

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS  
VICERRECTORÍA ACADÉMICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE RELACIONES INTERNACIONALES**

**ANÁLISIS DE LOS RETOS Y OPORTUNIDADES DE LA  
EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS INCIPIENTES DESDE LA  
REPÚBLICA DE COSTA RICA HACIA EL MERCADO  
CANADIENSE: EL CASO DEL RAMBUTÁN (MAMÓN CHINO)  
Y SUS DERIVADOS PARA EL PERIODO 2017-2021**

**TESIS DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIATURA EN RELACIONES  
INTERNACIONALES CON ÉNFASIS EN COMERCIO EXTERIOR**

**AUTORA**

**MARÍA FERNANDA ASTÚA ATMETLLA**

**TUTORA**

**ANDOLYN ACUÑA MONGE**

**SEDE ARANJUEZ**

**ABRIL, 2023**

## CONTENIDO

DEDICATORIA .....	7
AGRADECIMIENTO .....	8
RESUMEN .....	9
CAPÍTULO I: PROBLEMA.....	11
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	11
1.2 OBJETIVOS .....	16
1.2.1 <i>Objetivo General</i> .....	16
1.2.2 <i>Objetivos específicos</i> .....	16
1.3 JUSTIFICACIÓN .....	17
1.4 ANTECEDENTES .....	20
1.5 PROYECCIONES .....	38
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO.....	39
2.1 PRODUCTO INCIPIENTE .....	39
2.2 EL RAMBUTÁN.....	40
2.2.1 <i>Descripción botánica</i> .....	40
2.2.2 <i>Descripción del fruto</i> .....	40
2.2.3 <i>Valor Nutricional del rambután</i> .....	41
2.2.4 <i>Varietades del rambután</i> .....	43
2.2.5 <i>Propagación del rambután</i> .....	44
2.2.6 <i>Cultivo del rambután</i> .....	44
2.2.7 <i>Condiciones del terreno</i> .....	45
2.2.8 <i>Control de malezas y poda</i> .....	45
2.2.9 <i>Cosecha</i> .....	45
2.2.10 <i>Empaque del rambután</i> .....	45
2.2.11 <i>Clasificación del rambután según CODEX</i> .....	46
2.3 DISPOSICIONES DE PRESENTACIÓN.....	47
2.3.1 <i>Formas de presentación del rambután</i> .....	47
2.4 DERIVADOS.....	47
2.4.1 <i>Ramboost</i> .....	48
2.4.2 <i>Barra de cereal con Ramboost</i> .....	48
2.4.3 <i>Rambután en almíbar</i> .....	48
2.4.4 <i>Rambután deshidratado</i> .....	49
2.4.5 <i>Chips de rambután</i> .....	50
2.4.6 <i>Bebidas con sabor a rambután</i> .....	50
2.4.7 <i>Rambután empacado al vacío</i> .....	51
2.4.8 <i>Dátiles de rambután</i> .....	52
2.4.9 <i>Helado de rambután</i> .....	53
2.4.10 <i>Yogurt de rambután</i> .....	53
2.4.11 <i>Rambután liofilizado</i> .....	53
2.4.12 <i>Productos de cuidado del cuerpo, piel o cabello</i> .....	54
2.5 POLÍTICA EXTERIOR .....	55
2.5.1 <i>Política Comercial Externa</i> .....	55
2.6 PLAN NACIONAL DE DESARROLLO.....	56
2.6.1 <i>Plan Nacional de Desarrollo 2015-2018 “Alberto Cañas Escalante”</i> .....	56
2.6.2 <i>Plan Nacional de Desarrollo y de Inversión Pública del Bicentenario 2019-2022</i> .....	57
2.7 RELACIONES CON CANADÁ.....	58
2.7.1 <i>Relaciones Diplomáticas</i> .....	58
2.7.2 <i>Tratado de Libre Comercio</i> .....	59
2.7.3 <i>Relación comercial Costa Rica-Canadá</i> .....	60
2.8 COMERCIO EXTERIOR .....	62

2.8.1 Comercio Exterior de Costa Rica.....	63
2.8.2 Promoción del Rambután.....	63
<b>2.9 INSTITUCIONES INVOLUCRADAS EN EL COMERCIO EXTERIOR.....</b>	<b>66</b>
2.9.1 Ministerio de Comercio Exterior (COMEX).....	66
2.9.2 Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER).....	66
2.9.3 Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE).....	68
2.9.4 Ministerio de Salud.....	69
2.9.5 Ministerio de Industria y Ganadería.....	70
2.9.6 Documentos del Servicio Fitosanitario del Estado relacionados a la exportación del rambután.....	71
<b>2.10 ORGANISMOS INTERNACIONALES DEL COMERCIO.....</b>	<b>72</b>
2.10.1 Organización Mundial del Comercio.....	72
2.10.2 Normativa Internacional.....	72
<b>2.11 CONCEPTOS RELACIONADOS A LA EXPORTACIÓN.....</b>	<b>74</b>
2.11.1 Arancel.....	74
2.11.2 Barreras no arancelarias.....	75
2.11.3 Certificaciones.....	75
2.11.4 Certificado Fitosanitario.....	75
2.11.5 Certificación Orgánica.....	76
2.11.6 Certificación Global Gap.....	77
2.11.7 Marca País: Esencial Costa Rica.....	78
2.11.8 Logística.....	78
2.11.9 Transporte.....	79
2.11.10 Envase, empaque y embalaje.....	80
<b>2.12 REQUISITOS PARA EXPORTAR DESDE COSTA RICA.....</b>	<b>80</b>
<b>2.13 REQUISITOS DEL INGRESO A CANADÁ.....</b>	<b>82</b>
2.13.1 Requisitos Arancelarios.....	82
2.13.2 Requisitos No Arancelarios.....	82
<b>2.14 LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN A CANADÁ.....</b>	<b>84</b>
<b>CAPÍTULO 3: MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>86</b>
3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	86
3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	87
3.3 FUENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	88
3.3.1 Fuentes Primarias.....	89
3.3.2 Fuentes Secundarias.....	89
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	90
3.5 UNIDADES DE ANÁLISIS.....	94
3.6 INSTRUMENTOS.....	96
3.6.1 Revisión Bibliográfica.....	96
3.6.2 Entrevista.....	97
3.7 PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	98
<b>CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....</b>	<b>100</b>
<b>4.1 UNIDAD DE ANÁLISIS 1: BARRERAS AL COMERCIO Y CERTIFICACIONES INTERNACIONALES.....</b>	<b>101</b>
4.1.1 Categoría 1: Costo del transporte.....	102
4.1.2 Categoría 2: Barreras de información.....	105
4.1.3 Categoría 3: Aranceles.....	107
4.1.4 Categoría 4: Dificultades para Industrializar.....	109
4.1.5 Categoría 5: Medidas Fitosanitarias.....	112
4.1.6 Categoría 6: Certificaciones e inscripciones.....	114
<b>4.2 UNIDAD DE ANÁLISIS 2: VALOR AGREGADO DEL RAMBUTÁN Y SUS DERIVADOS.....</b>	<b>117</b>
4.2.1 Categoría 1: Calidad.....	117
4.2.2 Categoría 2: Industrialización.....	121
4.2.3 Categoría 3: Diferenciadores.....	123
4.2.4 Categoría 4: Productos dulces.....	125
4.2.5 Categoría 5: Productos secos.....	128

4.2.6 Categoría 6: <i>Bebidas</i> .....	129
<b>4.3 UNIDAD DE ANÁLISIS 3: DEBILIDADES Y FORTALEZAS DE LA EXPORTACIÓN DE RAMBUTÁN</b> .....	<b>131</b>
4.3.1 <i>Categoría 1: Errores</i> .....	132
4.3.2 <i>Categoría 2: Medios de Transporte Internacional</i> .....	134
4.3.3 <i>Categoría 3: Clima y distribución geográfica</i> .....	136
4.3.4 <i>Categoría 4: Fenómenos climáticos</i> .....	138
4.3.5 <i>Categoría 5: Producto perecedero</i> .....	140
4.3.6 <i>Categoría 6: Capacidad de producción y sobre-oferta</i> .....	142
4.3.7 <i>Categoría 7: Relaciones con Canadá</i> .....	144
4.3.8 <i>Categoría 8: Mala organización y Acompañamiento</i> .....	146
4.3.9 <i>Categoría 9: Plagas</i> .....	148
4.3.10 <i>Categoría 10: Consumidor Seleccionado</i> .....	151
4.3.11 <i>Categoría 11: Competencia Internacional</i> .....	153
4.3.12 <i>Categoría 12: Infraestructura logística</i> .....	155
<b>4.4 UNIDAD DE ANÁLISIS 4: PLAN DE EXPORTACIÓN</b> .....	<b>156</b>
4.4.1 <i>Categoría 1: Pautas para la exportación</i> .....	156
<b>4.5 INTERPRETACIÓN DE DATOS</b> .....	<b>160</b>
<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>163</b>
5.1 CONCLUSIONES .....	163
5.2 RECOMENDACIONES .....	166
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>169</b>
<b>APÉNDICES</b> .....	<b>179</b>

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>ILUSTRACIÓN 1 FRUTO DEL RAMBUTÁN .....</b>	<b>41</b>
<b>ILUSTRACIÓN 2 VALOR NUTRICIONAL DEL RAMBUTÁN .....</b>	<b>42</b>
<b>ILUSTRACIÓN 3 RAMBUTÁN DESHIDRATADO COSTARRICENSE.....</b>	<b>50</b>
<b>ILUSTRACIÓN 4 RAMBUTÁN COSTARRICENSE EMPACADO AL VACÍO .....</b>	<b>52</b>
<b>ILUSTRACIÓN 5 CREMA DESINTOXICANTE DEL GRUPO ALFAPARF .....</b>	<b>54</b>
<b>ILUSTRACIÓN 6 INTERCAMBIO COMERCIAL DE COSTA RICA Y CANADÁ .....</b>	<b>61</b>
<b>ILUSTRACIÓN 7 REQUISITOS DE ETIQUETADO Y ENVASADO PARA EL INGRESO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS A CANADÁ .....</b>	<b>84</b>

**ÍNDICE DE TABLAS**

<b>TABLA 1</b> VARIEDADES DEL RAMBUTÁN PRESENTES EN COSTA RICA .....	43
<b>TABLA 2</b> MUESTRA POBLACIONAL .....	91
<b>TABLA 3</b> UNIDADES DE ANÁLISIS.....	94
<b>TABLA 4</b> UNIDADES DE ANÁLISIS.....	100

## **DEDICATORIA**

Esta tesis se la dedico a mis padres, Ivannia y Adrián por el incondicional apoyo en toda mi trayectoria estudiantil, haciendo posible poder concluir mis estudios de forma satisfactoria. Además a mi hermano Adrián por su el acompañamiento a lo largo de todas las facetas estudiantiles que hemos atravesado juntos.

Por último, esta tesis también se la dedico al sector productor y exportador del rambután, ya que pese a las dificultades y obstáculos en el camino, han logrado salir adelante con un cultivo no tradicional para el país. Espero que este material en favor del gremio sea de utilidad para diversificar la producción y obtener mejores oportunidades en el mercado internacional.

## AGRADECIMIENTO

Primeramente, quiero agradecerle a Dios por permitirme llegar hasta aquí, haciendo posible culminar con éxito esta nueva etapa universitaria.

A su vez, agradezco el apoyo de Fernando Ramírez y mi tutora Andolyn Acuña, pilares incondicionales para poder navegar todos los procesos en la universidad. Sin su apoyo, esta tesis no hubiese sido posible.

Agradezco también profundamente a todos los productores, exportadores, profesionales y demás expertos que amablemente contribuyeron a esta tesis accediendo a las entrevistas que permitieron fundamentar los resultados y conclusiones de esta investigación.

También, me gustaría agradecer a todos aquellos amigos, amigas, compañeros, profesores y hasta estudiantes que de una u otra forma estuvieron presentes en el proceso de redacción de esta tesis, ya que sin su aporte emocional o intelectual, este proceso no se hubiese culminado con éxito.

