venderlo y obtener un ingreso extra al que ya reciben normalmente.

De acuerdo con lo establecido en el marco referencial de la investigación, las empresas y asociaciones dedicadas al cien por ciento al cultivo de mamón chino en el país son muy pocas, la mayoría son pequeños y medianos productores que solo ven la oportunidad del producto como un ingreso extra para su economía, en cambio, asociaciones como APROFRUT y ASOFRUBRUNCA, o empresas como Productos Agropecuarios VISA S.A y otras, son quienes enfocan toda o casi toda su producción en el rambután.

Según los entrevistados, si todas las empresas enfocaran la totalidad de su producción solo en el rambután, posiblemente no les sería rentable, esto porque es un producto el cual solo es posible cosecharlo en cuatro meses del año y a como existen cosechas malas, existen cosechas buenas; la mayoría de empresas que cultivan el rambután, son empresas las cuales tienen otra variedad de productos como piña por ejemplo, y ven como oportunidad de obtener un ingreso extra, el producir rambután y comercializarlo.

Afirman los entrevistados, que, al existir tanta oferta de rambután por parte de los pequeños productores, muchas veces el precio de este para comercializarlo en el nivel nacional cae, y esto afecta a las empresas que se dedican a esto del todo, además de esto, otro punto sobresaliente, es que, el rambután tiene una vida muy corta, y este es otro de los aspectos que interfieren en que el precio se caiga, esto porque muchas veces prefieren vender el producto barato en lugar de perderlo. Este aspecto mencionado, no es beneficioso para los productores de rambután, ya que, si lo cultivan

como un ingreso extra y existen bajas en el precio, se van a ver afectados ya que no obtendrían los ingresos esperados.

### **Categoría 3: Precios.**

#### **Descripción**

La presente categoría, fue seleccionada ya que los entrevistados señalaron, que existe un efecto en el precio de venta del rambután costarricense, por lo que argumentan lo siguiente:

- *“En este momento existe sobredemanda, los mejores precios son agarrados por los productores de la zona sur que tienen sus floraciones de primeros por las condiciones de clima, la zona atlántica y norte siempre obtienen precios más bajos y a veces cuesta vender la cosecha”* (Entrevistado 2).
- *“Las grandes productoras de rambután exportan cuando los precios internacionales están bien y venden al mercado local cuando los rendimientos de cosecha nos son buenos en ese año y el precio nacional es alto por la poca oferta”* (Entrevistado 4).
- *“Estamos motivados porque hay otras personas que manejan el mercado nacional y los precios son impuestos por ellos, por lo tanto, competir en el nivel nacional es un poco complicado. Últimamente ha entrado mucha gente al cultivo de rambután, es por esto que, en temporada de mamón, empieza caro, como de 3000 el kilo y se termina vendiendo hasta a 500 colones, ya que el mamón chino es un producto perecedero y se prefiere venderlo, aunque sea barato que perderlo”* (Entrevistado 7).

- “(...) hemos visto en los últimos años con una producción más grande y donde el precio del producto ha disminuido por la gran oferta de este” (Entrevistado 8).

## **Análisis**

De acuerdo con el Capítulo II de la investigación, el Programa Integral de Mercadeo Agropecuario (PIMA) de CENADA, establece que el precio del rambután para ser vendido en el nivel nacional ha variado mucho desde el 2013 al 2017; el precio por kilo varía mucho dependiendo si es mamón criollo o es mamón injertado. El mamón criollo por su parte es producido más que todo por pequeños productores y es vendido en el mercado a un precio muchísimo más bajo, para el año 2017, el kilo rondaba los 500 colones, y el precio varía según el mes. Por otro lado, el mamón injertado, que es el que presenta una mayor calidad, su precio aproximado para el año 2017 fue de 1200 colones, variando también según el mes del año (pag.42).

Según el conocimiento de los entrevistados, se define que el precio del rambután en general es un precio el cual ha disminuido de manera muy considerable en los últimos tiempos, esto producto de la mucha oferta de mamón que existe en el país para la época de junio a octubre, ya que el 85% de la producción de rambután es vendida en el mercado local.

Como se ha mencionado anteriormente, no todos los productores de rambután exportan su producto a mercados internacionales, esto hace que toda la oferta existente en el país de rambután deba de venderse en el mercado local, esto produce mucha competencia por lo tanto los precios de este bajan mucho para que todo el producto sea vendido.

Otro punto importante mencionado por los entrevistados es que el rambután es una fruta la cual posee muy corta duración de vida, es por esto, que sus productores en el final de la época,

prefiere vender el producto, aunque sea muy barato con tal de ganar un poco de dinero, que perder el total de la producción debido a su corto plazo de vida.

#### **Categoría 4: Dificultad para vender la cosecha.**

##### **Descripción**

La cuarta categoría de análisis hace mención de la unidad de análisis situación actual, sobre la dificultad que tienen los productores de rambután a la hora de vender su cosecha, ya sea dentro o fuera del país. Lo anterior se refleja en las siguientes respuestas:

- *“(...) los productores de la zona sur que tienen sus floraciones de primeros por las condiciones de clima, la zona atlántica y norte siempre obtienen precios más bajos y a veces cuesta vender la cosecha”* (Entrevistado 1).
- *“Actualmente, el rambután se vende en su mayoría en el mercado nacional, no todas las empresas que producen rambután toman la decisión de exportarlo, solo se dedican a venderlo en el mercado nacional, sin embargo, actualmente este mercado está un poco saturado, lo que provoca una baja en el precio y a veces hasta pérdida del producto si no se logra vender a tiempo”* (Entrevistado 3).
- *“(...) Últimamente ha entrado mucha gente al cultivo de rambután, es por lo que, en temporada de mamón, empieza caro, como de 3000 el kilo y se termina vendiendo hasta a 500 colones, ya que el mamón chino es un producto perecedero y se prefiere venderlo, aunque sea barato que perderlo”* (Entrevistado 7).

## **Análisis**

De acuerdo con la opinión de los entrevistados, el mercado local está bastante saturado en cuanto a la venta de rambután, esto se da producto de que la mayoría de los productores, no exportan este su cultivo a los mercados internacionales, lo que da por resultado, una gran saturación del mercado local y por consiguiente esto genera una gran dificultad a la hora de comercializar todo el cultivo producido dentro del mercado nacional.

De acuerdo con la teoría establecida en el Capítulo II de la Investigación, el Ministerio de Agricultura y Ganadería (2003), establece que “el producto es distribuido a los mercados mayoristas como CENADA y mercados, como el mercado Borbón, de Alajuela y otros; además de ferias del agricultor de cada ciudad y en los mercados locales”.

Además de esto, existen muchos vendedores ambulantes que se encargan de comercializar el mamón chino, estos abarcan las principales provincias del país, vendiendo el kilo de rambután a un precio mucho más cómodo, con respecto al que se vende en los supermercados.

Según lo recopilado en las entrevistas realizadas, se logra determinar que la dificultad que tienen los productores de rambután para comercializar el producto en el país se debe a que existe una gran cantidad de oferta de mamón chino en el país, el cual todo queda aquí y muy pocas son las cantidades que se exportan a los mercados internacionales, al obligar a sus productores a casi regalar el producto debido a la gran competencia existente.

## **Categoría 5: Oferta Limitada.**

### **Descripción**

La siguiente categoría existente, de acuerdo con la información proporcionada por los entrevistados, hace referencia a la oferta limitada del fruto del rambután a la hora de exportarlo, lo siguiente se ve reflejado en la respuesta de los entrevistados.

- *“Hay una oferta limitada de producto para exportar, además de que este es un fruto estacional, por lo que no es posible suplir de forma constante al mercado internacional” (Entrevistado 4).*

### **Análisis**

Con respecto a la opinión del entrevistado número 4, se establece que existe una oferta limitada del producto a la hora de exportarla. De acuerdo con las opiniones brindadas por los demás entrevistados y con la lo establecido en el marco referencial de la investigación, se establece que a nivel de mercado local existe una sobreoferta de rambután, sin embargo, a la hora de exportarlo la oferta es limitada.

Lo siguiente puede deberse a varios factores, uno de ellos es la poca motivación que tienen las empresas para exportar el producto debido a los lineamientos que se deben de cumplir al exportar como, por ejemplo, los estándares de calidad, el cumplimiento de las normas fitosanitarias, la dificultad del manejo del producto a la hora de enviarlo por vía aérea y demás aspectos que podrían afectar para que los productores se motiven a exportar el producto.

Otro aspecto influyente en la existencia de una oferta limitada a la hora de exportar sería que, al producto ser estacional, no se puede suplir de manera constante el mercado internacional, y esto se muestra como una desventaja a la hora de exportarlo.

### **Categoría 6: Poca participación.**

#### **Descripción**

De acuerdo con las respuestas obtenidas, se establece como otra de las categorías de análisis, la poca participación del fruto del rambután en el mercado nacional, lo siguiente se refleja en la siguiente respuesta.

- *“En cuanto a producción nacional la participación del rambután es poca debido a que es un producto estacional” (Entrevistado 5).*

#### **Análisis**

Se establece que el fruto del rambután tiene una participación muy poca en el mercado local, el entrevistado número 5 expresa que esto se debe a que es un producto estacional, el cual tiene su producción desde el mes de junio hasta el mes de octubre, por lo que este aspecto hace que la participación del producto sea muy poca a nivel local.

El tener poca participación en el mercado local debido a su época de producción, debería producir un efecto importante en sus productores, ya que sería importante aprovechar la época de producción para intensificar más el cultivo y sacar el máximo provecho de este y que de esta manera la participación del producto sea cada vez más significativa a nivel local.

La participación del rambután costarricense debe de ser importante tanto en el mercado local como en el internacional, producto de su corto tiempo de cultivo, debe de ser cada vez más intensa la producción de este y se debe de sacar el máximo provecho, de manera que, a pesar de ser estacional, en el momento de cultivo, se explote al máximo y su participación aumente cada vez más.

### **Categoría 7: Opciones de comercialización.**

#### **Descripción**

De acuerdo con las respuestas de los entrevistados, se establece que las opciones de comercialización del rambután en el mercado nacional son pocas, lo siguiente se afirma en la siguiente respuesta.

- *“no hay muchas opciones para comercializarlo y el precio es bajo por lo que no se obtiene gran ganancia, sin embargo, no es el caso del mercado internacional, en el cual se tiene una mayor demanda, al igual que oferta, pero se requiere cumplir muchos lineamientos para entrar en ese mercado”* (Entrevistado 5).