## RESUMEN

Si bien es cierto que las exportaciones de Costa Rica han evolucionado a ser cada vez más industriales, no se puede dejar de lado la importancia que tiene el sector agrícola en la balanza comercial del país. Al día de hoy, el país sigue teniendo una lista seleccionada de productos agrícolas que figuran en las exportaciones constantes, y que hoy son un sostén para la economía nacional y sus productores.

Por lo anterior, la presente tesis constó de un análisis de los retos y oportunidades de la exportación de productos incipientes desde la República de Costa Rica hacia el mercado canadiense, con el caso del rambután (mamón chino) y sus derivados para el periodo 2017-2021.

Dicho esto, se hizo una profundización en cuatro objetivos específicos. El primero de ellos, buscó examinar las barreras arancelarias, no arancelarias y certificaciones internacionales para el ingreso de productos agrícolas incipientes como el rambután al mercado canadiense. En segundo lugar, se investigó sobre los posibles valores agregados del rambután y sus derivados, ya que estos presentan mejores oportunidades de comercialización en el mercado internacional. El tercer objetivo profundizó en la investigación de las debilidades y fortalezas de las exportaciones de rambután costarricense por medio de estudios y experiencias previas que ya se tienen en el país. Por último, la presente tesis propuso una estrategia exportadora con los puntos necesarios para que los productores e incluso los actuales exportadores puedan explorar nuevas oportunidades en el mercado.

Esta investigación se desarrolla desde un enfoque cualitativo, que con ayuda del diseño de investigación-acción dio respuesta a la pregunta de investigación que es: ¿Cuáles son los principales retos y oportunidades que presenta la exportación de productos incipientes desde la República de Costa Rica hacia el mercado canadiense en el caso del rambután y sus derivados para el periodo 2017-2021? Para dar respuesta a esta pregunta y fundamentar la investigación, se hizo uso de entrevistas abiertas y semiestructuradas a diversos profesionales de las áreas del comercio, como de relaciones internacionales y el sector agrícola.

Con base en esas entrevistas realizadas, se establecieron diversas categorías para cada una de las tres unidades de análisis propuestas. En ellas, se abarcaron temas de todo tipo de barreras al comercio, los productos derivados del rambután que brinden un valor agregado y el análisis de las debilidades y las oportunidades de la exportación de esta fruta según las experiencias que han tenido algunos exportadores del país. Posteriormente, gracias a la información recabada en esas unidades de análisis, se logró incluir una cuarta con pautas para la exportación, con el fin de que esto sea una guía para los productores que deseen exportar.

Después de realizar las entrevistas, la revisión bibliográfica y las investigaciones correspondientes, esta tesis concluyó que el rambután sí es una fruta con potencial de exportación a Canadá, siempre y cuando se busquen mercados cautivos o étnicos cuyo tamaño permita cumplir con las cargas de exportación. A su vez, se concluyó que sí es posible la manufactura de derivados del rambután, no obstante, es un proceso que se debe de pensar a mediano plazo para cumplir con toda su tramitología de exportación.

## CAPÍTULO I: PROBLEMA

El presente capítulo abarca una introducción a esta tesis mediante el desarrollo del problema detectado en el gremio productor y exportador del rambután, así como el primer acercamiento al mercado canadiense y su relación con Costa Rica. Esto da pie para establecer los objetivos de investigación y con base en esto justificar la importancia de realizar la presente tesis. Posteriormente -para terminar este capítulo- se desarrollan los antecedentes tanto internacionales como nacionales sobre el tema de la exportación del rambután, para con base en toda la información recopilada poder establecer las proyecciones que espera abarcar el escrito.

### 1.1 Planteamiento del problema

Según el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto (2022), las relaciones entre Costa Rica y Canadá inician en la década de 1920, por lo que es una relación diplomática extensa que ha dejado como fruto un acercamiento real entre los países. En materia diplomática, el primer convenio suscrito data a 1950 y fue hasta 1961 cuando un embajador canadiense presentó sus cartas credenciales para ser el representante oficial ante nuestro país. Al día de hoy, Canadá cuenta con una embajada ubicada en la Sabana, San José. Mientras que Costa Rica posee una embajada en su capital Ottawa y dos oficinas consulares distribuidas en Ottawa, en adición a un consulado honorario en Vancouver.

Este periodo extenso de relación con Canadá ha dejado una serie de acuerdos y convenios importantes que oscilan desde materia laboral, acuerdos sobre transporte aéreo, cooperación ambiental, promoción de inversiones, biodiversidad, energía hasta la firma de un Tratado de Libre Comercio que entró en vigor en el 2002 (Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, 2022).

Por otro lado, fue en el 2018, como una de las estrategias de la política exterior costarricense del gobierno de Carlos Alvarado Quesada perteneciente al Partido Acción Ciudadana (PAC) que se inició la investigación de mercado sobre el potencial de las frutas exóticas en Canadá. La tarea culminó con un estudio de factibilidad hecho por la Promotora del Comercio Costarricense donde se abarcó el mercado étnico canadiense de frutas exóticas (PROCOMER, 2018).

Con base en el último examen de Políticas Comerciales realizado por la Organización Mundial del Comercio (OMC) a Canadá publicado en el 2019, se desprende que este país es de altos ingresos y que su economía está altamente diversificada, en donde los servicios y el sector manufactureros son sus dos ejes centrales.

Asimismo, en cuanto al sector agrícola -mercado objetivo de esta tesis- el examen señala que el país sí exporta productos agrícolas y agroalimentarios, pero por causa del clima no se producen tantas frutas exóticas. Por otra parte, Canadá sigue aplicando aranceles más elevados al sector agrícola que a los restantes, pero otorga preferencias para los países con los que tiene algún acuerdo comercial (pp. 10-12).

Como se mencionó anteriormente, Costa Rica cuenta con un Tratado de Libre Comercio en vigor con Canadá desde el 2002, que cabe destacar fue el primero que se hizo con un país desarrollado (COMEX, 2023). Gracias a esto, ha existido un flujo comercial constante tanto en exportaciones como en importaciones a nivel general.

Los últimos cinco años que son sujetos de estudio en esta tesis, dejan ver que las principales mercancías exportadas por Costa Rica son los tubos de hierro y acero, el azúcar, frutos congelados, café, piña, papaya fresca, prótesis de uso médico, jugos y concentrados de fruta entre otros. En contraposición, las importaciones están dominadas por trigo, abonos, papel, papas, medicamentos, circuitos, muebles y otras manufacturas diversas (PROCOMER 2021).

Al observar los últimos datos estadísticos proporcionados por la Promotora de Comercio Costarricense en el Anuario Estadístico (2021) se obtiene que en el 2017 el valor intercambiado entre los países fue de 228,3 millones de dólares, de los que se obtiene un saldo negativo de -77,7 millones de dólares para Costa Rica. En el caso de las exportaciones, el monto se sitúa en apenas 75,3 millones de dólares. Para el 2018, el volumen comercializado se mantuvo muy similar, y cerró con un déficit para Costa Rica de -74,4 millones de dólares.

Durante el 2019, el total intercambiado sigue superando los 200 millones de dólares, pero se logró exportar más. Así se redujo el saldo negativo a -54,6 millones de dólares y sobrepasa los

105,6 millones de dólares exportados. El 2020 y el 2021 dejan ver los efectos negativos de la pandemia del COVID-19 y su afectación en el comercio mundial, ya que, aunque el volumen total se mantiene arriba de los 200 millones de dólares, los saldos negativos para Costa Rica se incrementaron de -94,2 y -98,9 millones de dólares respectivamente.

Debido a que las exportaciones costarricenses hacia el mercado canadiense demuestran que hay algunos productos agrícolas ya insertados, se debe de prestar especial atención a este sector, y así poder identificar las oportunidades para los productores, como las que presenta el caso del rambután y sus derivados. Por esto, la Promotora de Comercio Costarricense, en atención al Plan Nacional de Desarrollo y de Inversión Pública del Bicentenario (2019-2022) que estableció como uno de los objetivos incrementar las exportaciones de la Región Brunca del país realizó todo un estudio sobre las opciones de valor agregado para el rambután (mamón chino) y el bambú.

En cuanto a la producción y exportación de rambután en Costa Rica se refiere, Enrique Ulloa de la Dirección de Inteligencia Comercial de PROCOMER (2019) data la introducción de este fruto al país en la década de 1960, por medio de la United Fruit Company. Con el paso de los años, se hicieron distintas iniciativas para promover el cultivo de frutos tropicales o exóticos en el país, con el fin de ampliar así las zonas productivas dentro del territorio nacional.

En la actualidad, mapeos del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) prueban que la cosecha se ha concentrado en tres regiones del país. En primer lugar, sería la ya mencionada Región Brunca con los cantones de Pérez Zeledón, Osa, Golfito, Corredores, Coto Brus y Buenos Aires. Seguidamente, San Carlos y Upala en representación de la Región Huetar Norte y por último en Valle de la Estrella, Bataan, Pococí y Sarapiquí en la Región Huetar Atlántica (Arias & Calvo, 2014, p.19).

Pese a esa sectorización tan marcada, existe un sistema de propagación del fruto mal planificado que hace que la producción del rambután presente problemas que afectan su calidad, por solo mencionar dos de los problemas que enfrenta el sector productor para pensar en la inserción en grandes mercados como el de Canadá (Ulloa, 2019).

Ya en términos de comercio exterior, se evidencian nuevos problemas y vacíos no solo de conocimiento, sino también de información. Esto porque la experiencia exportadora de rambután en el país es relativamente corta, ya que data tan solo desde el 2009, según lo documentado por Ulloa para la Dirección de Inteligencia Comercial en el 2019. Así mismo, los socios comerciales son limitados, pues en su mayoría el fruto se queda en el continente americano en países como Estados Unidos, el restante de Centroamérica, Colombia y Canadá, mercado objeto de este estudio.

En volumen, el repositorio de PROCOMER expone que de los últimos cinco años (2017-2021), solo el 2019 registró exportaciones de rambután superiores al millón de dólares. Esto deja ver cómo en el restante de los años, el comercio del rambután sigue presente, pero económicamente el volumen manejado es pequeño. Como una de las problemáticas, es necesario revisar las razones de este decrecimiento en kilos exportables, siempre teniendo presente que la capacidad de producción es un punto clave para la diversificación de mercados (Ulloa, 2019).

Adicionalmente, se evidencia una problemática en cuanto a la veracidad y disponibilidad sobre información de carácter comercial y productivo del rambután, ya que incluso una de las empresas exportadoras asegura que han hecho exportaciones a múltiples países europeos, datos que no han sido registrados por PROCOMER ni otra institución (C. Villalobos, comunicación personal, 8 de septiembre del 2022). Lo mismo ocurre con la promoción que se le podría dar al cultivo de este tipo de frutos no tradicionales por parte del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y otras instituciones, para que con el apoyo de entes especializados se propague un cultivo distinto de alta calidad.

En cuanto al eslabón de post cultivo del rambután, tampoco existen grandes estudios o promoción focalizada en integrar procesos de industrialización al fruto recolectado. La consecuencia directa de lo expuesto es que el comercio (tanto nacional como internacional) se concentre principalmente en la fruta fresca, lo que por su vida útil no es lo más beneficioso para el transporte hacia otros mercados.

Por lo anterior, con la información ya mencionada y con base en comunicaciones personales obtenidas de ingenieros del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria de Costa

Rica (INTA) y algunos productores y exportadores de rambután costarricense, esta investigación parte del hecho de que el sector productor y exportador de rambután en Costa Rica está en desbancada. De estas conversaciones preliminares se obtuvo que el gremio carece de una buena organización y guía, pero además que se han visto gravemente afectados por el desconocimiento en materia de exportación, las exigencias de los mercados internacionales en cuanto al comercio de productos agrícolas, medidas sanitarias y fitosanitarias en adición a las complicaciones logísticas y los altos costos de exportación que se han derivado por la pandemia de la COVID-19 y otros fenómenos internacionales.

En virtud de lo descrito, se plantea a lo largo de esta investigación dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los principales retos y oportunidades que presenta la exportación de productos incipientes desde la República de Costa Rica hacia el mercado canadiense en el caso del rambután y sus derivados para el periodo 2017-2021?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo General**

Analizar los retos y oportunidades de la exportación de productos incipientes desde la República de Costa Rica hacia el mercado canadiense con el caso del Rambután (mamón chino) y sus derivados para el periodo del 2017-2021.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

Examinar las barreras arancelarias, no arancelarias y certificaciones internacionales para el ingreso de productos agrícolas incipientes como el rambután al mercado canadiense.