#### **Análisis**

Según la opinión del entrevistado número cinco, se determina que no existen muchas oportunidades de comercialización para el rambután a nivel local, se afirma que, además de las pocas oportunidades, el precio para venderlo en el mercado nacional es bajo por lo que no se obtiene la ganancia esperada.

El precio del producto baja en respuesta a la mucha oferta existente a nivel local, esto debido a la poca exportación de este, el mercado local se ve saturado. Sin embargo, según el entrevistado, no es el mismo panorama para los mercados internacionales, en donde la oportunidad de comercialización es bastante amplia, sin embargo, debe de cumplirse con los requerimientos establecidos.

Con respecto a mi opinión propia, los productores deben de diversificar y darle un mayor uso al fruto del rambután, de manera que las oportunidades de comercialización tanto en el mercado local como en el internacional sean cada vez mayores y se pueda explotar al máximo el producto, obteniendo así mayores márgenes de ganancia.

### **Categoría 8: Dificultad de exportación.**

#### **Descripción**

Otro de los factores relevantes mencionado por los entrevistados, el cual se establece como una de las categorías de análisis, sería la dificultad que presenta la exportación del rambután a los mercados internacionales, lo anterior se evidencia de la siguiente manera.

- *“(…) es muy tedioso el hecho de exportar, tienes q trabajar desde 5 de la mañana que sale el cultivo y ese mismo día debe de irse el producto para el aeropuerto, no existen tantas trabas en el mercado exterior como aquí, nosotros hemos comprado en la zona sur para exportar cuando no tenemos producción. Existe el riesgo de que en el aeropuerto encuentren algún bichito y lo devuelvan, por lo tanto, esa producción va para el mercado nacional y las cajas y todo lo que se invirtió nadie te lo paga, o en USA si encuentran algo simplemente lo desechan y eso se pierde”* (Entrevistado 7).

- *“La mayoría lo venden para mercado nacional, por lo delicado que es el producto y lo complicado de exportarlo”* (Entrevistado 8).

## **Análisis**

Se ha determinado que existe dificultad a la hora de exportar el producto de rambután, este es uno de los aspectos más relevantes, ya que se deben de tomar en cuenta las razones por las cuales los productores catalogan como difícil la exportación del producto a los mercados internacionales.

Por su parte el entrevistado número 7, señala que a pesar de que el producto al momento de la exportación cumplir con todos los registros sanitarios y las certificaciones donde indique que está libre de plagas, aun así, si al ser revisado tanto dentro como fuera del país, si encuentran un aspecto por más mínimo que sea, devuelven el producto en su totalidad y no lo dejan entrar en los mercados internacionales. Señala también que, en el aeropuerto en Costa Rica, son mucho más exigentes que los de los mercados internacionales.

El entrevistado número 8 por su parte, menciona que, al existir tanta dificultad a la hora de exportar el producto, por esta razón y por ser un producto perecedero y muy delicado, es que los productores prefieren no complicarse y venderlo solamente dentro del mercado local.

Aspectos como los anteriores, son los que afectan de sobremanera las exportaciones del país, esto porque, muchas veces solo lo catalogan así y por solo escuchar que es difícil exportar es que muchos de los productores que nunca se han animado a exportarlo, teniendo muchas veces las posibilidades de lograrlo.

## Unidad de Análisis 2: Demanda Actual

La presente unidad de análisis hacer referencia a la evaluación de la demanda actual de rambután costarricense en los mercados internacionales, se define como demanda a la suma de las compras de bienes y servicios que realiza un cierto grupo social en un momento determinado. La demanda de un producto podría variar dependiendo de diferentes factores como la oferta, los precios y la capacidad de pago (RAE, 2018).

La demanda depende de ciertos factores de importancia en el producto, además de los antes mencionados, como por ejemplo las preferencias de los consumidores; para el caso del rambután, los productores deben de trabajar y mejorar cada vez más el producto, para que de cierta manera sea cada vez mejor y más atractivo para que cumpla con las expectativas y deseos de las personas y que la demanda del producto aumente en estos mercados internacionales.

La presente unidad de análisis va a evaluar la demanda actual, o sea la demanda del momento, que presenta el cultivo del rambután en los mercados internacionales, esto permite obtener un panorama para determinar si el producto es muy demandado por los mercados internacionales y existe oportunidad para llevarlo en mayores cantidades a esos mismos mercados a donde ya se exporta y claramente evaluar la oportunidad existente para llevarlo a nuevos mercados internacionales. Seguidamente se detallan las categorías de análisis de la unidad:

- Exportación
- Bajos precios en otros países
- Oferta
- Logística
- Poca producción
- Cultivo de relevancia
- Nuevos mercados

Seguidamente, se procede a describir cada una de las categorías de análisis de la segunda unidad, de acuerdo con lo mencionado por los entrevistados, posterior a esto, se procede a realizar el respectivo análisis de la información brindada por los entrevistados comparándolo con la información del Capítulo II de la investigación.

### **Categoría 1: Exportación.**

#### **Descripción**

Uno de los factores relevantes establecidos por los entrevistado de acuerdo con la categoría 1 de la unidad de análisis demanda actual, son las exportaciones de rambután costarricense a los distintos mercados internacionales, se va a analiza el comportamiento de los últimos años. Este factor se evidencia seguidamente de acuerdo con las entrevistas realizadas.

- *“Estancamiento, no creería que estén al alza las exportaciones”* (Entrevistado 2).
- *“Este dato se lo puede dar PROCOMER, para más exactitud, sin embargo, en mi opinión, creo que no han aumentado las exportaciones, nosotros, por ejemplo, nos hemos enfocado más en la exportación de rambután a mercados internacionales, pero de igual manera los montos años atrás habían aumentado, sin embargo, últimamente bajaron notablemente”* (Entrevistado 3).
- *“Durante el 2017 la producción de rambután no fue óptima, los rendimientos bajaron y esto hizo que al haber escasez local los precios estuvieran elevados. Esto*

*ocasionó que muchas empresas no exportaran rambután, sino que se quedaran supliendo la demanda local” (Entrevistado 4).*

- *“Según mi conocimiento, 2 o 3 años atrás, es un cultivo que iba cada vez aumentando y mejorando cada vez más en calidad de exportación, sin embargo, últimamente ha existido una baja en las exportaciones” (Entrevistado 5).*
- *“Considero que el rambután no ha tenido el éxito que se pensaba que iba a tener, y las exportaciones de este mismo como la producción se ha estancado ya que la colocación de este producto en el exterior no es tan sencilla” (Entrevistado 6).*
- *“Un estancamiento, el año pasado nos fue bastante mal en las exportaciones, de hecho, fue el peor año para nosotros, tuvimos una cosecha mala, y esperamos que este año sea un poco mejor ya que la planta se recupera no hubo poda ni mucho menos entonces recupera, en el caso de nosotros hubo aumento, pero no sé a nivel general como fue” (Entrevistado 7).*
- *“Considero que se ha dado un estancamiento por el hecho que el transporte aéreo es muy elevado y esto producto solo se puede exportar vía aérea, esto nos ha afectado muchísimo” (Entrevistado 8).*

## **Análisis**

Tal y como lo expresaron los entrevistados, se determina que las exportaciones de rambután costarricense han presentado un estancamiento en los últimos años, en lugar de más bien aumentar para que las empresas lleven su producto a los mercados nacionales, se ha producido un efecto contrario.

De acuerdo con el entrevistado 4, se afirma que para el último año 2017, los productores nacionales no tuvieron buena racha en la producción de rambután, y es por lo que al ver que había oportunidad de vender a un buen precio el producto en el mercado local, por esa razón no se preocuparon por exportar el producto. Esto lo que deja en descubierto es que los productores no quieren complicarse exportando los productos si tienen oportunidad de ganancia en el mercado local.

La entrevistada 7, concuerda con el entrevistado número 4 diciendo que el año pasado fue el peor año que han tenido en cuanto a la producción de mamón chino, por lo tanto, al no tener tanto éxito en la producción, las exportaciones caen y el producto debe de ser vendido en su mayoría dentro del mercado local.

Otro aspecto de importancia mencionado por la entrevistada 8, es que uno de los factores más importantes que han influido en que las exportaciones hayan tenido un estancamiento, es que el rambután es un producto totalmente perecedero, por lo tanto, al querer exportar el producto se debe hacer vía aérea, ya que si se desea que llegue fresco al destino, debe llegar lo antes posible; sin embargo, según menciona la entrevistada, este transporte es muy caro y esto hace que claramente el precio final del producto encarece también.

Según los datos de la Promotora de Comercio Exterior, los países a donde más se exporta rambután costarricense, en orden de importancia son: Nicaragua, El Salvador, Estados Unidos, Honduras, Canadá, Alemania y Chile. Para el año 2016, el valor de las exportaciones en miles de USD fue de 648,6, mientras que para el 2017 la cantidad de rambután exportada fue de 255,6. La diferencia entre un año y otro ha sido bastante y resulta muy preocupante, ya que esto refleja la gran desmotivación que hay a la hora de exportar.

## **Categoría 2: Bajos precios en otros países.**

### **Descripción**

La siguiente categoría de análisis 2, se refiere a los bajos precios en que es comercializado el rambután los mercados internacionales, esto de acuerdo con lo mencionado por los entrevistados, y se puede afirmar de acuerdo los siguientes comentarios:

- *“Estos datos los obtendría con mayor exactitud en PROCOMER, sin embargo, nosotros como asociación ahorita exportamos a Estados Unidos y a Canadá, uno de los países a donde Costa Rica más exporta rambután es a Estados Unidos debido a que existe cercanía con el país y los precios de envío son todavía manejables”* (Entrevistado 2).
- *“A la Unión Europea se han hecho envíos, sin embargo, el flete aéreo es demasiado caro y llega rambután más barato desde otras partes del mundo más cercanas, sin embargo, nosotros seguimos intentando”* (Entrevistado 7).
- *“Según nuestra experiencia el principal mercado en USA, en segundo lugar, Chile y el Salvador. Las exportaciones han aumentado pero muy poco ya que cada vez tenemos más competencia de países asiáticos que producen el rambután como por ejemplo Tailandia que tienen costos más bajos y mejores servicios de aerolíneas para el transporte del producto”* (Entrevistado 8).

### **Análisis**

En referencia a lo mencionado por algunos de los entrevistados, ellos expresan que exportan producto a mercados como el de Estados Unidos, Canadá, Chile y otros, sin embargo, resulta que existe una gran desventaja con respecto de otros mercados internacionales como a la Unión Europea, debido a que existe una gran competencia con los países asiáticos más que todo,

esto por la razón que para ellos los fletes aéreos son muchos más baratos que para Costa Rica debido a la cercanía que tienen, por lo que el producto se vuelve mucho más caro de lo normal.

María Fernanda Maridueña (2010) expresa lo siguiente “Con respecto al mercado de la Unión Europea, tienen aproximadamente 55 años de ser el continente que mayor consume frutas en el mundo, con respecto al rambután, su consumo ha aumentado en un 80% desde 1992. El rambután ha presentado en este mercado una gran estabilidad. Las ciudades europeas que más consumen este tipo de frutas exóticas como el rambután son las que tienen un mayor poder adquisitivo y deseos de experimentar nuevos sabores” (p.49).

Según la opinión propia con respecto de lo expresado por los entrevistados y lo en el Capítulo II de la Investigación, se deja en descubierto que existe una oportunidad de mercado grande para el rambután costarricense en los mercados y uno de ellos en el mercado europeo, sin embargo, la desventaja que tiene Costa Rica con respecto de otros países del mundo, es que a estos mercados llega el mismo producto que ofrece el país, pero mucho más barato, producto de que estos países presentan mayor cercanía por lo tanto su producto es más barato y deja fuera de competencia el producto costarricense, una de las maneras que se podría hacer para apaciguar esta diferencia de precio, sería trabajar en una diferenciación.

### **Categoría 3: Oferta.**

#### **Descripción**

Se establece la oferta como una de las categorías de análisis de la presente unidad, esto producto de las respuestas brindadas por los entrevistados, ya que se refieren a este como un aspecto de importancia al evaluar si existe o no suficiente oferta para suplir los mercados internacionales. Seguidamente, se mencionarán los aspectos mencionados por los entrevistados:

- *“No, dado que los productores lo han tomado como ingresos extras, se produce solo para vender de los árboles que tienen en su finca, por lo menos en esta región del país”* (Entrevistado 1).
- *“Mi respuesta sería un rotundo no, existe mucha demanda en los mercados internacionales, y actualmente no todos los que producimos exportamos, es decir que, si apenas se puede con el mercado nacional, no están capacitados muchos productores a suplir una demanda internacional”* (Entrevistado 3).
- *“Hay una oferta limitada de producto para exportar, además de que este es un fruto estacional, por lo que no es posible suplir de forma constante al mercado internacional. Se pueden aprovechar los meses de producción para hacer exportaciones a diferentes destinos”* (Entrevistado 4).
- *“Podrían estar preparados si se enfocan en eso, pero la mayoría actualmente solo abastecen el mercado local”* (Entrevistado 5).
- *“Si, actualmente considero que la producción de rambután costarricense es suficiente para abastecer la demanda que actualmente tiene el país desde el exterior”* (Entrevistado 6).
- *“Creo que sí, hay mucho producto nacional, sin embargo, en el momento de exportar hay muchísimo miedo. Nosotros hemos sobrevivido, porque a pesar de que hay pérdidas seguimos intentándolo. Asofrubrunca por ejemplo, tiene mucho producto, pero al ser una asociación, cuando hay pérdidas todos pierden y esto los ha desmotivado, hay suficiente mamón para no botar el mercado nacional y hacer maravillas afuera, es parte de motivar a las personas, puede que una carga te llegue mal pero la siguiente ya te puede ir bien, es cuestión de perseverancia y motivación. Pero lo que hacen es vender todo en el mercado nacional entonces se cae totalmente”* (Entrevistado 7).

- *“Si están preparados en el nivel de producto, pero Costa Rica no tiene aerolíneas suficientes lo que hace que tenga precios muy altos de transporte y nos coloca fuera del mercado”* (Entrevistado 8).

## **Análisis**

Para esta pregunta, ha existido discrepancia en la respuesta obtenida por los entrevistados sobre si existe una oferta de rambután costarricense suficiente para abastecer la demanda existente en los mercados internacionales, algunos expresan que existe oferta limitada de rambután, por lo tanto no es posible suplir los distintos mercados, mientras que los demás entrevistados afirman que existe una buena oferta del producto, sin embargo, existen factores de desventaja que afectarían la exportación del mismo.

De acuerdo con los entrevistados 1, 3 y 4, los productores costarricenses no están preparados en cuestión de oferta de producto para suplir la demanda de los mercados internacionales, una de estas razones es porque cultivan pocos árboles para enfocarse en el mercado local, además, otro de los entrevistados afirma que no existe la capacitación adecuada para la exportación, y que por ser un producto estacional, no es posible suplir los mercados internacionales durante todo el año ya que sería solo por la época de cultivo.

Sin embargo, los entrevistados 5,6,7 y 8, difieren con los anteriores ya que afirman que los productores sí están capacitados para ofertar bastante producto o al menos lo suficiente que necesiten los mercados internacionales, sin embargo, es importante tomar en cuenta distintos factores que entorpecen al país para la exportación como el enfocarse más en los mercados internacionales y no tanto en el mercado local, además, existe mucho temor a la hora de exportar, sin embargo, todo es un riesgo, y por último, puede que exista mucha oferta de producto, sin

embargo, las altas tarifas del transporte aéreo, dejan a Costa Rica fuera de mercado con respecto a otros países.

El Ministerio de Ganadería y Agricultura (2003), afirma lo siguiente: “Aproximadamente un 50% de los productores de rambután, están ubicados en el Cantón de Corredores, el segundo lugar se ubica en Osa y Pérez Zeledón, siguiendo cantones como Golfito, Coto Brus, la zona Huetar Atlántica y Huetar Norte, quienes cuentan con pequeñas áreas de cultivo, sin embargo, no tienen gran importancia en el nivel nacional” (p.36).

De acuerdo con lo expresado anteriormente, se establece que sí existe una amplia oferta por parte de los productores nacionales, muchas zonas del país cultivan este fruto, siendo la Región Sur los mayores de rambután en el país, sin embargo, es notable que no ha existido un interés por parte de todos los productores por aumentar esta oferta cada vez más y llevar el producto a los distintos mercados internacionales, claramente existen barreras que habrían que superar, sin embargo, si se enfocan en esto podría existir una mejoría y lograr suplir estos mercados.

#### **Categoría 4: Logística.**

##### **Descripción**

Es importante tomar en cuenta como parte de esta investigación, que una buena logística es clave para el proceso de exportación del producto y esto permitiría lograr un proceso exitoso, sin embargo, actualmente existe un déficit en cuanto el proceso logístico para la exportación del rambután y esto se evidencia de acuerdo con lo expresado por los entrevistados a continuación:

- *“(...) el último año estuvo muy parecido en precios, y el costo de mantenimiento y preparación de las frutas para exportación es mucho más elevado, se necesitan*

*controles para la hormiga, y para la cochinilla, además de los problemas de pájaros que deben controlarse, algo que para el mercado local no tiene importancia” (Entrevistado 2).*

- *“Los productores/exportadores deben asegurar la calidad del producto, para que vaya libre de plagas que les impidan el ingreso a diferentes países. El país tiene que mejorar el tema de logística con países compradores como Canadá, ya que este destino pide rambután, pero muchas veces no hay espacio suficiente en los viajes aéreos para aumentar la oferta y así crecer en ventas anualmente” (Entrevistado 4).*
- *“(…) es muy tedioso el hecho de exportar, tienes que trabajar desde 5 de la mañana que sale el cultivo y ese mismo día debe de irse el producto para el aeropuerto, no existen tantas trabas en el mercado exterior como aquí. Existe el riesgo de que en el aeropuerto encuentren algún bichito y lo devuelvan, por lo tanto, esa producción va para el mercado nacional y las cajas y todo lo que se invirtió nadie te lo paga, o en USA si encuentran algo simplemente lo desechan y eso se pierde” (Entrevistado 7).*

## **Análisis**

Cuando se habla de logística, se refiere a los métodos y acciones tomadas para garantizar un almacenamiento, el transporte y la entrega de los bienes y servicios que una empresa está negociando con otra. La logística organiza todos estos aspectos para que estén en el lugar correcto y en el momento justo. (RAE, 2018).

Este aspecto de logística para la exportación del rambután costarricense a los diferentes mercados internacionales, según los entrevistados, se ve más que todo como una desventaja que,

ya que no se cuentan con las herramientas adecuadas para contar con una logística óptima para el proceso de exportación del rambután costarricense a nuevos mercados internacionales.

Se expresa por medio de los entrevistados, que uno de los aspectos importantes de la logística, es que a la hora de exportar un producto, se debe de tener un excelente control de plagas, esto porque en los mercados internacionales la mayoría del tiempo revisan mucho este punto ya que el producto podría ir contaminado y afectar al país destino, este punto forma parte de la logística del proceso, ya que es indispensable el buen cumplimiento del mismo para que se dé una exportación exitosa del producto.

Otro punto importante por tomar en cuenta es que, se debe de mejorar la logística para la exportación, esto porque existen pedidos de grandes cantidades de rambután por parte de los diferentes países, sin embargo, el país no puede suplir esta demanda ya que no hay campo en los vuelos que permitan transportar suficiente cantidad de producto, esto produciría una gran desventaja con respecto de los demás países exportadores de rambután que no tienen este problema.

### **Categoría 5: Poca producción.**

#### **Descripción**

Otros de los aspectos mencionados por los entrevistado, el cual es catalogado como una de las categorías de análisis, es que existe poca producción nacional del producto de rambután, lo anterior se ve reflejado de acuerdo con las respuestas de los entrevistados.

- *“Para 2017 las exportaciones de rambután bajaron, debido a poca producción nacional ese año (que provocó mejores precios a nivel local). Además, países como*

*Honduras y Guatemala tenían precios bajos en el 2017 y eso impedía competir con los altos costos del producto costarricense para ese año” (Entrevistado 4).*

- *“Durante el 2017 la producción de rambután no fue óptima, los rendimientos bajaron y esto hizo que al haber escasez local los precios estuvieran elevados. Esto ocasionó que muchas empresas no exportaran rambután, sino que se quedaran supliendo la demanda local” (Entrevistado 6).*

## **Análisis**

Se establece, según los entrevistados 4 y 6, que para el último año, ósea el 2017, existió muy poca producción de rambután, los rendimientos de producción bajaron en grandes cantidades debido a que no tuvieron una producción óptima.