Determinar los posibles valores agregados del rambután y sus derivados que potencien las oportunidades comerciales del fruto en el mercado canadiense.

Identificar las debilidades y fortalezas de las exportaciones de rambután costarricense por medio de estudios previos.

Proponer una estrategia exportadora que dinamice el comercio del rambután y sus derivados al mercado canadiense.

### 1.3 Justificación

En primera instancia, se debe de tener presente que uno de los principales sectores de exportación costarricense es el agropecuario. Según lo dicho por Mora (2021) para la Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria, el sector agropecuario está compuesto por el sector pecuario, el de pesca, el agrícola, la industria alimentaria, la industria agro manufacturera y la industria química, maquinaria y equipos utilizados en el sector agropecuario (p. 2). En el caso específico del rambután, este entra en la balanza comercial agrícola, ya que es una mercancía contenida dentro de los capítulos 06 y 14 del Sistema Arancelario Centroamericano (SAC), ubicado específicamente en el capítulo 8.

Ahora bien y con esto claro, se resalta la necesidad de investigar este tema, ya que “Costa Rica es un exportador neto de productos agropecuarios, de ahí que la balanza comercial agropecuaria presente un superávit” (Mora, 2021, p. 10). Cabe agregar, que incluso con las grandes afectaciones de la pandemia de la COVID-19, el comercio agropecuario costarricense creció en el 2020, sin embargo, las exportaciones siguen concentradas en una lista selecta de productos como el banano, la piña, el café, la yuca, el melón y los follajes de plantas (Mora, 2021, p. 10).

Ante esta situación que denota el desarrollo y la importancia del sector agrícola costarricense, resulta trascendente investigar con mayor profundidad otros productos agrícolas y sus posibles derivados que estén alineados con la visión de política exterior y comercial que maneja el país. A su vez, se puede atender a un sector o producto que no se les brinde tanto apoyo, guía y promoción como a productos tradicionales que son la piña, el banano y el café.

Es así como se aterriza en el caso específico del rambután, fruto exótico que produce el país desde el siglo XX. Pese a que el cultivo de rambután lleva más de 60 años instalado en el país, los datos del anuario estadístico de PROCOMER (2021) arrojan que de los años contenidos en esta investigación solo el 2019 registró exportaciones con un valor económico significativo a destinos como Estados Unidos, Nicaragua, El Salvador y Canadá.

Cuando se indaga en la causa de la baja comercialización internacional se observa que en los últimos dos años se ha dificultado la exportación por el alto costo del transporte, ya que de

preferencia tiene que ser aéreo. Además, hay fincas productoras que recolectan el fruto como una ganancia adicional, pero no lo venden con fines de subsistencia ni buscan formas de aumentar el valor del mismo (M. Rojas, comunicación personal 13 de julio del 2022).

En consideración con lo anterior, la presente investigación surge del interés de analizar cuáles son los factores (tanto nacionales como internacionales) que hacen que la exportación de un fruto exótico como el rambután que tiene un alto precio en los mercados étnicos de Canadá no sea mayor. A partir de los resultados que se obtengan, se pueden adoptar medidas y políticas que involucren a los productores y a los exportadores nacionales que pueden trabajar en conjunto con el sector público o privado para dinamizar la comercialización en el exterior.

La necesidad de aprovechar ventanas comerciales, tratados de libre comercio ya vigentes y el clima tropical costarricense propicio para el cultivo de frutas que en muchos países no pueden ser cosechadas son algunas de las implicaciones trascendentales que pueden plasmarse en el presente estudio. Para esto, se va a realizar un estudio bibliográfico que permita conocer el estado del mercado nacional e internacional del rambután, enfatizando en la situación particular de Canadá y Costa Rica.

En adición, para tener un acercamiento real con el sector del rambután, se realizaron entrevistas y visitas a productores para poder utilizar las experiencias previas como punto de partida para identificar los retos y las oportunidades que presenta el gremio en nuestro país. Esta combinación metodológica genera que la información obtenida sea de diversas fuentes y que con eso se puedan ampliar de primera mano cuáles son las principales preocupaciones del sector en cuanto al proceso de exportar.

La investigación busca ser una guía clara y enfocada en el rambután, ya que uno de los principales problemas es que al ser un sector pequeño, la información ha tendido a unificarse dentro de estudios que abarcan otro tipo de frutas o productos. Esto, como consecuencia hace que no existan muchas investigaciones extensas que puntualicen exhaustivamente en las necesidades propias del rambután.

En adición, al ser el rambután una mercancía agrícola, que puede representar un peligro sanitario y fitosanitario para los ecosistemas de otros países es vital que los productores de las diversas zonas del país logren obtener información precisa sobre cuáles son los principales retos que afrontar y sobrepasar en el proceso exportador. Así mismo, sería un gran beneficio para el sector que este se informe sobre las oportunidades y mercados con los que el país ya ha entablado objetivos comerciales que son rentables y con los que se tienen excelentes relaciones como lo es Canadá.

Debido a que a nivel nacional no se cuenta con suficiente información, estudios ni cámaras comerciales o asociaciones propiamente de la exportación del rambután, el presente trabajo toma más importancia porque atiende las necesidades del sector y que este colabora en mayor medida al comercio con Canadá. Los beneficios de este proyecto no se limitan a los productores y exportadores del fruto, ya que si se consolida un mayor nivel de intercambio comercial, se ayuda al país en reducir poco a poco el saldo negativo comercial con Canadá y en consecuencia la balanza comercial general.

El trabajo tiene una utilidad metodológica ya que a futuro otros estudiantes o incluso instituciones pueden realizar nuevas investigaciones similares a otros mercados que utilicen metodologías compatibles. Esto genera que lo ya investigado pueda ser tomado como un antecedente o incluso realizar análisis comparativos.

Con base en lo mencionado anteriormente, este proyecto se considera un importante aporte tanto al sector agrícola de productores y exportadores de rambután como a nivel educativo, profesional y comercial de Costa Rica. Esto debido a que se logra llenar un vacío de conocimiento e información sobre el proceso de exportación de rambután nacional y se espera apoyar trascendentalmente a un sector agrícola poco tradicional que en ocasiones ha quedado desatendido por la política y las instituciones nacionales.

#### 1.4 Antecedentes

El rambután, cuyo nombre científico es *Nephelium Lappaceum*, es un fruto originario de Asia que cada vez se ha vuelto más popular en otros mercados del mundo. Sobre su origen, se tiene claro que fue en ese continente, sin embargo, puntualizar el país ha sido una tarea difícil. Generalmente, los dos países a los que se le atribuye el origen del rambután es Indonesia y Malasia, pero también se cosecha en Tailandia, Vietnam, India, Sri Lanka, Filipinas y otros países de la región (Arias & Calvo, 2014, p. 13). En esa zona geográfica, se ha diversificado su comercialización, manteniéndose el consumo fresco, pero también la industrialización.

Propiamente en Costa Rica, la historia deja ver que en México y Centroamérica el ingreso del rambután se dio entre 1950 y 1960, pero en esas décadas se usaba como un cultivo exótico y ornamental, es decir, no se consumía (Arias & Calvo, 2014, p. 15). En Costa Rica, se detalla que lo más probable es que fuese la United Fruit Company la que introdujo el fruto “mediante el trasiego de germoplasma del Jardín Botánico de Lancetilla de Honduras, sitio inicial de siembra en América Central, al Jardín Botánico El Naranjal en el Pacífico Sur de Costa Rica” (Arias & Calvo, 2014, p. 15).

Como se mencionó anteriormente, fue apenas en el 2009 cuando se hizo la primera exportación de rambután costarricense, lo que se traduce en que por más de 40 años este fruto exótico era destinado exclusivamente para el consumo nacional. La información disponible sobre esta primera inserción al mercado internacional no es muy amplia, ya que lo único que menciona Ulloa (2019) es que fue por “un monto de 108 mil USD, a mercados centroamericanos como Honduras y Nicaragua y EEUU” (diap. 13).

Los datos históricos disponibles hacen difícil determinar cuándo fue la primera exportación costarricense de rambután a Canadá. De forma general, se sabe que al menos en los primeros cuatro años después de la primera exportación ya mencionada, no se hizo la inserción del producto a Canadá. Esto porque los socios iniciales fueron otros países centroamericanos, además de Estados Unidos.

Con la intención de ampliar la información del párrafo anterior, el documento de Arias y Calvo (2014), del Ministerio de Agricultura y Ganadería incluye en su desarrollo un cuadro donde resume las exportaciones de rambután en toneladas con sus respectivos destinos para los años 2009-2013. El documento evidencia que a Colombia se logró exportar para el 2013, Estados Unidos y Honduras son dos destinos que permanecen constantes para esos cinco años. A Nicaragua no se logró exportar en el 2010 y a Panamá solo se exportó en el 2011 (p. 70).

Datos un poco más recientes, ayudan a tratar de puntualizar el ingreso del rambután a Canadá, ya que Ulloa (2018) señala que para el 2013, se exportaron 300 mil dólares estadounidenses de este fruto a Canadá. Para el año 2017, se notó un leve aumento en la participación, la que llegó a 500 mil dólares (diap. 20). Más allá de eso, no hay datos estadísticos oficiales que incluyan a Canadá, pero de uno de los exportadores se sabe que en el 2021 sí se logró sacar un cargamento pequeño hacia el mercado canadiense (M. Rojas, comunicación personal, 13 de julio del 2022).

Para finalizar este apartado histórico, no se puede pasar por alto que Costa Rica tiene altos competidores en cuanto a la exportación de rambután. Entre países del área sobresalen Honduras y Guatemala, que cabe destacar también tienen su rambután insertado en el mercado étnico canadiense (Ulloa, 2018, diap. 60).

Con los antecedentes históricos claros, se puede iniciar la consulta de documentos internacionales para dar sustento al tema. La primera tesis internacional consultada es de Thalía Gutiérrez (2017) de nacionalidad ecuatoriana con el tema de “*Estudio comercial y logístico para la exportación de rambután hacia Argentina*”. La realiza para la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador y opta por el grado de Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe.

De esa tesis, se desprende el siguiente objetivo general: “Determinar el perfil de mercado para la producción de fruta rambután ecuatoriana dirigida al mercado en Buenos Aires – Argentina” (Gutiérrez, 2017, p. 4). Asimismo, establece tres objetivos específicos, que son “Diagnosticar la situación del mercado ecuatoriano en la producción de rambután y establecer su

oferta exportable. Determinar la demanda del rambután en la ciudad de Buenos Aires del país Argentino. Describir el proceso de exportación y logística a Argentina” (p.5).

La metodología empleada en la tesis de Gutiérrez (2017) es mayoritariamente mixta, lo que incluye aportes cualitativos y cuantitativos en el objetivo general y los primeros dos objetivos específicos. Únicamente en el objetivo específico tres se hizo uso exclusivo del enfoque cualitativo. Mediante el uso de instrumentos como: las encuestas, las entrevistas, los cálculos de muestra mediante población finita, las guías de exportación y las cotizaciones a empresas de servicios logísticos se procura dar respuesta al problema de investigación.

En cuanto a las conclusiones de la tesis en mención, se identificó que el mercado del Rambután en Ecuador está en crecimiento, ya que cada vez es más la población que consume el fruto. Así mismo, se logró concluir que Ecuador si cuenta con una oferta exportable de rambután, esto pese a no tener el apoyo gubernamental. Del análisis de Argentina, se concluyó que el país importa más frutas tropicales de las que produce y que la ciudadanía consume una gran cantidad de frutas. Finalmente, sobre el transporte y aspectos logísticos de esta exportación, se determinó el uso de transporte multimodal, que implica la vía marítima y la terrestre (Gutiérrez, 2017).

Por tanto, las recomendaciones brindadas son buscar el apoyo del gobierno para que este gestione y sirva de guía para los productores de rambután en el proceso de internacionalización. Igualmente, establecer estrategias de negociación con los agricultores y compradores internacionales para lograr precios justos así como implementar estándares de calidad del rambután para que el producto sea competitivo, considerando las certificaciones. Por último, se recomienda mantener el transporte multimodal para el caso de exportación Ecuador-Argentina (Gutiérrez, 2017).

Según lo mencionado en la investigación anterior, se vuelve notable la necesidad del apoyo gubernamental para los productores y exportadores de rambután, dejando claro que el poco apoyo no es algo solo del sector costarricense, sino que en otros países de la región sucede lo mismo. De igual forma, aquí se incorpora una variante distinta que no se había considerado para la presente tesis, como lo es el transporte multimodal. De esta forma, la revisión de esta tesis internacional

llena un vacío de conocimiento en cuanto a transporte y hace evidente que el sector puede crecer sin ayuda del gobierno, pero que no es lo recomendable.

La segunda tesis internacional consultada pertenece a la peruana Aissa Virgilio (2020) con el tema de *“El Proceso Productivo Agrícola y su Contribución en el Desarrollo de una Cadena Exportadora del Rambután en Satipo-Junín 2019”*. La realiza para la Universidad de San Martín de Porres en Lima, Perú y opta por el grado de Licenciada en Administración de Negocios Internacionales.

De esa tesis, se desprende el siguiente objetivo general: “determinar si el proceso productivo agrícola del rambután contribuye al desarrollo de una cadena exportadora en Satipo, departamento de Junín” (Virgilio, 2020, p. 18). Los objetivos específicos desarrollados fueron cuatro, que se resumen en indagar sobre el rol que cumple la preparación de la tierra para la producción de rambután de calidad para la exportación, determinar el rol del trabajo post cosecha y de la industrialización del rambután en Satipo y el fomento de la siembra para exportar rambután.

La metodología empleada fue mixta, ya que hizo uso de instrumentos cualitativos y cuantitativos. Mediante el uso de instrumentos cualitativos como la aplicación de entrevistas a especialistas en el tema y otros instrumentos cuantitativos como los cuestionarios aplicados a productores de rambután, se espera procura dar respuesta al problema de investigación (Virgilio, 2020).

De la tesis en mención, Virgilio (2020) concluyó que para que el rambután tenga potencial exportador, también se debe de cuidar el proceso productivo y de manejo de la tierra, ya que es un factor que sí influye en la calidad. También, identificó que si se propaga el cultivo de este fruto no tradicional, sí se logra salir adelante con la demanda nacional y tener un excedente exportable.

En cuanto al valor agregado, concluyó que sí es posible generarlo mediante la industrialización, lo que abre nuevas posibilidades. Finalmente, aporta que la exportación es un medio para que el país diversifique los riesgos y una actividad que ayuda a productores,

comercializadores e incluso al país a tener mayor presencia en mercados internacionales (Virgilio, 2020, pp. 231-232).

Con base en esas conclusiones, Virgilio (2020) recomienda que los productores estén informados sobre buenas prácticas de cosecha, uso de fertilizantes, propiedades del suelo y demás aspectos involucrados en la producción de rambután. Para esto, sugiere el apoyo del gobierno para que este funcione como guía y oriente a los productores sobre cómo obtener frutos de calidad exportable.

Asimismo, como en Perú hay poca siembra del cultivo, se recomienda una mayor divulgación y promoción para que la cosecha de este pueda hacerse con los métodos correctos y las semillas certificadas que facilitan el proceso exportable. Esta misma recomendación, aplica al caso costarricense, donde no solo es sembrar más, sino es aumentar la calidad. Por último, hace un énfasis en la importancia del cultivo y la industrialización para que estos sean procesos realizados con cuidado y técnicas apropiadas para que sea exitoso (Virgilio, 2020 pp. 233-234).

Con lo anterior, se llenan varios vacíos de conocimiento para el caso costarricense, que no se habían tomado en cuenta en otros antecedentes internacionales ya mencionados. En primer lugar, resalta el tema del proceso de siembra y la delicadeza con el que este se debe hacer. Esto porque al contar Costa Rica con un Tratado de Libre Comercio con Canadá, se debe cuidar el tema del certificado de origen en caso de ser necesario, pero más allá de eso es el tema de la calidad y certificación de las semillas. En segundo lugar, se repite la constante de que es necesario incentivar la cosecha de otros frutos no tradicionales y por último, el tema de diversificación frutícola, dado que las exportaciones actuales de productos agrícolas están concentradas en una lista de frutas muy específica.

La tercera tesis internacional consultada fue realizada en conjunto por Yenni Mendoza y María Alejandra Garzón, de nacionalidad colombiana en el 2021 con el tema de “*Analizar la Capacidad Exportadora para los Frutos Mangostino y Rambután desde la Región del Ariari en el Departamento de Meta-Colombia*”. La realizan para la Universidad Piloto de Colombia en la

Facultad de Ciencias Sociales y Empresariales para el Programa de Negocios Internacionales, sin especificar el título para el que optan.

De la tesis, se desprende el siguiente objetivo general: “Analizar la capacidad exportadora del mangostino y el rambután de la región del Ariari en el departamento del Meta con el propósito de lograr la internacionalización” (Mendoza & Garzón, 2021 p. 15). El planteamiento consta de tres objetivos específicos, de los cuáles resaltan dos que sirven como antecedente para la tesis en curso. El primero, trata sobre los procesos de comercio exterior que se requieren cumplir para la exportación de frutos como el rambután. El segundo es identificar el proceso de distribución física, logística internacional para la exportación de mangostino y rambután (Mendoza & Garzón, 2021 p. 15).

La metodología utilizada fue mixta, ya que en el desarrollo de la tesis, las autoras hacen uso de instrumentos tanto cualitativos como cuantitativos dentro de los cuales destacan las investigaciones documentales previas, y el análisis de cifras y estadísticas comerciales para dar respuesta al problema de investigación planteado. De igual forma, se usa el método explicativo para construir el proceso de exportación de los frutos seleccionados y un estudio de cuáles son los países que consumen más frutos exóticos como el rambután y el mangostino (Mendoza & Garzón, 2021).

De la investigación ya mencionada, Mendoza y Garzón (2021) concluyen que según el estudio de mercado hecho, el objetivo seleccionado es posicionar los frutos en el mercado canadiense. Esto, ya que Canadá es un país que importa y consume mucha fruta fresca. Igualmente, mencionan que se eligen estos dos frutos para exportar por su sabor y nutrientes, que al ser múltiples hacen que el consumidor final pague más dinero por ellos (p. 99).

Se expresa también que aunque la exportación de estos frutos es una oportunidad, también es un reto satisfacer la demanda del mercado internacional, mantener un precio competitivo y obtener un escenario ganar-ganar. Por último, se concluye que los frutos serían transportados de manera marítima desde Colombia hasta a Canadá (Mendoza y Garzón, 2021, p. 99).

Mendoza y Garzón (2021) recomiendan contactar a empresas comerciales y contratar una agente importador en el mercado de destino, que este caso es Canadá. Además, apuntan que es importante seguir la investigación con un estudio de factibilidad completo donde se tomen en consideración factores macroeconómicos de los mercados. En conclusión, se insiste en la importancia de la información exacta y actualizada del proceso logístico para frutos exóticos y en la promoción del consumo mediante actividades de mercadeo.

La tesis citada, abarcó una parte esencial de la exportación del rambután al mencionar temas logísticos y de aranceles al mercado meta que en este caso fue Canadá. Esta investigación viene a ser de apoyo para el caso costarricense porque menciona el esfuerzo y estudio que se debe de hacer para promocionar el consumo de frutos exóticos en países que tal vez no sea algo común. De igual forma, se seleccionó el mismo mercado que el de la tesis aquí en desarrollo, por lo que permite obtener un buen grado de información, específicamente sobre el tema de aranceles.

La cuarta tesis internacional consultada es realizada en conjunto por las ecuatorianas Pamela Gaibor y Adriana Vera en el 2016, con el tema de “*Estudio de Factibilidad para la exportación del rambután deshidratado hacia el mercado de Canadá*”. La realizan para la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador y optan por la obtención del grado de ingenieras en gestión empresarial internacional.

Para esta ocasión, se desprende el siguiente objetivo general: “Evaluar la factibilidad comercial, técnica y financiera de la exportación de rambután deshidratado hacia el mercado de Canadá” (Gaibor & Vera, 2016, p. 32). De la misma forma, se establecen cuatro objetivos específicos para guiar la investigación. Estos objetivos específicos, en resumen, se basan en definir el modelo de negocios que se necesita para exportar rambután deshidratado a Canadá, hacer un estudio del mercado canadiense, describir como es la producción y la logística de distribución del rambután deshidratado para por último evaluar si el proyecto de exportar rambután deshidratado a Canadá es económicamente cambiante (Gaibor & Vera, 2016)

El enfoque metodológico utilizado en esta tesis es el mixto, aclarando que no se hacen encuestas a los consumidores canadienses, pero que sí se hace uso de entrevistas a productores

para obtener información de primera mano. Este antecedente consultado es de tipo no experimental y descriptivo-correlacional, ya que permite tener una mejor visión del sector agrícola de Ecuador y de la producción-exportación de frutas deshidratadas (Gaibor & Vera, 2016, pp. 46-47).

Las conclusiones que presentan Gaibor y Vera (2016) mencionan que la situación de exportar rambután deshidratado es favorecedora en el caso canadiense, ya que es un producto de calidad, atractivo, saludable y que mantiene los beneficios nutricionales, algo que es importante para el consumidor. Como el rambután ya iría deshidratado, se concluye que el transporte puede ser marítimo, dado que no se corre el riesgo de afectar la calidad del fruto, como sí sucede con la exportación fresca. Por último, se resalta que el proyecto de exportación deshidratada sí es viable para transformar la producción de una fruta que de por sí no es tradicional y se le suma ese valor agregado.

En cuanto a las recomendaciones, la primera que vale la pena resaltar es la necesidad de estimular la transformación de frutos, para hacerlos más interesantes y competitivos en el mercado internacional. También esta, se visibiliza el rol de las pequeñas y medianas empresas para que estas jueguen un papel preponderante en la transformación de los frutos. Por último, una vez más recomiendan hacer campañas de información sobre el consumo del rambután y cuidar en todo momento la calidad del fruto (Gaibor & Vera, 2016, pp. 143-144).

La tesis es un antecedente valioso para la investigación en curso ya que deja ver cómo en Canadá no solo hay mercado para la exportación de producto fresco, sino que también se puede diversificar e incursionar con otras presentaciones. Otro punto fundamental abarcado es el rol de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) para que estas sean parte del proceso, y que beneficien no solo la exportación, sino también su bienestar.

Finalmente, como quinta y última tesis internacional consultada se puede hacer referencia a lo hecho por Ingrid Muñiz y David Solórzano (2020), quienes también son ecuatorianos y desarrollaron su tesis bajo el tema de “*Análisis del Acceso de Mercados en el Comercio Internacional del Rambután*”. La tesis, fue realizada para la Universidad de Guayaquil en Ecuador y los autores optan por el título de ingeniería en comercio exterior.

De su escrito, se desprende el objetivo general de “Analizar la factibilidad del comercio internacional de rambután hacia el mercado alemán” (Muñiz & Solórzano, 2020, p. 8). Los objetivos específicos citados son: “determinar la situación actual del mercado del Rambután del mercado alemán. Determinar los factores que inciden el consumo alimenticio del Rambután en el mercado europeo. Determinar la normativa técnica y legal para la exportación de Rambután hacia el mercado alemán” (Muñiz & Solórzano, 2020, p. 9).

La metodología empleada en esta tesis es exclusivamente cualitativa, ya que por medio de instrumentos como las entrevistas se plantea dar respuesta al problema de investigación y alcanzar los objetivos establecidos. Se menciona, que es una investigación descriptiva que pretende explicar el comportamiento del consumidor, así como las tendencias del mercado (Muñiz & Solórzano, 2020, p. 40).

Las conclusiones a las que arriban Muñiz y Solórzano (2020) se concentran en mencionar que la producción y exportación del rambután es una actividad poco conocida, por lo que hay que aportar a la investigación que colabore en pro de satisfacer demandas nacionales e internacionales. También, concluyen que la exportación del rambután es una actividad con potencial, pero que se deben hacer estrategias de comercialización a gran escala que toman tiempo.