Afirman que, esto no ha sido así años anteriores, sino hasta este año, que las exportaciones de rambután bajaron en un 36%, de acuerdo con los entrevistados, al existir escasez local del producto, los precios del rambután eran bastante altos, mostrándose atractivo para los productores nacionales y esto produjo que lo quisieran vender en el mercado local y no en los mercados internacionales ya que de esta manera no se complicaban con el tema de la exportación.

Se indica también, que, para este último año, existieron altos costos en la producción del rambután, lo que hacía al país incompetente de acuerdo con los bajos precios que ofrecían los mercados de Guatemala y Honduras.

## **Categoría 6: Cultivo de relevancia.**

### **Descripción**

Se establece que el rambután no es catalogado como uno de los cultivos de relevancia en el país, lo siguiente se establece como una de las categorías de análisis, de acuerdo con las respuestas obtenidas por los entrevistados.

- *“No tengo detalle de las exportaciones, dado que este cultivo para la región no es de relevancia y no está definido dentro de las prioridades” (Entrevistado 1).*

### **Análisis**

El entrevistado número uno, menciona un aspecto el cual es de relevancia en el estudio, se menciona que el rambután no es un producto de relevancia dentro de los productos de cultivo, esta es una de las razones por las cuales, muchas veces tanto los mismos productores como las instituciones internacionales, no les prestan atención a los comportamientos con respecto al rambután.

A pesar de que el rambután no es uno de los productos principales del país tanto en producción como en exportación, es un producto el cual tiene potencial comercial en los mercados internacionales, y sería muy importante que pasara a ser un producto relevante producido en el país.

Los productores nacionales serían los encargados de que, por medio de las exportaciones y con la cooperación de las distintas instituciones nacionales, darle la importancia pertinente al producto, para que sea explotado de la mejor manera y se relevancia sea cada vez mayor tanto dentro como fuera del país.

## **Categoría 7: Nuevos mercados.**

### **Descripción**

El primer punto para exportar un producto es encontrar un mercado internacional atractivo para destinar el fruto de exportación, por lo tanto, de acuerdo con la opinión de los entrevistado, se establece que la búsqueda de nuevos mercados que sean bueno y atractivos para exportar, sería otra de las categorías de análisis por tomar en cuenta dentro del estudio.

- *“El precio internacional no paga el exportar según lo que entiendo, pero puede ser falta de encontrar buenos mercados, el último año estuvo muy parecido en precios, y el costo de mantenimiento y preparación de las frutas para exportación es mucho más elevado, se necesitan controles para la hormiga, y para la cochinilla, además de los problemas de pájaros que deben controlarse, algo que para mercado local no tiene importancia”* (Entrevistado 2).

### **Análisis**

Es muy importante tomar en cuenta a la hora de exportar el producto, que los mercados a los cuales se desean suplir con producto sean buenos socios comerciales para el país, la búsqueda de un nuevo mercado para la exportación es un estudio bastante interesante que la empresa productora y exportadora deberá realizar.

De acuerdo con los mencionado por el entrevistado número 2, el costo de mantenimiento y producción del rambután es bastante elevado de acuerdo con los demás mercados, además de la dificultad que se presenta por los controles que se deben de cumplir con respecto a las plagas del producto.

Se establece que al encontrar nuevos mercados los cuales sean buenos socios comerciales y paguen lo establecido por el producto, de esta manera, el rambután tendría más éxito en los mercados internacionales y, por ende, los productores nacionales más oportunidades de comercialización en estos mercados, siempre y cuando se cumplan con las pautas establecidas por cada país.

### **Unidad de Análisis 3: Oportunidad de comercialización.**

Se define como oportunidades de comercialización a la oportunidad que existente que presenta un producto o servicio en el exterior. El objetivo principal es crear relaciones comerciales con los distintos mercados internacionales, es indispensable contar con un producto llamativo, el cual sea atractivo para los mercados internacionales, además de esto debe de ser un producto exportable. La relación comercial que se pueda crear con mercados exteriores se ve como una oportunidad de comercialización.

Para la presente investigación, se determinó como una unidad de análisis la oportunidad de comercialización que presenta el rambután costarricense en los mercados internacionales, es importante evaluar si existe o no oportunidad, ya que, podría existir oportunidad, sin embargo, puede que las personas no estén informadas sobre esto, y, además, incursionar a la exportación de nuevos mercados sería muy beneficiosos tanto para el país como para las personas que lo exportarían. De esta unidad de análisis se desprenden las siguientes categorías por analizar:

- Calidad
- Potencial de rambután
- Diferenciación
- Ingresos para los productores y el país
- Mayor diversificación de productos
- Empleo

A continuación, se van a describir las categorías seleccionadas de acuerdo con las entrevistas realizadas, lo que posteriormente se compara con lo visto en la teoría del marco referencial de la presente investigación.

### **Categoría 1: Calidad.**

#### **Descripción**

De acuerdo con las respuestas de los entrevistados, se establece que una de las categorías de análisis es la calidad, con esto lo que se determina es si el rambután cuenta o no con la calidad y las condiciones necesarias para satisfacer las exigencias de los mercados internacionales, por lo que se determina que sí cumple con una buena calidad para cumplir los estándares solicitados por los mercados internacionales. Lo anterior se confirma en los siguientes comentarios:

- *“Si tiene una buena calidad, ya que es un cultivo noble y no le conozco de enfermedades o plagas que afecten el proceso de exportación, además los productores no utilizan agroquímicos, al no darse como plantación comercial. Tendría que averiguar en el Servicio Fitosanitario del Estado. Si se establece como un sistema productivo y si se maneja adecuadamente tendrá las posibilidades”* (Entrevistado 1).
- *“Sí, la calidad del mamón es muy buena, solo se le debe dar un manejo diferente”* (Entrevistado 2).
- *“Si las empresas se enfocaran en mejorar la calidad y cumplir con las exigencias básicas si se podría lograr, pero ahora se trabaja a como lo hace la mayoría de la gente y la verdad no se preocupan mucho por cumplir con una calidad específica”* (Entrevistado 3).

- *“El rambután costarricense de exportación es obtenido de las mejores variedades en el nivel nacional: R134, R162, R167, Rongrien y Jeetle. Es conocido por su alta calidad, buen tamaño, altos grados brix (mayores a 18) y desprendimiento total de la semilla del arillo carnoso”* (Entrevistado 4).
- *“Si lo cumple, ya que la mayoría del rambután que se siembra en Costa Rica es de calidad de exportación, la mayoría de las plantas siendo distribuidas por la Universidad EARTH, los cuales cumplen con todas las condiciones que exige el mercado internacional, sin embargo, para optar por entrar a este mercado, se requieren de muchos otros requisitos, en lo que se refiere a tratamiento de la tierra, trazabilidad del cultivo, entre otros”* (Entrevistado 5).
- *“Si, el rambután costarricense es de buena calidad, y cuenta con las condiciones apropiadas para su exportación”* (Entrevistado 6).
- *“Si, tenemos muy buena calidad, hay muchas variedades, distintas a la de Guatemala y Honduras, es un producto mucho más grande, lo que se busca es una diferenciación, si existe competencia, bueno entonces enfocarnos en que el producto sea de mejor calidad”* (Entrevistado 7).
- *“Si porque manejamos muy buena calidad de productos, nuestras tierras son muy buenas y contamos con personal capacitado”* (Entrevistado 8).

## **Análisis**

Según la opinión de la totalidad de los entrevistados, afirman que el rambután costarricense sí cumple totalmente con una buena calidad de producto y con las condiciones adecuadas para cumplir con las exigencias de los mercados internacionales, las cuales, posiblemente sean bastantes y como bien se sabe, los mercados internacionales son bien estrictos en cuanto a la

recepción de productos agrícolas, ya que deben estar seguros de que cumplen totalmente con los procesos establecidos.

Los entrevistados expresan que el rambután costarricense la mayoría del tiempo está libre de plagas, además, que el país cuenta con una buena tierra para su cultivo y un personal capacitado para un manejo óptimo, además de esto, afirman que el mamón chino costarricense tiene un tamaño adecuado, buen sabor del fruto y además de esto es muy carnoso y presenta buen desprendimiento de la semilla. Todos estos puntos mencionados, aspectos los cuales afirman que el producto cumple con una calidad adecuada según lo exigen estos mercados.

Según establece Argueta (2008), el rambután debe de cumplir con ciertos estándares de calidad, para que sea atractivo y aceptado para las personas que lo consumen, entre ellos, debe de cumplir con ser color rojo, además de estar libre de pudriciones y defectos, ya que, si se presentase otro color en el fruto como amarillento o café, esto afectaría la calidad del producto directamente evidenciando un daño y ausencia de agua en el producto. Otro aspecto importante sobre su calidad es que debe contener dulzura y acidez al mismo tiempo. Con respecto al índice de dulzura, debe de contener: 3% de glucosa, 3% de fructuosa y 10% de sacarosa, dando como resultado un 16% de dulzura en la fruta de rambután (p. 21).

Con respecto de lo anterior, se afirma que el rambután costarricense sí cumple con la calidad y condiciones óptimas solicitadas por los mercados internacionales, esto deja en descubierto la gran posibilidad que tiene el país para la exportación de rambután a nuevos mercados internacionales, si actualmente se cuenta con una alta calidad del producto, esto es un punto muy a favor. Las empresas productoras podrían enfocarse más en la exportación y no tanto en la venta local del producto.

## **Categoría 2: Potencial del rambután.**

### **Descripción**

Una de las categorías seleccionadas para el análisis fue el potencial que presenta el rambután costarricense en los mercados internacionales, de acuerdo con los entrevistados, se establece que sí existe mucho potencial en el producto en el exterior. Lo anteriormente mencionado se puede sustentar con lo siguiente:

- *“Si tiene potencial, ya que se ha exportado y mientras no exista limitaciones puede seguir con el proceso”* (Entrevistado 1).
- *“Si, el rambután es un producto que tiene mucho potencial en el nivel internacional, los productores del país no se han preocupado por aprovechar esta oportunidad, pero es un producto que tiene muchos beneficios para la salud de la gente, además de eso es un fruto exótico que tiene un rico sabor y es atractivo para los extranjeros”* (Entrevistado 3).
- *“Sí, por lo antes mencionado y por un aumento en las consultas de mercados como Estados Unidos y Canadá por productos exóticos”* (Entrevistado 4).
- *“Al aplicar todas las políticas requeridas para entrar al mercado de exportación, sí, ya que las plantas que se distribuyen en el país son de muy buena calidad”* (Entrevistado 5).
- *“Claro que tiene potencial, porque es un producto relativamente nuevo y con características muy distintivas que pueden llamar la atención de los consumidores, sin embargo, este producto al ser un postre y tener productos sustitutos tan establecidos en mercados internacionales ha dificultado su colocación y posicionamiento”* (Entrevistado 6).