En cuanto a las recomendaciones, los autores señalan la importancia de promover el cultivo del rambután con nuevas ideas y técnicas innovadoras. De igual forma, hacen una explicación extensa sobre lo importante que es revisar los acuerdos comerciales que tiene el país para que mediante el estudio y aplicación de estos el rambután logre ingresar a los mercados sin mayores complicaciones. Finalmente, al ser esta tesis cualitativa, recomiendan hacer un estudio de seguimiento cuantitativo que abarque de mejor forma datos estadísticos del mercado (Muñiz & Solórzano, 2020, p. 76).

Si bien, este último antecedente internacional tenía como mercado meta el alemán, surgen algunos temas interesantes que en otras tesis no se había considerado. Los autores, dejan muy claro el rol que cumplen los Tratados de Libre Comercio y los Acuerdos Preferenciales en la exportación

de un fruto como el rambután, por lo que el caso costarricense se cuenta con el beneficio de que el TLC con Canadá está vigente desde el 2002.

Igualmente, destacar el tema de que aunque la presente tesis busca ser una guía para los productores que deseen exportar al mercado canadiense, se necesitan estudios económicos, estadísticos y financieros que van mucho más allá de lo planteado aquí. Por ende, se recomienda que existan estudios similares que continúen desarrollando el tema, para que el panorama pueda ser abordado desde diferentes frentes.

Cambiando de ámbito y haciendo un enfoque en lo nacional, se puede hacer referencia a una serie de documentos locales que respaldan el tema del rambután. La primera investigación nacional consultada es de Jean Paul Laurent (2011), con el tema de “*Competitividad de la Agrocadena de Fruta Fresca de Rambután (Nephelium lappaceum L.) en Costa Rica*”. Fue realizada para la Universidad Estatal a Distancia en la Sede de Ciudad Neily para el curso de Competitividad de la Empresa Agropecuaria.

De esa investigación, se desprende el siguiente objetivo general: “Analizar la competitividad de agrocadena de fruta fresca de rambután para Costa Rica” (Laurent, 2011, p. 7). Se establecen tres objetivos específicos los cuales son: “Analizar la situación del mercado internacional de la agrocadena de fruta fresca de rambután. Analizar el mercado nacional de fruta fresca de rambután. Describir la estructura de la agrocadena de fruta fresca rambután” (Laurent, 2011, p. 7).

La metodología empleada por Laurent fue mixta, puesto que optó por utilizar instrumentos cualitativos y cuantitativos. Los instrumentos que utiliza son las entrevistas abiertas a funcionarios públicos y a representantes de entidades gubernamentales para la parte cualitativa. Como instrumento cuantitativo, utiliza el análisis de estadísticas descriptivas y gráficos a partir de la información recabada. De esta forma, se espera dar solución al problema planteado (Laurent, 2011).

De la tesina, Laurent (2011) concluye que el panorama de las frutas tropicales tiene un buen futuro para el país gracias a los tratados comerciales. Para la producción, establece que Costa Rica sí cuenta con el clima apropiado para el rambután y otras frutas consideradas exóticas.

En temas de comercio exterior, el autor concluye que es un cultivo rentable para la Zona Sur y Zona Atlántica del país, por lo que se puede exportar a Centroamérica y Norteamérica. A nivel internacional, puede ser competitivo, mas no se puede comparar con países como Vietnam y Tailandia porque el país no cuenta con el nivel de producción. Por último, a nivel regional menciona que Costa Rica está presente en el mercado, pero que se debe de mejorar la etapa de comercialización y la calidad productiva (p. 28).

Por lo anterior, Laurent (2011) recomienda generar investigaciones para aumentar y promover la producción en una temporada más larga que la actual con el fin de abastecer a los mercados por mayores periodos. Del mismo modo, se recomienda generar otras formas de comercialización donde el productor sea el que tenga la relación con el consumidor final, eliminando intermediarios con el fin de obtener precios más justos.

Del cultivo, se señala la falta de políticas claras, regulación y financiamiento, por lo que propone la creación de una cámara nacional para este cultivo. Además, se menciona el hecho de que se debe de impulsar que el cultivo no sea solo de fruta fresca, lo cual incluso podría brindar un valor agregado (pp. 28-29).

Este primer antecedente nacional, si bien es una investigación corta y no está tan desarrollada como una tesis, desprende una gran cantidad de información útil y valiosa para el estudio en curso. En primera instancia, establece la rentabilidad de la producción, pero al mismo tiempo reconoce que existen falencias en el proceso productivo y comercializador del fruto.

Seguidamente, plantea la creación de una cámara nacional para el rambután, lo cuál sería de gran importancia para hacer el proceso de exportación más fácil a los productores, y así tener un ente institucional dedicado a ellos.

El segundo antecedente nacional consultado es una investigación realizada por Enrique Ulloa (2019) con el tema de “*Evaluación de opciones de valor agregado para rambután y bambú*”, presentada por la Dirección de Inteligencia Comercial para la Promotora del Comercio Costarricense.

Del estudio se desprende el siguiente objetivo general: “Conocer distintas opciones de valor agregado de rambután y bambú con miras para fortalecer las exportaciones a nivel nacional” (Ulloa, 2019, diap. 6). Los objetivos específicos seleccionados en esta ocasión son cuatros, los cuáles se citan a continuación:

1. Indicar las características de la producción del rambután y bambú en Costa Rica.
2. Delinear la composición, tamaño, y dinámica de la demanda y oferta internacional (competidores) de productos procesados a base de bambú y de rambután.
3. Identificar las principales tendencias y productos en con valor agregado que incluyan rambután y bambú como insumo.
4. Señalar requerimientos de ingreso para los principales productos procesados a base de rambután y bambú en dos mercados detectados que podrían tener mayor potencial de exportación (Ulloa, 2019, diap. 6).

La metodología empleada no fue definida textualmente como cuantitativa o cualitativa. Sin embargo, se menciona el uso de instrumentos como:

(...) recolección de información de fuentes secundarias a partir de bases de datos disponibles, entrevistas a asociaciones y a productores de rambután y bambú fresco y procesado en la Región Brunca y Central. En adición, se entablan reuniones con instituciones como el Instituto Nacional de Innovación y Transferencia en Tecnología Agropecuaria (INTA), la Fundación para el Fomento y Promoción de la Investigación y Transferencia de Tecnología Agropecuaria de Costa Rica (Fittacori), Centro Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos (CITA) y el Proyecto de Investigación Bambú de la Universidad Nacional (Ulloa, 2019, diap. 7).

En la investigación Ulloa (2019) no incluyó un apartado textual de conclusiones, no obstante, luego de la lectura del material se pueden resaltar una serie de hallazgos que son de importancia para el caso nacional. El primero de ellos, es que en un momento dado, el sistema de propagación del fruto se dispersó sin control, por lo que ahora es difícil estandarizar la calidad del rambután para exportación. Seguidamente, los estudios arrojan que el área sembrada de rambután ha aumentado en un 2% entre el 2013 y el 2018 (diap. 13-48).

Ya en conclusiones de comercio, se evidencia una caída en la exportación del rambután fresco para el periodo comprendido entre el 2014 y el 2018. En tercer lugar, sobre el mercado internacional se concluye que Costa Rica no es un líder ni regional ni internacional de exportación y se menciona la particularidad de Guatemala, líder regional que logró crecer con la inversión privada. Por último se concluye que los valores agregados del rambután pueden dividirse en tres grandes categorías que son: alimentos procesados, cuidado de la salud y cuidado personal/belleza (Ulloa, 2019, diap. 13-48).

En el caso de estudio, Ulloa (2019) tampoco incluye un apartado bajo el título de recomendaciones, pero del texto se desprenden dos observaciones que caben dentro de esta categoría. La primera de ellas es que se recomienda aprovechar las propiedades nutricionales del rambután porque este aspecto abre las posibilidades para innovar y crear valores agregados. La otra recomendación es apegarse al uso de productos con ingredientes naturales y libre de aditivos, colorantes o preservantes porque lo natural está arrojando mejores precios de venta en los mercados internacionales (diap. 84).

Del segundo antecedente nacional, surge información relevante especialmente para el objetivo específico que busca establecer un valor agregado al rambután. La investigación está completa en cuanto a las posibilidades de comerciar rambután y bambú, incluyendo variables interesantes como los cosméticos, que se salen de la industria alimenticia, lo cual hasta el momento no se había tomado en cuenta.

Como tercer antecedente nacional consultado es sumamente valioso el trabajo final de graduación realizado por Alejandra María García (2021) con el tema de “*Dinámica logística del*

*exportador de la fruta exótica costarricense rambután en la crisis del COVID-19 durante el año 2020*". La realiza para la Universidad Estatal a Distancia para optar por el grado de Licenciatura en Administración de Empresas con Énfasis en Negocios Internacionales.

De su tesis, se desprende el siguiente objetivo general: "Analizar los perjuicios ocasionados en los procesos logísticos de exportación de la fruta exótica costarricense rambután hacia Centroamérica y Norteamérica durante la pandemia por COVID- 19 en el año 2020" (García, 2021, p. 6). Los objetivos específicos establecidos son cuatro, los cuáles se resumen en determinar la logística de exportación de rambután en medio del COVID, describir las irrupciones logísticas que se dieron en la exportación del rambután, revisar las acciones gubernamentales en cuanto a cierres e identificar las oportunidades que dejó la crisis sanitarias en los exportadores (García, 2021, p. 6).

La metodología empleada en la tesis fue mixta, dado que la autora considera necesario hacer uso de evidencia numérica, pero también verbal para dar respuesta al problema y objetivos planteados. Las fuentes de información utilizadas fueron diversas, y cuenta con revisión bibliográfica y datos de primera mano gracias a entrevistas abiertas que fueron realizadas (García, 2021).

Las conclusiones obtenidas de su tesis son altamente productivas, por lo que vale la pena señalar algunas de ellas. En primer lugar García (2021) nota que al interrumpirse las cadenas globales de valor con la pandemia del COVID-19, la exportación costarricense de mamón chino disminuyó en un 65%. El destino mayoritario, que es Estados Unidos, se mantuvo firme, sin embargo, la cantidad exportada disminuyó por la situación ya mencionada (p. 91).

En cuanto al medio de transporte, resalta el aéreo como primera opción por la fragilidad del fruto, pero en Centroamérica sí se maneja la posibilidad de hacerlo terrestre. Las encuestas realizadas, dejaron como resultado que la comercialización internacional del fruto es complicada debido al desconocimiento, los problemas con la fragilidad del fruto y las fluctuaciones de precios (p. 91).

Del proceso logístico, García (2021) concluye gracias a las encuestas que en el 2020 no todo el volumen exportable logró salir del país por las restricciones y falta de transporte que dejó la pandemia. En logística, también fue grave la escasez de mano de obra para la recolecta del fruto y en menor medida la poca disponibilidad de empaques o embalajes. A nivel nacional, como no se pudo exportar todo el producto, la oferta en el mercado aumentó, haciendo que los precios disminuyeran y que se dejaran pérdidas a los productores (p. 92).

Finalmente, un dato vital para la tesis en curso que García (2021) logró determinar que “el 26% de los encuestados indica que cuenta con la tecnología, infraestructura y mano de obra necesarias para diversificar el rambután por medio de la agroindustria” (p. 93). Esto viene a amparar la necesidad de cambiar la forma de comercialización del rambután y se cuenta con el antecedente de que sí existen posibilidades reales.

La tesis de García (2021) es realmente uno de los antecedentes más valiosos para la investigación en curso, ya que cuenta con gran cantidad de información. Si bien lo hecho por García (2021) no está especificado en un solo país, sino en una región, permite tener un panorama general mucho mayor sobre la situación del sector frente al COVID-19.

Como cuarto antecedente nacional importante, se puede referenciar la investigación realizada por Enrique Ulloa de la Dirección de Inteligencia Comercial en el 2018 para PROCOMER. Esta investigación lleva por título “*Mercado de Frutas Exóticas en Canadá*”.

El objetivo principal del estudio de mercado es “identificar oportunidades para comercializar frutas exóticas frescas y alimentos procesados que las utilizan como ingrediente, para abastecer el canal minorista en Toronto, Canadá, así como las condiciones y requisitos para su aprovechamiento” (Ulloa, 2018, diáp. 13).

La metodología empleada no fue definida textualmente como cualitativa o cuantitativa, pero se menciona el uso de instrumentos que son cualitativos para guiar la investigación. Lo que se hizo para llevar a cabo la investigación fue la realización de encuestas a empresas de frutas exóticas que estuviesen registradas en PROCOMER. También, se hizo la visita física a puntos de

venta en Canadá que fuesen de distinta índole, como los mercados mayoristas, los supermercados étnicos y cadenas de supermercados. Por último, se hicieron entrevistas a importadores, exportadores y distribuidores.

La investigación mencionada es muy amplia y no solo contempla el análisis del rambután. El producto fue incluido en el apartado de frutas frescas exóticas en conjunto con el maracuyá, la guanábana, la pitahaya, uchuva, papaya, mangostán y carambola. A su vez si hay algunos apartados y cuadros que mencionan propiamente al rambután.

Si se habla en términos totales, en el 2013 se exportaron 505 toneladas de rambután que se distribuyeron entre los socios del país. Lo importante aquí, es que para el 2017, las toneladas aumentaron a 948. Ya propiamente de Canadá, este país importa frutas exóticas de muchos destinos, dentro de los cuáles sí se incluye Costa Rica, pero se ubica en el puesto 10 (Ulloa, 2018, diap. 48).

Del rambután como tal, el principal hallazgo que arroja la investigación es que la venta se hace más que todo en supermercados étnicos, ya que son los mayores consumidores están en la población asiática que está acostumbrada a este fruto. De igual forma, se encuentra que el fruto costarricense tiene un buen posicionamiento y es de demanda creciente (Ulloa, 2018, diap. 48).

Para concluir con el antecedente, la investigación resalta que el principal reto del rambután costarricense en el mercado étnico de Canadá es la competencia. Esto porque los costos logísticos de competidores directos como Guatemala y Honduras son mucho menores (Ulloa, 2018, diap. 109). La investigación de PROCOMER es indispensable para la tesis en curso, ya que no solo está enfocada en el mercado meta sino que también tiene su aporte específico del rambután.

Por último, como quinto antecedente nacional importante, se destaca la “*Guía técnica para la inspección y certificación de rambután (*Nephelium lappaceum*) para la Exportación de los Estados Unidos*” en el 2007. Esta guía fue elaborada por el Servicio Fitosanitario del Estado que pertenece al Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica.

El objetivo general que se plantea en esta guía es “cumplir con los requisitos fitosanitarios de importación establecidos por Estados Unidos para el rambután (*Nephelium lappaceum*), producido en Costa Rica” (Servicio Fitosanitario del Estado, 2007, p. 6). También, existen cuatro objetivos específicos en el marco del texto los cuáles son:

- a) Realizar la inspección fitosanitaria In situ.
- b) Realizar la certificación fitosanitaria de ausencia de plagas en la fruta de los envíos, mediante inspecciones en finca y en planta empacadora, con el apoyo de análisis de laboratorio cuando sea necesario.
- c) Fomentar la implementación de buenas prácticas agrícolas.
- d) Evitar las intercepciones de plagas en el país de destino, mediante el cumplimiento de las regulaciones establecidas para el ingreso a los Estados Unidos (Servicio Fitosanitario del Estado, 2007, p. 6)

La metodología utilizada no se especifica. Solo se menciona que se trabajó en conjunto el sector oficial, y hace referencia al Servicio Fitosanitario del Estado y el sector privado que engloba a los productores, empacadores y exportadores que tengan interés en enviar el producto a los Estados Unidos.

De la guía, algunas de las conclusiones más importantes son que cuando se cumplan los requisitos establecidos, hay un Certificado Fitosanitario de Operación que siempre debe de estar visible en las plantas empacadoras. En adición, hay algunos estándares normales como las buenas prácticas y el aseo (Servicio Fitosanitario del Estado, 2007, p. 13).

Las fincas que deseen exportar a Estados Unidos, deben de ser inspeccionadas antes de la cosecha y debe ser sometida a aprobación. Existen muestreos, requisitos de etiquetado, certificaciones de plagas, requisito higiénicos y hasta una lista de los plaguicidas que son permitidos para el producto y el destino (Servicio Fitosanitario del Estado, 2007, pp. 13-22)

De el antecedente, si bien es de Estados Unidos y no de Canadá, es relevante al ser el único que aborde a detalle los requisitos fitosanitarios del rambután. Lo establecido en el documento

puede tomarse como un punto de referencia para establecer pautas de comparación entre lo solicitado por Estados Unidos y Canadá.

## 1.5 Proyecciones

Las proyecciones es un apartado que establece lo que se pretende lograr con la investigación en curso. Por ende, del análisis de los retos y oportunidades del comercio del rambután costarricense al mercado de Canadá, se proyecta lo siguiente:

- Se hará una descripción completa de las barreras arancelarias, no arancelarias y las certificaciones que se solicitan en el mercado internacional a productos agrícolas como lo es el rambután y sus derivados con la finalidad de identificar los principales retos que tendría la exportación a Canadá.
- Se estudiarán las posibilidades de industrialización del rambután no solo en otros productos comestibles sino explorar el tema de cosméticos para brindar una alternativa diferente de comercialización que permita un mejor precio en el mercado internacional y que ayude a reducir los retos logísticos que tiene la exportación de fruta fresca.
- Se entablarán conversaciones con productores, exportadores y funcionarios involucrados en el comercio con el propósito de conocer desde su experiencia los retos que han enfrentado, las debilidades que identifican en el sector, las posibilidades de diversificación entre otros datos pertinentes. Esto, con la finalidad de recopilar la información y poder partir de ella para plantear soluciones que dinamicen más la exportación.
- Se propondrá una estrategia exportadora del rambután y los derivados que se identifiquen como rentables para que cualquier productor que desee iniciar un proceso de internacionalización de su fruto tenga una guía clara y a su alcance en todo momento.
- Se aportará al conocimiento por medio del desarrollo y las conclusiones obtenidas en esta investigación, para que el sector del rambután tenga más recursos de donde poder leer u obtener información con el fin de llenar esos vacíos de conocimiento que existen en el país por la carencia de atención específica al gremio.

## CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

Para la presente tesis es necesario tomar en consideración gran cantidad de información que contextualice el comercio del rambután y sus derivados según la política de comercio exterior de Costa Rica, las relaciones diplomáticas y comerciales con Canadá, los derivados existentes y otros conceptos técnicos que tienen influencia directa en la logística de exportación. Por eso, el presente capítulo que es el marco teórico se divide en grandes bloques como: producto incipiente, el rambután, disposiciones de presentación, derivados del rambután, política exterior, relaciones con Canadá, comercio exterior, instituciones involucradas en el comercio y aspectos involucrados en la logística de la exportación.

### 2.1 Producto incipiente

Ulloa (2017) quien es un analista económico para la Dirección de Inteligencia Comercial de PROCOMER elaboró un estudio para las oportunidades de comercialización de productos agrícolas incipientes. Dentro de este estudio, se incluyen algunas características para considerar lo que es un producto incipiente. Algunas de ellas son:

1. Productos con posibilidades de producción nacional.
2. Exportaciones reducidas o nulas en los últimos 5 años.
3. Cultivos que tienen oportunidades de incrementar su producción, ya sea por condiciones climáticas, suelo o avances biotecnológicos.
4. Poco conocimiento de la mayoría de los consumidores locales.
5. Algunos de ellos cuentan con avances en investigación de la academia o el Estado, pero no son ampliamente conocidos por el sector productivo.
6. Desconocimiento generalizado del proceso productivo.

(Ulloa, 2017, diap. 67)

Al tomar en consideración esas características mencionadas por Ulloa (2017), el rambután puede calificarse como un producto incipiente. Esto, principalmente porque las exportaciones en los 5 años analizados son bajas, que hay poco conocimiento en los consumidores y que hay desconocimiento en el proceso productivo que ha limitado de gran manera los derivados de rambután costarricenses.

Como un dato aclaratorio importante, se debe de mencionar que en este estudio, el rambután fue considerado en la lista preliminar de productos incipientes hecha por PROCOMER, ya que se concluyó que sí tiene posibilidades de producción nacional, pero por la complejidad del proyecto, se terminaron eligiendo otros 8 productos. El más similar al rambután que sí fue seleccionado es el mangostán.

## **2.2 El Rambután**

### **2.2.1 Descripción botánica**

Como se ha mencionado anteriormente, el rambután es un fruto característico del continente asiático. Este fruto crece en árboles que pueden alcanzar entre los 15 y 20 metros de altura en su estado natural. Estos árboles tienen hojas y a su vez flores que “son de dos tipos, masculinas y hemafroditas” (Arias & Calvo 2014, p.16). Es vital comprender que “solo los árboles hembras y de ambos sexos producen frutas” (Mack, 2005, p. 28), por lo que la recomendación es escoger los mejores árboles e injertarlos para aumentar la producción.

### **2.2.2 Descripción del fruto**

El rambután es un fruto pequeño que puede ser redondo u ovalado. Su nombre proviene de “Malasia donde la palabra *rambut* quiere decir pelo” (Mack, 2005, p. 27). En Costa Rica, se le conoce popularmente como mamón chino por ser originario del continente asiático y tener cierto parecido con el mamón criollo (Universidad de Costa Rica, 2017).

El rambután se caracteriza y diferencia de otras frutas por su cáscara con apariencia de pelos, que en realidad se llaman espinaretes. Estos “pueden ser amarillos, anaranjados, rojos o morados” (Mack, 2005, p. 28).

## Ilustración 1

### *Fruto del Rambután*



Fuente: Costa Fresh, s.f

## 2.2.3 Valor Nutricional del rambután

### 2.2.3.1 El fruto

Según la investigación realizada por Ulloa (2019), “el rambután tiene contenidos importantes de vitaminas, minerales y azúcares. Dentro de las que destacan potasio, vitamina C, fósforo y magnesio” (diap. 12). El alto contenido de vitamina C ayuda a la absorción de hierro y cobre. A su vez, la fruta tiene ácido fólico el cual es un componente recomendado para mujeres en periodo de embarazo o lactancia materna. Finalmente, también es una fuente de agua y fibra, que ayuda a la hidratación, al funcionamiento de los riñones y mejor el tracto intestinal para evitar el estreñimiento (Costa Fresh, s.f).

### 2.2.3.2 La cáscara

Pese a que el consumo del rambután se ha concentrado en la venta de la fruta fresca, la cáscara que generalmente es desperdiciada, “cuenta con un ingrediente activo llamado ramburatrolo

(*geraniin molecule*), el cual tiene altas propiedades antioxidantes (diez veces más que la vitamina D y C) y con alto potencial para el control del azúcar en la sangre” (Ulloa, 2019, diap. 13).

De hecho, para el caso costarricense,

(...) el descubrimiento de las capacidades antioxidantes de la cáscara de rambután en Costa Rica se remonta al año 2011, cuando se realizaron las primeras investigaciones en el Laboratorio de Fitoquímica (LAFIT) de la Escuela de Química de la Universidad Nacional (UNA). (O’Neal, 2019).

## Ilustración 2

### *Valor nutricional del rambután*

#### **Información nutricional del rambután**

Descripción	Valores	Descripción	Valores	Descripción	Valores
Grasa	0,68%	Nitrógeno	0,14%	Ceniza	0,33%
Proteína	0,91%	Calcio	9,58 mg/100 g	Hierro	0,34mg/1 00g
Magnesio	<b>12,3 mg/100mg</b>	Manganeso	1,06 mg/100g	Potasio	<b>84,1 mg/100g</b>
Sodio	20,8 mg/100g	Zinc	0,17 mg/100 g	Fósforo	<b>16,6 mg/100g</b>
Tiamina	<0,010 mg/100g	Fibra	0,05%	Riboflavina	0,050 mg/100g
Vitamina C	<b>59,4 mg/100 g</b>	Vitamina A	<40 IU/100 g	Fructosa	2,9%
Glucosa	2,9%	Sucrosa	11,4%	Maltosa	< 0,1%
Lactosa	0,1%	Azúcares totales	17,2%		

Fuente: Ulloa (2019) con base en Godoy & Reyes (2007), citado en Arias & Calvo (2014).