- *“Si, es solo trabajar en promoción, hay que ser constante, a veces cuesta mucho como con Chile y Europa, pero porque si ya hemos logrado un volumen considerable, debemos seguir intentando para exportar en el nivel internacional”* (Entrevistado 7).
- *“Sí tiene potencial, pero hay que mejorar en el transporte aéreo”* (Entrevistado 8).

## **Análisis**

Las opiniones de los entrevistados, deja muy claro que el rambután costarricense sí tiene un gran potencial comercial en los mercados internacionales, mencionan que existen algunos aspectos en los que los productores deberían mejorar, como en el tema de diversificación del producto, transporte aéreo o la calidad del mismo, sin embargo, se establece que el producto posee potencial para ser comercializado en mercados externos, cosa que podría ser una oportunidad muy importante para los productores y exportadores de rambután en el país.

Dos de los entrevistados, mencionaron aspectos que valen la pena resaltar, uno de ellos es que el rambután como fruto en general, posee características muy distintivas con respecto de las demás, esto hace que sea llamativo para las personas de mercados internacionales quienes no lo conocen y se interesen por saber qué es y quieran comprarlo, y el otro punto por resaltar, es que el país no se ha preocupado por aprovechar la oportunidad que presenta el país en los mercados internacionales.

De acuerdo con la teoría expuesta en el Capítulo II de la presente Investigación, y recopilando información de varios estudios realizados por la Promotora de Comercio Exterior, se mencionaron solo algunos de los países a donde Costa Rica podría tener gran potencial comercial

y algunos de ellos fueron Turquía, Canadá, Unión Europea y otros. Además de esto, se habla sobre el interés existente en los distintos países con respecto de los productos frescos, que no contaminen el ambiente, orgánicos y demás características de las cuales el rambután cumple con ellas (p. 68).

Como opinión personal y con respecto de lo visto en la teoría y de acuerdo con los entrevistados, el rambután costarricense, es un producto el cual actualmente no es explotado como realmente debería; presenta un gran potencial comercial en los mercados internacionales lo que haría que muchas pequeñas empresas tuvieran mayor participación en mercados internacionales y por consiguiente crecimiento y mayores beneficios para ellos mismos, además de que el país tendría cada vez mayor competitividad en el nivel internacional.

### **Categoría 3: Diferenciación.**

#### **Descripción**

Según la opinión de algunos de los entrevistados, se menciona como una de las categorías de análisis, que sería importante ya que existe competencia en otros mercados, trabajar y enfocarse más en la diferenciación del producto, lo anterior se confirma en las siguientes respuestas:

- *“Las fincas de rambután para exportación deberán trabajar diferenciación del producto e implementar mejoras en las condiciones de las plantas empacadoras para revisar el tema de plagas presentes en las frutas antes del empaque para prevenir devoluciones de productos y con esto disminuir pérdidas económicas”* (Entrevistado 4).
- *“(…) es un producto mucho más grande, lo que se busca es una diferenciación, si existe competencia, bueno entonces enfocarnos en que el producto sea de mejor calidad”* (Entrevistado 7).

## **Análisis**

De acuerdo con el sitio web Crece Negocios, se define diferenciación como una característica de un producto que lo diferencia y lo distingue de los demás productos de la competencia, ya sean similares o iguales (2013).

Uno de los aspectos interesantes mencionados por los entrevistados, fue que mencionaron que se debería trabajar en la diferenciación del producto de rambután, para que este sea reconocido por los mercados internacionales como un producto de total calidad y diferenciado de los demás mercados, de manera que los mercados quieran tener el rambután tico dentro de su oferta de productos.

Actualmente, la piña de Costa Rica es muy famosa en el nivel mundial, por lo que dedicarnos a trabajar en diferenciación de tamaño, de sabor, color, dulzura y textura del rambután, además de caracterizar el producto por ser siempre libre de todo tipo de plagas y demás, se muestra como una gran oportunidad para ser reconocidos mundialmente tanto como la piña o el banano tico, de manera, que el rambután pueda lograr posicionarse como uno de los productos más exportados del país a muchos otros mercados internacionales.

Anteriormente, se menciona que el precio más bajo por parte de otros mercados, es uno de los factores que afecta la exportación de rambután costarricense debido al elevado precio del transporte aéreo, la diferenciación del producto, es un aspecto que cooperaría a contrarrestar el impacto que tenga el alto precio en estos mercados, ya que muchas veces, a las personas no les importa pagar un poco más por un producto, siempre y cuando este sea un producto diferenciado que cuenta con muy alta calidad con respecto de los provenientes de los otros mercados.

#### **Categoría 4: Ingresos para los productores y el país.**

##### **Descripción**

Cómo de las categorías de análisis establecidas según las respuestas de cada uno de los entrevistados, se establece que uno de los beneficios que el país podría obtener si se posiciona el rambután en los mercados internacionales serían los ingresos tanto para los productores como para la economía del país en general. Lo anterior se comprueba en las siguientes respuestas:

- *“Que puede contribuir con los ingresos del país, y por ende en los ingresos de los productores”* (Entrevistado 1).
- *“(…) por supuesto un mayor ingreso a sus productores, y el país coloca otro producto más en el nivel de competencia en los mercados internacionales”* (Entrevistado 3).
- *“(…) de esta manera los productores tendrían mayores ingresos, además de incentivos en mejorar y aumentar su producción, y en otros casos que productores decidan diversificar y dedicar parte de sus inversiones en este producto* (Entrevistado 6).
- *“(…) aumentar el volumen de ventas ya que al empezar a vender en nuevos mercados donde la empresa nunca ha tenido actividad implica que el volumen de ventas aumentará. En consecuencia, el flujo de dinero o los ingresos también incrementarán”* (Entrevistado 8).

##### **Análisis**

Según lo expresado por los entrevistados, se ha determinado que uno de los beneficios que obtendría el país al exportar el rambután en los mercados internacionales, haciéndolo ya de manera

constante y enfocándose en esto, serían aun aumento en los ingresos de los productores del rambután, así como los ingresos que obtendría el país.

Según la información brindada por uno de los entrevistados, y de acuerdo con lo establecido por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, de determinó que para el año 2017, se calcula que el área total sembrada de rambután fue de 1.051 hectáreas en el nivel nacional, y se tuvo una producción estimada de 7.079 toneladas.

Los ingresos de más que obtendrían tanto los exportadores de rambután como el país, sería muy beneficioso para todos, actualmente los mayores productores de rambután son pequeñas empresas y simplemente productores que desean obtener un poco más de ingresos y solo venderlo en el mercado local, sin embargo, exportar rambután sería una gran oportunidad para que las pequeñas empresas crezcan cada vez más, sean cada vez más competentes y puedan consolidarse en algún momento como grandes exportadoras.

Por otro lado, el país por su parte se vería beneficiado por el aumento de divisas que existiría en el país producto de las exportaciones del rambután costarricense a los mercados internacionales. El aumento de las exportaciones, además de aumentar las divisas, brinda al país mayor competitividad en el nivel mundial y cooperara para que la balanza comercial sea positiva.

### **Categoría 5: Mayor diversificación de productos.**

#### **Descripción**

Otro de los beneficios que se producen por la exportación de rambután costarricense a los mercados internacionales, el cual se establece como una de las categorías de análisis es que en el momento que el país exporta nuevos productos al exterior existe una mayor diversificación de

estos, lo expresado sobre esta categoría se puede identificar en las siguientes opiniones de los entrevistados:

- *“Aumentar la cartera de productos costarricenses frescos ofrecidos en el nivel mundial, darnos a conocer por la excelencia del rambután costarricense. Apoyar a las empresas productoras para obtener alternativas de mejores precios cuando el precio local es bajo”* (Entrevistado 4).
- *“Se puede lograr una ampliación del mercado exportador y se logra una mejora de la calidad del producto debido a las exigencias que impone el mercado internacional”* (Entrevistado 5).
- *“Que exista mayor participación por parte de Costa Rica, que el país sea conocido como lo es ahorita con la piña, uno habla de Costa Rica y lo primero que hablan es de la piña, y el rambután tiene muchas propiedades importantes para posicionarse en otros países* (Entrevistado 7).

## **Análisis**

Se menciona el punto mayor diversificación de productos costarricenses en los mercados exteriores como uno de los beneficios que se obtendrían si los productores de rambután se enfocaran en la exportación del producto a nuevos mercados y si no solo lo vendieran a mercado local.

Costa Rica se identifica como uno de los principales países exportadores de café, banano, piña, textiles, componentes electrónicos, equipos médicos, entre otros, sin embargo, ampliar esta gama de productos exportables es muy beneficioso para el país, ya que según lo expresan los

entrevistados, esto generaría una mayor participación por parte de Costa Rica en los mercados internacionales ya que se caracterizaría el país por ofrecer buenos productos provenientes de Costa Rica. Si los productores logran diversificar el rambután respecto de los ofrecidos por los demás mercados y si identificaran este fruto como lo hacen con la piña costarricense, esto sería un éxito total, sin embargo, actualmente las exportaciones de rambután no tienen mucha importancia.

De acuerdo con lo mencionado en el marco referencial de la investigación por Ulloa (2016), para el año 2011 Costa Rica exportó 134 tipos de productos frescos, mientras que para el año 2016 se dio un aumento al exportar 158 tipos. Por otro lado, en estos mismos años, se ha dado un crecimiento de destinos de exportación de estos productos (p.48).

Lo mencionado en el párrafo anterior, es un aspecto positivo para el país, ya que se puede notar que ha existido participación por parte de los productores nacionales y la diversificación de productos frescos costarricenses en los mercados internacionales. Actualmente, el rambután es exportado a distintos mercados, sin embargo, existen muchos otros países a los cuales no han incursionado y donde existe oportunidad.