## 2.2.4 Variedades del rambután

Como se mencionó anteriormente en el apartado de los antecedentes, son Indonesia, Filipinas y Malasia tres de los países que producen más rambután en el mundo y de donde es originaria la fruta. De estos países, Filipinas es el que tiene más variedades de rambután entre los que están: “*Queen Zaida, Baby Eulie, Princess Caroline, Roxas, Zamora y Quirino*” (Ulloa, 2019, diap. 15). Por el otro lado, Indonesia y Malasia tienen tres variedades dominantes cada uno. La diferencia entre cada una de estas va desde el color y el tamaño hasta el sabor y la facilidad de desprendimiento de la fruta, ya que eso es una preferencia internacional.

### 2.2.4.1 Variedades de rambután cultivadas en Costa Rica

El rambután en Costa Rica no es una fruta originaria, por lo que las variedades actualmente cultivadas provienen de otros países y muchas de ellas se introdujeron al país con las actividades de la United Fruit Company. Por eso, Ulloa (2019) basándose en la información recolectada por Arias y Calvo (2014), determina que hay cinco variedades de rambután que sí se cultivan en Costa Rica. Esas variedades pueden referenciarse en la tabla 1 a continuación:

**Tabla 1**

*Variedades del rambután presentes en Costa Rica*

Nombre o código	País de origen	Características
R134	Malasia	Fruto mediano de color rojo que desprende la pulpa de la semilla fácilmente
R162	Malasia	Fruto dulce, grande de color rojo-amarillento que igual se desprende fácilmente de la semilla, pero es menos jugoso
R167	Malasia	Fruto dulce, grande y más alargado que las variantes anteriores
Jitlee	Singapur	Fruto mediano y rojo. Su principal característica útil es que tiene más tiempo de vida post cosecha
Rongrien	Filipinas	Fruto grande y dulce color rojo, pero con espinates verdes.

Fuente: Elaboración Propia (2022) con base en Arias & Calvo (2014) citado en Ulloa (2019)

### **2.2.5 Propagación del rambután**

Propagar el cultivo del rambután puede hacerse de dos maneras diferentes. La primera de ellas es mediante la semilla, que es el proceso más tradicional. Cuando la propagación se hace mediante semilla, esta “germina entre los 9 y los 25 días después de plantada” (Arias & Calvo, 2014, p. 23). Una vez que la semilla germina, debe de colocarse con la parte más ancha hacia abajo, ya que esto va a permitir que la raíz del árbol sea recta (Arias & Calvo, 2014, p. 23).

Como se mencionó en los antecedentes nacionales, pese a que el método mencionado en el párrafo anterior fue el más utilizado para expandir el cultivo, esto llevó a una heterogeneidad y a una baja calidad de la semilla, lo que permitió diversidad notable de los frutos. En adición, según lo que mencionan Arias y Calvo (2014), “con esta práctica no todos los árboles producen frutos y los que sí, la calidad algunas veces resulta muy baja” (p. 23).

Al ver esos defectos en la calidad, es donde se recomienda la otra forma de propagación, llamada reproducción asexual. Esta es la forma más aconsejable, ya que de esta manera se puede garantizar que todos los árboles brinden frutos. El método de propagación asexual puede realizarse de diversas maneras, no obstante, los expertos dicen que el método idóneo es el injerto (Arias & Calvo, 2014, p. 23).

El proceso de injertación es técnico y complejo, pero de forma resumida, lo que se hace es “tomar una porción de tejido de una planta seleccionada por sus características deseables y colocarla sobre otra ya asentada (el patrón o portainjerto), de manera que quedan soldadas y se desarrollen juntas formando una única planta” (Arias & Calvo, 2014, p. 23). Para esta tesis, lo importante de este método de propagación es que permite una serie de beneficios deseables para la exportación como lo son: la garantía de producción del fruto en el árbol, la calidad y la homogeneidad en el rambután.

### **2.2.6 Cultivo del rambután**

Se debe de recordar que el rambután es originario de climas tropicales húmedos. Por ende, en Costa Rica el cultivo también se hace en zonas donde prevalezca este clima. De esta forma, el rambután se siembra en el país desde “0 hasta 800 metros sobre el nivel del mar (msnm)” (Arias

& Calvo, 2014, p. 18). Otros datos importantes es que se necesita una precipitación promedio por año de entre 3000 y 4000 milímetros, una temperatura cálida que no baje de los 26 grados Celsius y buena luz sobre los árboles, ya que esto es clave para la maduración del fruto (Arias & Calvo, 2014, p. 18).

### **2.2.7 Condiciones del terreno**

Arias y Calvo (2014), expertos del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), mencionan que para el cultivo del rambután es importante conocer hasta el pH del suelo. La recomendación de este ministerio es que esté “entre 5,5 y 6,5” (p. 19). Además de esto, el suelo debe de tener profundidad, ya que como se mencionó anteriormente, el rambután crece en árboles por lo que sus raíces deben de tener espacio.

### **2.2.8 Control de malezas y poda**

García (2021) establece en su tesis que “es recomendable no utilizar herbicidas por lo cual el uso de herramientas manuales para realizar el control de malezas es ideal para la cosecha de rambután” (p. 13). Esto es importante, puesto que el uso de químicos en los frutos es un factor determinante a la hora de exportar y obtener certificaciones a nivel internacional. Por el otro lado, la poda de los árboles puede hacerse con el fin de agilizar la cosecha, lo que se logra al quitar ramas que estén obstruyendo el acceso a los frutos.

### **2.2.9 Cosecha**

Ulloa (2019) menciona que septiembre y octubre son los dos meses de mayor producción de rambután en Costa Rica, sin embargo, se debe recordar que la ventana de cosecha puede variar de acuerdo con la zona. Para la recolección del rambután de los árboles, lo recomendable es hacerlo con tijeras y depositarlos cuidadosamente en las cajas para transporte, ya que, de lo contrario, el fruto puede caerse y perjudicar su calidad (García, 2021).

### **2.2.10 Empaque del rambután**

El empaque del rambután está establecido en una norma CODEX, que lleva por sigla CODEX STAN 246-2005. Esta norma establece que;

(...) se aplica a las variedades y/o tipos comerciales de rambutanes obtenidos de *Nephelium lappaceum* L., de la familia Sapindaceae, que habrán de suministrarse frescos al consumidor, después de su acondicionamiento y envasado. Se excluyen los rambutanes destinados a la elaboración industrial (Food And Agriculture Organization (FAO), 2005).

Como una nota aclaratoria, es importante mencionar que el *Codex Alimentarius* o el Código de Alimentos es “un conjunto de normas, directrices y códigos de prácticas aprobados por la Comisión del Codex Alimentarius” (FAO, s.f). La finalidad de este código es garantizar que los alimentos que se disponen para consumo sean seguros, saludables y comercializables. (FAO, s.f).

### **2.2.11 Clasificación del rambután según CODEX**

El CODEX-STAN 246-2005 establece tres categorías para clasificar el rambután, las cuales son:

1. Categoría extra: Los rambutanes de esta categoría deberán ser de calidad superior y característicos de la variedad y/o tipo comercial. No deberán tener defectos, salvo defectos superficiales muy leves siempre y cuando no afecten al aspecto general del producto, su calidad, estado de conservación y presentación en el envase (FAO, 2005).
2. Categoría I: Los rambutanes de esta categoría deberán ser de buena calidad y característicos de la variedad y/o tipo comercial. Podrán permitirse, sin embargo, los siguientes defectos leves, siempre y cuando no afecten al aspecto general del producto, su calidad, estado de conservación y presentación en el envase: - un ligero defecto de forma; - defectos leves en la piel que en total no excedan el 5% de la superficie del fruto excluyendo los defectos en los filamentos. En ningún caso los defectos deberán afectar a la pulpa del producto (FAO, 2005).
3. Categoría II: Esta categoría comprende los rambutanes que no pueden clasificarse en las categorías superiores, pero satisfacen los requisitos mínimos especificados en la Sección 2.1. Podrán permitirse, sin embargo, los siguientes defectos, siempre y cuando los rambutanes conserven sus características esenciales en lo que respecta a su calidad, estado de conservación y presentación: - defectos de forma; - defectos en la piel que en total no excedan el 10% de la superficie del fruto excluyendo los defectos en los

filamentos. En ningún caso los defectos deberán afectar a la pulpa del producto (FAO, 2005).

### **2.3 Disposiciones de presentación**

De igual forma, el CODEX-STAN 246-2005 tiene regulaciones muy específicas en cuanto a la presentación y etiquetado del rambután. Lo primero que se establece es la homogeneidad del producto, donde se dice que este no puede combinar variedades, colores, calibres, tipos comerciales ni ninguna otra variación de rambutanes. Esto lo que quiere decir es que cada envase deberá tener solo un tipo de rambután y que el producto debe de quedar protegido, mientras cumple con todas las normas de higiene y calidad (FAO, 2005).

#### **2.3.1 Formas de presentación del rambután**

Según el CODEX-STAN 246-2005, hay dos formas de presentar el rambután de manera fresca. La primera de ellas es como frutos sueltos, donde el tallo del fruto cortado no puede excederse de 5mm de la cáscara. La otra posibilidad, es el rambután en racimos, que no pueden contener hojas y el cuál cada rama debe de tener como mínimo dos rambutanes.

### **2.4 Derivados**

Anteriormente, en las formas de presentación del rambután establecidas por el CODEX-STAN 246 se mencionó formas de comercialización del fruto fresco, sin embargo, en el mercado existen gran cantidad de derivados del fruto que pueden brindarle un valor agregado a la venta e incluso facilitar la exportación de productos innovadores.

Según la Real Academia Española (RAE) (2023), una de las definiciones de derivado es “Dicho de un producto: Que se obtiene de otro”. Con base en esta definición, se entiende que para la presente tesis los derivados del rambután son todos aquellos productos distintos al rambután fresco, que utilicen el rambután en su proceso de producción como ingrediente principal, como saborizante o que incluyan elementos de la fruta en nuevos productos.

Para la investigación, el estudio de los derivados es importante, ya que son productos que le brindan un valor agregado distinto que la fruta fresca y que por lo general se venden a mayor

precio, lo que hace que el negocio sea más rentable para los productores. De igual manera, ayuda a la diversificación productiva, mejorando la tecnología, la competitividad y el acceso a diversos mercados que buscan productos diferentes e innovadores.

Dicho lo anterior, en las investigaciones de PROCOMER, la UCR, e incluso otros estudios o propuestas de productores individuales, se han identificado una serie de derivados del rambután que pueden ser valores agregados para el caso costarricense. Algunos de ellos son:

#### **2.4.1 Ramboost**

Para marzo del 2019, la Universidad de Costa Rica publicó una noticia donde menciona el lanzamiento al mercado de un producto antioxidante a base de la cáscara del rambután. Este producto se llama Ramboost y es 100% costarricense, elaborado por jóvenes estudiantes de la UCR con apoyo de la Agencia Universitaria de Gestión del Emprendimiento y otros centros de investigación de la UCR. El componente activo de este producto es el ramburatrol que es “un antioxidante diez veces más potente que las vitaminas C y D. Tiene propiedades antienvjecimiento, ya que protege las células del daño ocasionado por radicales libres en el sistema circulatorio” (O’Neal, 2019).

#### **2.4.2 Barra de cereal con Ramboost**

La empresa Jack’s, que es una compañía de capital costarricense tiene dentro de su línea de productos de barras y bocadillos funcionales un producto llamado Fruttal que tiene como valor agregado el producto Ramboost abarcado en el punto anterior. Se vende como “barra de cereales sabor a arándano, más fruta seca y cobertura con yogurt y con ramburatrol Ramboost como antioxidante natural” (Jacks, 2020).

#### **2.4.3 Rambután en almíbar**

Según el estudio hecho por Ulloa (2019) para PROCOMER, el rambután en almíbar es el principal alimento procesado derivado del rambután que más se comercializa. Tailandia es el país que más exporta esta presentación de rambután y el estudio menciona que se puede encontrar como el fruto solo o en cocktails mezclados (diap. 53).

A nivel costarricense, no se ha encontrado una producción de rambután en almíbar nacional que sea comercializada con registro sanitario, ya que muchas veces es hecho como producto casero o presentado en ferias dedicadas al fruto. No obstante, a nivel de supermercados, sí existen algunos que venden rambután en almíbar, pero es un producto importado.