## **Categoría 6: Empleo.**

### **Descripción**

El empleo se estableció como otra de las categorías de análisis, según lo expresado por los entrevistados, este es otro de los factores beneficiosos que tendría el país si se posicionara el rambután en los mercados internacionales. Con respecto a esto, los entrevistados opinaron lo siguiente:

- *“Los beneficios son muchos, desde mayor empleo, mejores precios, personas destinando más tierra para este cultivo, llegar a ser país carbono neutro más rápido, una alternativa para la caída de la piña”* (Entrevistado 2).

- *“Uno de los principales beneficios es que genera más empleos para las personas”* (Entrevistado 3).
- *“Mayores fuentes de trabajo, reducción del riesgo porque las empresas que logran colocar sus productos en varios países quedan menos expuestas a los cambios cíclicos del mercado local, por lo tanto, aumenta la sustentabilidad del negocio en el largo plazo. Cultivar nuevos conocimientos y experiencias es una de las ventajas más valiosas de incursionar en el mercado internacional es el acceso a información sobre las nuevas tecnologías, métodos de comercialización y estrategias de los competidores extranjeros”* (Entrevistado 8).

## **Análisis**

El empleo es uno de los aspectos más importantes en un país, la muestra de la investigación ha determinado que uno de los beneficios más grandes que tendría el país al producir rambután para exportarlo en los mercados internacionales es que esto brindaría muchas fuentes de empleo en las zonas cercanas de donde se ubiquen estas empresas productoras, las cuales, normalmente son zonas no tan desarrolladas.

El brindar fuentes de empleo a estas personas, hace que por supuesto el país mejore su economía y las personas puedan tener una mejor calidad de vida, y esto produce un mejor desarrollo para las zonas donde están ubicados. Además de esto, estas personas son las encargadas del buen manejo y desarrollo del cultivo del rambután, algo indispensable para que las empresas puedan funcionar de la mejor manera.

Según la teoría de la investigación, se ha determinado que la región del país en donde se produce más rambután es en la Zona Sur del país, zona que como bien se sabe, no está muy

desarrollada, las fuentes de empleo están muy limitadas y sus habitantes son la mayoría del tiempo personas humildes. En este caso se está poniendo de ejemplo este caso, sin embargo, viéndolo desde el punto de vista que a todos los lugares donde se cultive el mamón chino, al intensificar esta producción y enfocarse en su exportación, las empresas van a necesitar mucha más mano de obra de la que tienen actualmente y por lo tanto genera mucho empleo en estas zonas, viéndose beneficiadas todas las partes.

### **Interpretación de Datos.**

Con respecto del análisis anterior, se pueden rescatar bastantes puntos importantes los cuales se determinaron como categorías para esta investigación, todo esto tomado de las unidades de análisis. De acuerdo con las respuestas de los entrevistados y con la teoría planteada en el Capítulo II de la Investigación, es que se ha logrado dar un mejor panorama de la situación vivida actualmente con el rambután costarricense.

Actualmente, Costa Rica es productor de rambután, sin embargo, el producto es cosechado más que todo para venderlo en el mercado local; las personas que cultivan el mamón chino son personas que desean obtener un ingreso extra que les ayude a mejorar con su economía actual. Se dedujo que, si las personas vivieran solo de los ingresos obtenidos por el fruto, no sería rentable. Se debe de contar con un ingreso fijo primero que todo para que el cultivo de mamón sea algo extra ya que no es tan rentable como se desearía.

Además de esto, al existir tanta oferta de rambután, la cual se vende solamente dentro del mercado local, se han dado cuenta que existe una baja muy marcada en los precios del rambután. Al inicio de la cosecha cuando hay aún poca oferta, es el momento donde se podría cobrar un poco más caro, sin embargo, en los últimos meses de cosecha, los precios del producto podrían llegar a ser muy bajos debido a la gran oferta que existe, y los productores deben venderlo casi regalados. Existe una saturación del mercado local, mientras que el mercado internacional falto de producto.

Se ha interpretado que muchos de los actuales productores del país, se han desmotivado bastante con respecto del cultivo del rambután por la razón que, como bien se sabe, el rambután al ser un producto estacional está en el mercado desde junio hasta octubre, y este tiempo es el que tienen los productores para vender todo su producto antes de cumplir el plazo de su corta vida.

A pesar de que a nivel local existe una sobreoferta de rambután costarricense, se ha interpretado que a nivel de exportación existe una oferta limitada del producto, esto se debe a la falta de motivación por parte de los productores nacionales quienes prefieren vender el producto a nivel local y muchas veces hasta perderlo, que animarse a exportarlo.

Actualmente, existe una poca participación del rambután costarricense en el mercado local, además de esto para el último año existió una reducción de las exportaciones de un 36%, una de las razones por las cuales existe poca participación es que el producto es estacional, además de ser un producto delicado en cuanto a manejo de este.

Se establece que existen pocas opciones de comercialización a nivel de mercado local en cuanto a al fruto del rambután, esto porque el producto solo es vendido como fruta en si y no es industrializado o comercializado en otras presentaciones para de esta manera diversificar las opciones de comercialización existentes y ampliar la oportunidad del producto cada vez más tanto a nivel local como internacional.

Existe dificultad a la hora de exportar el producto, esto debido a los lineamientos que se deben de cumplir a la hora de la exportación, además, por ejemplo, que vayan libre de plagas, el cumplimiento de las normas fitosanitarias, se corre el riesgo de que a la hora de enviar el producto pueda ser devuelto en los aeropuertos y se llegue a perder el producto. Estos son unos de los motivos por los cuales las empresas productoras no se animan a exportar el rambután costarricense a los mercados internacionales.

Los mercados donde más se exporta rambután actualmente, es a Nicaragua, El Salvador, Estados Unidos, Honduras, Canadá, Alemania y Chile. En los años anteriores, las exportaciones de rambután habían aumentado, sin embargo, para el año 2017, estas bajaron notablemente; esto deja en descubierto que, existen factores desmotivantes que han hecho que bajen las exportaciones. Se puede notar que la mayoría de los países a donde se exporta son países relativamente cercanos a Costa Rica, por ejemplo, no existe alto porcentaje de exportación a los países de la Unión Europea y esto debería evaluarse ya que podría ser una gran oportunidad para el rambután costarricense.

Existe un factor muy importante el cual afecta mucho a las exportaciones de Costa Rica, como bien se sabe, a los mercados exteriores, llega el producto con mejores precios que el proveniente de Costa Rica; factor que afecta muchísimo al país, esto se debe a que por ejemplo los países asiáticos están más cerca de la Unión Europea y por lo tanto los fletes y demás factores son mucho más cómodos que los que ofrece Costa Rica. El problema que tiene el país radica en que el rambután al ser un producto perecedero necesita ser enviado vía aérea para que llegue fresco y en óptimas condiciones al destino, sin embargo, los vuelos son extremadamente caros, haciendo el producto incompetente ante otros países, debido al alto precio que se maneja.

Los productores costarricenses sí están capacitados para suplir los mercados internacionales que se deseen abarcar, ya que actualmente existe una sobreoferta para el mercado local, por lo tanto, podrían abastecer los mercados. Es importante velar por brindar una calidad excelente del producto y que esté siempre libre de plagas y defectos. El único problema existente es que la época de rambután es de solo cuatro meses, por lo que deben explotar al máximo este tiempo para obtener lo mejor y las mayores cantidades del producto.

Existe un grave problema, el cual ya ha sido mencionado anteriormente, este es que, el rambután al tener una vida tan corta debe de ser transportado por vía aérea a los diferentes mercados. El costo de este transporte es extremadamente caro, y según mencionaban los entrevistados, muchas veces puede que los mercados hagan solicitudes de producto, pero las

opciones de aerolíneas son muy pocas y además de esto, muchas veces no tienen espacio para transportar grandes cantidades de producto lo que entorpece el proceso y encarece el producto de sobremanera.

Se puede interpretar que el rambután no es un cultivo relativamente importante dentro del mercado local, es importante que tanto los productores como las entidades nacionales, le den al rambután costarricense importancia y se puedan enfocar en su máxima explotación, debido a que presenta amplio potencial en los mercados internacionales.

Es muy importante la búsqueda de nuevos mercados internacionales con quienes establecer relaciones comerciales, sean mercados atractivos, los cuales sean constantes y traigan beneficios tanto a los productores como al país. Es muy importante realizar el estudio respectivo a cada uno de estos mercados para asegurar que las negociaciones sean exitosas.

Costa Rica posee una excelente calidad de rambután; todos los entrevistados concordaron con que existe una buena tierra y que la calidad del producto es alta; por lo que sí puede cumplir con las exigencias y estándares establecidos por los mercados internacionales. Se sabe que el país debe trabajar mucho en la diferenciación del producto, para que este sea sobresaliente con respecto del rambután producido por otros mercados. Es importante trabajar en el tamaño del fruto, en el color rojo, en el desprendimiento fácil del fruto con la semilla, limpieza del producto, carencia de plagas y otros factores importantes para los consumidores. Se pretende que Costa Rica sea reconocido por el mamón chino como lo es por la piña en los mercados internacionales.

Por el análisis realizado, se ha interpretado que el rambután costarricense sí tiene mucho potencial en los mercados internacionales; es un fruto exótico, llamativo para las personas que les gusta probar cosas nuevas, además de esto, el rambután posee muchos beneficios para las personas que lo consumen. Es muy buscado por los asiáticos y tailandeses y personas por lo tanto ni siquiera hay que promocionarlo demasiado en algunos países. En un país como Chile, que es un producto

un poco más nuevo, se debe de trabajar más en la promoción, sin embargo, el producto sí se vende bien. Para los productores costarricenses de rambután, solo el saber que el producto tiene potencial comercial, esto debería de ser una gran motivación para llevarlo a estos mercados.

Si los productores se enfocaran en la exportación del producto a los mercados internacionales, esto traería muchos beneficios no solo para ellos, sino también para el país; uno de los beneficios sería el aumento de los ingresos que tendrían los productores, exportadores y el país. El exportar el rambután daría a las pequeñas empresas además de ingresos económicos, oportunidad de crecimiento y de competir en los mercados internacionales. Al país por su parte, le incrementaría la entrada de divisas, cosa que beneficia ya que se controla el precio del dólar, coopera con que haya una balanza positiva de las exportaciones.

Otro de los aspectos, y tal vez de los más importantes al posicionar el producto en los mercados internacionales, es que se ampliaría la oferta de empleo en el país, lo que se ve reflejado en la mejora de la economía tanto de las personas; las empresas obtendrían la mano de obra necesaria para lograr producir y preparar el producto para la exportación.

Por último, se interpreta que el rambután costarricense tiene oportunidad de comercialización en los mercados internacionales, y ese potencial que afirman los entrevistados, debe de ser explotado por los productores actuales de rambután en el país; ya que como se analizó anteriormente, a pesar de que en el nivel local existe mucho producto y a veces hasta se desperdicia; existen muy pocas exportaciones de este por lo que sería una excelente oportunidad llevar este producto a los mercados internacionales de manera de Costa Rica se posicione como uno de los países productores y exportadores del mejor rambután en el nivel mundial.

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones de la Investigación**

Se concluye que el rambután es un fruto estacional, el cual, en Costa Rica la época de producción va desde el mes de junio hasta el mes de octubre de cada año.

Los productores de rambután de Costa Rica son en su mayoría, productores, los cuales no toman en cuenta el cultivo de rambután como su prioridad, sino que, normalmente cultivan este fruto y lo toman solamente para obtener un ingreso extra.

Existe una saturación en el mercado local en la época de venta de rambután; como resultado de esto, el precio del producto cae.

En los últimos años, los mercados donde más se ha exportado el rambután costarricense ha sido principalmente a Nicaragua, El Salvador, Estados Unidos, Honduras, Canadá, Alemania, Chile y otros. En el último año ha existió una baja muy notable en cuanto a cantidad en la exportación de rambután hacia estos mercados.

Existe una oferta limitada en cuanto a la exportación de rambután costarricense a los mercados internacionales.

Existe poca participación del rambután en el mercado local y esto se debe a que es un producto estacional.

Se concluye que las opciones de comercialización del rambutan en el mercado local son muy pocas.

Además de esto, se establece que existe dificultad a la hora de exportar el rambután a los mercados internacionales, debido al cumplimiento de los distintos lineamientos establecidos y a la rigurosidad con el producto en los aeropuertos.

Un punto importante, que influye en las exportaciones costarricenses, es que el país tiene la desventaja de que el transporte aéreo es muy caro y el rambután al ser un producto perecedero debe de ser manejado vía aérea.

Se concluye que, el país sí se encuentra capacitado para ofertar a los mercados internacionales todo el rambután que ellos demandan.

Existen actualmente desventajas en la logística para la exportación del producto.

Para el año 2017, la producción de rambután costarricense fue muy poca dentro del mercado local.

El cultivo de rambután no es un cultivo de relevancia para el país.

Es importante que, a la hora de exportar el rambután, se realice un respectivo estudio a los mercados que se desean abarcar, con el objetivo de encontrar buenos socios comerciales.

Los productores costarricenses de rambután, si están preparados para cumplir con la calidad y las exigencias requeridas por los mercados internacionales.

El rambután costarricense muestra que tiene gran potencial comercial en los mercados internacionales.

Como otra conclusión, se determinó que los productores costarricenses al trabajar en la diferenciación del producto, por ejemplo, en color, sabor, tamaño, textura y otros.

Se concluye que, al exportar rambután costarricense en los distintos mercados internacionales, se crean beneficios, por ejemplo, tanto el país como los productores de mamón chino obtendrían cada vez mayores ingresos y su economía se mejoraría.

Otro punto importante por tomar en cuenta es que al aumentar las exportaciones Costa Rica se beneficia debido al ingreso de divisas.

Otro punto de beneficio sería que Costa Rica logra diversificar cada vez más la gama de productos que ofrece a los mercados internacionales.

Además de lo mencionado anteriormente, otro de los beneficios para el país al exportar al producto de rambután, sería que las empresas productoras brindarían a las personas de las zonas cercanas mayores fuentes de empleo.

## **Recomendaciones**

Se le recomienda al Gobierno de la República de Costa Rica que por medio de sus instituciones: la Promotora de Comercio Exterior y el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica, realicen capacitaciones y charlas informativas sobre las oportunidades comerciales que presenta el rambután costarricense en los mercados internacionales, para que de esta manera, las empresas se motiven en mejorar el cultivo y exportar más el producto, esto con el fin de aumentar las exportaciones del país y explotar el potencial comercial del rambután en el nivel internacional.

Se le recomienda a la Promotora de Comercio Exterior:

Que por medio de la oficina Promotora del Sector Agrícola, se desarrolle un estudio exhaustivo enfocado en el comportamiento del rambután en los mercados internacionales, esto para que muestre a los productores costarricenses las oportunidades de comercialización existentes con respecto al producto en el exterior; se espera una reacción motivacional por parte de los productores y exportadores para que se enfoquen en suplir la demanda de rambután existente en esos mercados.

El desarrollo de un estudio, el cual permita a los productores nacionales, observar un mejor panorama sobre los países con los cuales Costa Rica tiene tratados de libre comercio vigentes y donde existan beneficios y preferencias arancelarias a la hora de exportar el rambután, esto con el objetivo de que los productores abran su mente y vean las oportunidades comerciales y los beneficios con los tratados que posee el rambután en los mercados internacionales; con el desarrollo de ese estudio se espera que los productores se motiven cada vez más a exportar el rambután a nuevos mercados internacionales.

Se les recomienda a los productores de rambután en Costa Rica:

Que, por medio de la Promotora de Comercio Exterior, se informen y se capaciten sobre el comportamiento que ha tenido el rambután costarricense en los últimos años, internacionalmente, esto con el objetivo de que vean el potencial comercial que tiene el producto en los mercados internacionales, y para que de esta manera se animen a llevar el producto a estos mercados donde exista oportunidad, de manera que, tanto el productor como los mercados internacionales se vean beneficiados por la exportación del producto.

Buscar información por medio del Ministerio de Agricultura y Ganadería, y capacitarse, de manera que estén totalmente informados sobre cómo deben de cumplir con los procesos de cultivo de rambután, con el objetivo de que se verifiquen los buenos procesos y la calidad del producto que se pretende exportar, para de esta manera lograr abarcar los mercados internacionales con un producto diferenciado ante los demás países y siempre cumpliendo con los estándares de calidad establecidos.

Buscar nuevas alternativas para darle un valor agregado al rambután creando por ejemplo jaleas, helados, jugos, aderezos, y demás productos que se puedan desarrollar con base de rambután, de manera que sea una nueva oportunidad de negocio para sus productores, esto con el objetivo de aprovechar más el producto y explotarlo al máximo tanto en el mercado nacional como en el internacional, esto lograría que el rambután se posicionara como una fruta más común en los mercados lo que daría como resultado mayor demanda del producto, y esto aumentaría también las exportaciones no solo del rambután como fruta, sino también de sus productos con valor agregado.

Se le recomienda al Ministerio de Agricultura y Ganadería, que realice capacitaciones que orienten al productor nacional de rambután; de manera que les permita conocer más sobre los métodos de cultivo del producto, e innovar para que no produzcan un fruto de baja sino de alta calidad, que manejen un cultivo sostenible con el ambiente, lo más orgánico posible y esté siempre libre de plagas, apegándose cada vez más a las nuevas tendencias de consumo mundial, esto lograría que las empresas productoras aumenten la oferta exportable del país y que se ofrezca un producto de muy alta calidad.

Se le recomienda al Servicio Fitosanitario del Estado Costarricense, dar charlas instructivas que informen a los productores costarricenses de rambután, sobre las normas fitosanitarias que deben de cumplir al querer incursionar en los diferentes mercados internacionales, esto con el objetivo de que los productores locales conozcan bien las normas solicitadas por los diferentes países y preparen el producto de la manera correcta, esto lograría que no exista problema alguno que entorpezca el proceso a la hora de la exportación.

## REFERENCIAS

### Sitios web

Bioleafy. (20/10/2016). ¿Qué es el rambután? Recuperado de:  
<https://bioleafy.com/blog/articulos/que-es-el-rambutan/>

Costa Fresh Costa Rica. (15/12/2017). Rambután. Recuperado de:  
<http://www.costafresh.co.cr/productos/rambutan/>

Crece Negocios. (2013). Definición de Diferenciación. Recuperado de:  
<https://www.crecenegocios.com/la-diferenciacion/>

DICYT. (11/06/2012). El rambután, fruta cultivada en Costa Rica para satisfacer los mercados mundiales exigentes. Recuperado de:  
<http://www.dicyt.com/viewNews.php?newsId=25330>

Elmundo.CR. (07/09/2017). UCR desarrolla productos innovadores del rambután o mamón chino. Recuperado de: <https://www.elmundo.cr/ucr-desarrolla-productos-innovadores-del-rambutan-mamon-chino/>

LaGente. (17/07/2009). Mayores productores de rambután en la región: los ticos. Recuperado de: <http://www.radiolaprimerisima.com/noticias/56853/mayores-productores-de-rambutan-en-la-region-los-ticos/>

La Prensa. (11/03/2016). El rambután se posiciona en los mercados de Estados Unidos y Europa.

Recuperado de: <http://www.laprensa.hn/economia/939026-410/el-rambut%C3%A1n-se-posiciona-en-los-mercados-de-estados-unidos-y-europa>

La Prensa. (06/03/2012). Perú impone requisito fitosanitario a Costa Rica. Recuperado de:

[https://impresa.prensa.com/economia/Peru-requisito-fitosanitario-Costa-Rica\\_0\\_3335666542.html](https://impresa.prensa.com/economia/Peru-requisito-fitosanitario-Costa-Rica_0_3335666542.html)

Ministerios de Agricultura y Ganadería (MAG). (2008-2010). Plan estratégico de la cadena

productiva del rambután. Recuperado de: <http://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/E70-4288.pdf>

Montevideo Portal. (04/02/2016). Conoce las propiedades saludables del rambután. Recuperado

de: <http://www.montevideo.com.uy/Mujer/Conoce-las-propiedades-saludables-del-rambutan-uc298590>

Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura (FAO). (10/10/2014).

150 productores de la zona sur producirán siete nuevos productos agroindustriales a partir del rambután. Recuperado de: <http://www.fao.org/americas/noticias/ver/es/c/260002/>

Organización de Naciones Unidas para Alimentación y Agricultura (FAO). (12/08/2013). FAO y

UCR desarrollan nuevos productos alimenticios a partir del frijol y el rambután. Recuperado de: <http://www.fao.org/americas/noticias/ver/pt/c/230251/>

PerezZeledón.net. (06/09/2017). El mamón chino se convierte en el nuevo grano de oro de la

zona sur. Recuperado de: <http://www.perezzeledon.net/el-mamon-chino-se-convierte-en-el-nuevo-grano-de-oro-de-los-agricultores-de-la-zona-sur/>

Portalfruticola. (10/03/2014). Costa Rica comenzaría a exportar rambután a Chile. Recuperado de <https://www.portalfruticola.com/noticias/2014/03/10/costa-rica-comenzaria-a-exportar-rambutan-a-chile-en-2014/>

Productos Agropecuarios VISA. (05/01/2018). Mamón Chino. Recuperado de:

<http://visasa.com/2016/05/25/dulce-rambutan/>

Promotora de Comercio Exterior. (09/10/2012). Cómo prolongar la frescura del rambután. Recuperado de:

[https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Cmo\\_prolongar\\_la\\_frescura\\_del\\_rambutan](https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Cmo_prolongar_la_frescura_del_rambutan)

Promotora de Comercio Exterior. (2016). Exportaciones según sector productivo. Recuperado de: [https://procomer.com/downloads/estudios/estudio\\_estadistico\\_2016/Capitulo2.pdf](https://procomer.com/downloads/estudios/estudio_estadistico_2016/Capitulo2.pdf)

Promotora de Comercio Exterior. (2017). Comportamiento de las exportaciones a noviembre 2017. Recuperado de:

<http://www.centralamericadata.com/docs/ExportacionCRNov2017.pdf>

Promotora de Comercio Exterior. (13/06/2017). El rambután está dejando de ser percibido como un producto étnico en EE. UU. Recuperado de: <https://www.procomer.com/es/alertas-comerciales/el-rambutan-esta-dejando-de-ser-percibido-como-un-producto-etnico-en-eeuu>

Promotora de Comercio Exterior. (14/08/2017). Aumenta la producción y la importación de frutas tropicales a Turquía. Recuperado de: <https://www.procomer.com/es/alertas-comerciales/aumenta-la-produccion-y-la-importacion-de-frutas-tropicales-en-turquia>

Real Académica Española. (2018). Concepto de Situación. Recuperado de:  
<https://definicion.de/situacion/>

Real Académica Española. (2018). Concepto de Demanda. Recuperado de:  
<https://definicion.de/demanda/>

Real Académica Española. (2018). Concepto de Logística. Recuperado de:  
<https://definicion.de/logistica/>

Zuluaga. (2012). Concepto de Estacionalidad. Recuperado de:

<http://jfzuluaga.com/la-estacionalidad-en-los-productos-de-conocimiento/>

### **Documento de Sitios Web**

Chacón, M. (2010). Promotora de Comercio Exterior. Oportunidades en el mercado de Canadá para la piña, el mango, papaya, tomate, chiles y salsas. Recuperado de:  
[http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/IC-IM-10-2010\\_Oportunidades\\_en\\_el\\_mercado\\_de\\_Canada\\_pina\\_mango\\_papaya\\_tomate\\_chiles\\_salsas.pdf](http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/IC-IM-10-2010_Oportunidades_en_el_mercado_de_Canada_pina_mango_papaya_tomate_chiles_salsas.pdf)

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2007). Guía práctica para la exportación de rambután a EE.UU. Recuperado de:  
<http://orton.catie.ac.cr/repdoc/A4752e/A4752e.pdf>

López, K. (2011). Promotora de Comercio Exterior. Oportunidad para productos frescos en la costa noreste de Estados Unidos. Recuperado de:

<https://procomer.com/uploads/downloads/88a81e5f66c66e1eda88aa325efae5ea0acbe1fb.pdf>

López, K. (2016). Promotora de Comercio Exterior. Turquía: potencial de mercado para frutas tropicales y alimentos costarricenses. Recuperado de: [http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Turquia\\_Potencial%20del%20mercado%20para%20frutas%20tropicales%20y%20alimentos%20procesados.pdf](http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Turquia_Potencial%20del%20mercado%20para%20frutas%20tropicales%20y%20alimentos%20procesados.pdf)

Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura (FAO). (2005).

Norma para el rambután. Recuperado de: [http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/es/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252Fstandards%252FCODEX%2B246-2005%252FCXS\\_246s.pdf](http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/es/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252Fstandards%252FCODEX%2B246-2005%252FCXS_246s.pdf)

Ulloa, E. (2016). Promotora de Comercio Exterior. Oportunidades de comercialización de productos agrícolas incipientes. Recuperado de:

<https://www.procomer.com/uploads/downloads/f62761458ba1270c78d0d69f8c0d341229912033.pdf>

Vargas, A. (2003). Universidad de Costa Rica. Descripción morfológica y nutricional del fruto

del rambután (*nephelium lappaceum*). Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/26507443\\_Descripcion\\_morfologica\\_y\\_nutricional\\_del\\_fruto\\_de\\_Rambutan\\_nephelium\\_lappaceum](https://www.researchgate.net/publication/26507443_Descripcion_morfologica_y_nutricional_del_fruto_de_Rambutan_nephelium_lappaceum)

## Libros

Hernández R, Fernández C y Baptista P. (2014). Metodología de la Investigación. (Sexta Edición). México DF. MacGraw-Hill.

Mendoza J y Ramírez L. (1998). El potencial económico de productos agropecuarios comercialmente no tradicionales. México.

## Periódicos en Línea

Arias, Juan Pablo. (17/07/2015). Costa Rica exportará mamón chino a Chile. Cr Hoy. Recuperado de: <http://www.crhoy.com/archivo/costa-rica-exportara-mamon-chino-a-chile/economia/>

Ávila, L. (18/11/2017). Exportaciones a Europa registran su mayor crecimiento en diez años. El Financiero. Recuperado de: <https://www.elfinancierocr.com/economia-y-politica/exportaciones-a-europa-registran-su-mayor/2QMALSLZ6VEPVJDPHZO6GFCHCI/story/>

Barrantes, A. (16/08/2012). Tecnológico convierte el mamón chino en helados. La Nación. Recuperado de: <https://www.nacion.com/archivo/tecnologico-convierte-el-mamon-chino-en-helados/UJGDCR5LOVAM5JTCHGBQGX5NT4/story/>

Editorial. (30/07/2017). Beneficios del comercio internacional. La Nación. Recuperado de: <https://www.nacion.com/opinion/editorial/beneficios-del-comercio-internacional/KPTFHQUMNVDFHPMUK6CLIUHZLA/story/>

## **Estudios**

Argueta, R. (2008). Requisitos para lograr exportar rambután de Guatemala a Estados Unidos de Norteamérica. (Tesis de Licenciatura) Administración de empresas con especialidad en Negocios Internacionales. Guatemala.

Ávila, H; Martínez, L; Sánchez, V; Vásquez, N; Vásquez, J. (2006). Diagnóstico del sistema de producción del rambután (*Nephelium lappaceum*) en la región Soconusco, Chiapas. (Reporte del trabajo de campo) Ingeniero agrónomo especialista en zonas tropicales. Chiapas México.

García, A. (2006). Perfil de mercado para el sector de productores y exportadores de rambután *Nephelium lappaceum* en Honduras. (Académico de Licenciatura) Ingeniería en Gestión de Agronegocios. Zamorano, Honduras.

Laurent, J. (2011). Competitividad de la agrocadena de fruta fresca de rambután (*Nephelium lappaceum*) en Costa Rica. (Informe Final) Escuela de Ciencias Exactas y Naturales. Centro Universitario Neily. Costa Rica.

Maridueña, M; Moreno, M; Villafuente, G. (2010). Proyecto para la exportación de rambután (achiotillo) a la comunidad económica europea. (Proyecto de Grado) Economía en gestión empresarial y especialización finanzas. Guayaquil, Ecuador.

## **Revista**

Conejo, K. (2014). INTA desarrolla proyecto que estudia el rambután para mejorar su

exportación. Recuperado de: <https://revistaproagro.com/inta-desarrolla-proyecto-que-estudia-el-rambutan-para-mejorar-su-calidad-de-exportacion/>

## APÉNDICES

### APÉNDICE A. Cuestionario

#### Universidad Internacional de las Américas

#### **Tema: Potencial comercial que presenta el rambután costarricense en los mercados internacionales**

Estimado entrevistado, mi nombre es Nicole Murillo Rodríguez, estudiante de la Universidad Internacional de las Américas, carné 130082, actualmente estoy desarrollando mi proyecto de graduación para optar por el grado académico de Licenciatura en Comercio Internacional.

Agradezco de antemano su colaboración durante la entrevista, la información brindada por su persona es confidencial y solamente para fines académicos. Todo lo comentado durante la entrevista, es de gran importancia, ya que esto va a permitir concluir con la investigación actual.

1. Según su conocimiento, ¿cuál es la participación que tiene el rambután en el mercado nacional, esto en cuanto a producción y demanda del mercado?
2. En su opinión, ¿los productores costarricenses de rambután se dedican al máximo a la producción de este, o lo utilizan solo como una opción para recibir algún ingreso extra y venderlo en el mercado local?
3. Según su opinión, ¿la mayoría de las empresas productoras de rambután, comercializan el producto solo en el mercado nacional o exportan el producto en su mayoría?

4. Según su conocimiento, ¿Cuáles son los principales destinos de exportación de rambután costarricense y cuál ha sido el comportamiento de las exportaciones costarricenses en estos mercados?
5. De acuerdo con su experiencia, ¿cree usted que los productores costarricenses, han estado preparados para suplir la demanda existente de los mercados internacionales?
6. Según su opinión, ¿cree usted que en los últimos años las exportaciones de rambután costarricense han presentado un crecimiento constante, o, por el contrario, ha existido un estancamiento de las exportaciones de rambután hacia mercados internacionales?
7. ¿Cree usted que la producción del rambután costarricense cumple con la calidad y las condiciones necesarias para satisfacer las necesidades de los mercados internacionales?  
¿Por qué?
8. ¿Cree usted que el rambután costarricense, tenga potencial comercial en los mercados internacionales? ¿Por qué?
9. Según su experiencia, ¿Cuáles serían los beneficios que obtendría el país, al posicionar este producto en los mercados internacionales?