#### **2.4.4 Rambután deshidratado**

Ulloa (2019) señala a Tailandia nuevamente como uno de los mayores comercializadores de rambután deshidratado a nivel mundial. Para brindarle un mayor valor agregado a este producto, muchos de ellos son 100% naturales y no incluyen preservantes (diap 54).

En el mercado costarricense, destaca la Asociación de Productores y Comercializadores de Frutas Tropicales de Corredores (APROFRUT) quien es una asociación de pequeños productores de rambután de Canoas, Zona Sur del país (RamBerry, s.f). Un representante de la Asociación comenta que están conformados por “16 productores de rambután, 14 hombres y 2 mujeres” (P. Valle, comunicación personal, 7 de enero 2023). De igual forma, en su entrevista él menciona que hay casi “800 hectáreas sembradas solo en Paso Canoas, de las cuáles 40 pertenecen a los productores de la asociación” (P. Valle, comunicación personal, 7 de enero 2023)

La Asociación en los últimos años ha trabajado en la industrialización del rambután. Esto, con el apoyo del Centro Nacional de Ciencia y Tecnología en Alimentos (CITA), quienes “han llevado a la asociación de la mano para la creación de nuevos productos” (P. Valle, comunicación personal, 7 de enero 2023). Asimismo, al día de hoy cuentan con una pequeña planta procesadora para realizar los productos, con miras en que el proyecto sea rentable y puedan hacer más (P. Valle, comunicación personal, 7 de enero 2023).

Esta organización tiene su propia marca de productos llamada RamBerry, donde uno de ellos es la fruta deshidratada tipo dátil. Según su página web, el paquete contiene la fruta sin cáscara con semilla, sin preservantes y sin azúcar agregada. Mencionan también que es ideal para snacks saludables y que puede almacenarse hasta por 6 meses (RamBerry, s.f). Este producto está en proceso de comercialización en el mercado costarricense y en trámite de registro sanitario para luego poder valorar el proceso de exportación.

### Ilustración 3

#### *Rambután deshidratado costarricense*



Fuente: Ramberry, s.f

#### **2.4.5 Chips de rambután**

Las chips de rambután es otro producto muy similar al descrito anteriormente, solo que en este caso, destaca Indonesia como país exportador de estas chips (Ulloa, 2019). Durante la investigación, no se han encontrado marcas costarricenses que elaboren este producto.

Pese a no tener chips registrados a la venta en el país, sí existe un estudio de Ramón Padilla y Martha Cordero para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en conjunto con el CITA, PROCOMER y COMEX por parte de Costa Rica del año 2017 en el que se abordó la creación de una cadena de valor de chips fritos al vacío. Como parte de los productos tomados en cuenta en el estudio se encontraba el rambután, por lo que sí se ve la posibilidad de que como valor agregado se pueda hacer chips de rambután en el país, solo que se requiere de una planta procesadora.

#### **2.4.6 Bebidas con sabor a rambután**

Otro derivado del rambután pueden ser las bebidas con sabor a rambután. A nivel latinoamericano, existe una empresa colombiana llamada Xencha que tiene en el mercado té frío

sabor a rambután. De igual forma, existen otro tipo de bebidas que no son bebidas sabor a rambután, sino que lo colocan como ingrediente principal (Ulloa, 2019, diap. 55).

Para el caso de Costa Rica, no existe la venta de bebidas sabor a rambután de venta en supermercados, no obstante, a nivel local o regional algunos productores lo hacen para consumo propio. Las bebidas sabor a rambután podrían ser un nicho que FIFCO o la misma FEMSA podrían explotar, ya que en el país hay muchos sabores de té frío que son altamente consumidos.

#### **2.4.6.1 Jugo clarificado**

La marca mencionada anteriormente, Ramberry también produce jugo de rambután clarificado. Según lo que publican, el jugo es pasteurizado por lo que su tiempo de almacenamiento es mayor que una fruta fresca (Ramberry Cr, 2022). Si este producto costarricense se llegara a exportar, sería de gran ayuda para sobrepasar los retos logísticos, porque muchas de las barreras fitosanitarias que se tienen con la fruta con cáscara se eliminarían.

#### **2.4.7 Rambután empacado al vacío**

Igual que en los casos anteriores, Ramberry tiene dentro de su cartera de productos el rambután empacado al vacío. En la presentación que disponen en su página, aseguran que tienen bolsas de “250 y 440 gramos” (Ramberry, s.f). Asimismo, este producto ya está procesado, pelado y empacado al vacío. De esta forma, se puede refrigerar el rambután y alargar su vida útil. Es importante aclarar que según el representante de APROFUIT, se está en proceso de introducir esta presentación al mercado, pues el empacado al vacío requiere de una mayor capacidad en la planta procesadora para cumplir con la demanda de diferentes compradores (P. Valle, comunicación personal, 7 de enero del 2023).

#### Ilustración 4

##### *Rambután costarricense empacado al vacío*



Fuente: Ramberry, s.f

#### 2.4.8 Dátiles de rambután

En el 2013, se inició un proyecto en conjunto que involucró a la UCR, al CITA y a la FAO para crear distintas variaciones del rambután y con base en esto poder eliminar desperdicios por sobreproducción y aprovechar de mejor manera la fruta (O’Neal, 2017). Uno de los productos que se logró hacer gracias a la tecnología de alimentos son los dátiles de rambután, que “permite consumir la pulpa y la semilla juntas, con lo que se logra la combinación de ambos sabores en cada bocado” (O’Neal, 2017).

Este producto innovador también lo tiene la marca costarricense Ramberry, donde aseguran que de esta forma puede almacenarse hasta por 6 meses y que es “fruta sin cáscara, con semilla (la semilla se puede comer, porque no es dura y su sabor complementa el sabor de la fruta)” (s.f).

#### **2.4.9 Helado de rambután**

Según Ulloa (2019), este tipo de derivado es más común en el sureste asiático. En el caso del helado, Tailandia es uno de los países más comercializadores del helado de rambután. En Costa Rica, para el año 2012, el Instituto Tecnológico de Costa Rica (ITCR), realizó una iniciativa bajo el proyecto “Fomento a las micro, pequeña y mediana empresa en agrocadenas no tradicionales” en el cual se capacitaba a los productores a elaborar una mermelada de rambután para que esta fuese vendida a la industria láctea y se pudiera convertir en helado (Barrantes, 2012).

El proyecto, planteaba oportunidades para los productores donde los procesos de industrialización fuesen sencillos y no requirieran de maquinaria especializada (Barrantes, 2012). Es por esto, que la elaboración final del helado se dejaba luego en mano de la industria láctea.

#### **2.4.10 Yogurt de rambután**

Similar al caso del helado, Ulloa (2019) destaca a Tailandia como uno de los países importantes en la producción de yogurt de rambután. Algo importante, es que el estudio menciona que muchos de estos productos se comercializan con la certificación halal, que es un atractivo para poblaciones árabes practicantes del islam, ya que es un requisito de consumo.

En Costa Rica no se registra producción comerciada de forma oficial de yogurt de rambután, esto pese a que el proyecto del ITCR contemplaba no solo el helado, sino el yogurt pero el proceso parece no haberse concretado.

#### **2.4.11 Rambután liofilizado**

El liofilizado puede definirse como la “separación de una sustancia, o de una disolución, mediante congelación y posterior sublimación a presión reducida del hielo formado” (RAE, 2023). Este proceso, se usa para la deshidratación y conservación de alimentos. En el caso del rambután, Ulloa (2019) menciona que “este producto no frito se elabora mediante un proceso de liofilización para mantener su nutrición y textura crujiente” (diap. 57).

Ulloa (2019) encontró este producto producido en Taiwán, lo cual es muy útil ya que preserva por más tiempo la fruta, sin quitarle la parte nutritiva. En Costa Rica, lo más similar que

se encontró son los trozos de pulpa deshidratados, que es un proceso similar que ya se abarcó anteriormente.

#### 2.4.12 Productos de cuidado del cuerpo, piel o cabello

Finalmente, otro de los derivados del rambután puede enfocarse en otra industria como lo es la cosmética y la del cuidado de la piel o cabello. Ulloa (2019) concluye en el estudio de PROCOMER que “los lanzamientos en cuidado de la salud y de belleza con rambután es limitado, enfocado principalmente en suplementos alimenticios, cremas corporales, champús, lociones corporales, que aprovechan las propiedades del rambután dentro de sus formulaciones” (diap 58).

Pese a eso, el estudio menciona una crema corporal hidratante hecha en Corea del Sur que está enfocada en la hidratación como un producto en esta línea. Por parte de Costa Rica, la investigación no arrojó productos hechos en el país, no obstante, sí existen algunos a la venta de marcas reconocidas en el cuidado del cabello. Algunos productos para el cuidado del cabello que están a disposición en el mercado costarricense son la crema y el shampoo desintoxicante con rambután.

#### Ilustración 5

*Crema desintoxicante del Grupo Alfaparf*



Fuente: Tulu Store, s.f

Además de observar la ilustración anterior que muestra la crema con rambután, la marca Yellow que es la que comercializa este producto asegura que el ingrediente activo del rambután “es capaz de revitalizar el cabello desde la raíz hasta las puntas, gracias a sus propiedades anticontaminantes aporta energía, proporcionando hidratación y dando vitalidad al cabello” (Tulu Store, s.f).

Esta misma tienda que vende los productos en Costa Rica tiene otra serie de productos que contienen rambután. Para el cabello, está a la venta el Shampoo de Rambután y Albahaca o el de Rambután y Jengibre. Para combatir la caída de cabello hay un tratamiento anticaída de rambután y albahaca y para la piel sensible, hay un tónico de rambután y jengibre.

## **2.5 Política Exterior**

Según la Real Academia Española (RAE) (2023), la política exterior como tal puede definirse como el “conjunto de decisiones y acciones de un gobierno en sus relaciones con otros actores de la escena internacional, con objeto de definir, promover, desarrollar y defender los valores e intereses del Estado en el exterior”. De esta definición, cabe destacar que engloba todos los ámbitos prioritarios de un país, por lo que la política exterior luego debe de subdividirse en distintos temas, como la parte diplomática, comercial, bilateral, multilateral entre otros.

Costa Rica como tal, se ha caracterizado por tener ejes estratégicos de política exterior que son ya reconocidos a nivel mundial como lo son la defensa de la democracia, la promoción y protección de los derechos humanos, el respeto al derecho internacional público, la promoción de la paz y el cuidado del medio ambiente (Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, 2022).

### **2.5.1 Política Comercial Externa**

Dentro de la Política Exterior, se encuentra la política comercial que se define como “el conjunto de regulaciones que determinan cómo se desarrollarán las relaciones económicas entre empresas o individuos locales y agentes del extranjero” (Westreicher, 2020). Asimismo, otros autores como Rodrigo Echeverry (2017) la definen como “las diferentes estrategias o formas que tienen los países para incursionar en el mercado mundial y al mismo tiempo las estrategias o

maneras de defenderse del mercado mundial, cuando ven amenazadas sus industrias nacionales” (p. 15).

En Costa Rica, según el Reglamento Orgánico del Ministerio de Comercio Exterior (2019), es este ministerio quién está encargado de dirigir y definir la política comercial externa y de inversión extranjera del país. El reflejo de esta política comercial se puede ver en las metas fijadas por los diferentes gobiernos en los Planes Nacionales de Desarrollo y en los informes anuales de COMEX.

## **2.6 Plan Nacional de Desarrollo**

Es importante destacar que cada gobierno ha define sus propias acciones y prioridades para promover el desarrollo del país, cuestión que se enmarca en los Planes Nacionales de Desarrollo que son dirigidos por el Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (MIDEPLAN). Para el periodo comprendido en esta tesis, son de interés dos Planes Nacionales de Desarrollo, que son el de 2015-2018 de Luis Guillermo Solís y el de 2019-2022 de Carlos Alvarado.

### **2.6.1 Plan Nacional de Desarrollo 2015-2018 “Alberto Cañas Escalante”**

Este plan propuesto por el gobierno de Luis Guillermo Solís Rivera del Partido Acción Ciudadana (PAC) contiene en su capítulo 5 las propuestas sectoriales para su mandato. Por ende, para esta investigación es pertinente revisar lo proyectado en temas de desarrollo agropecuario y de comercio exterior.

En el apartado del sector agropecuario y rural, se menciona que los tratados de libre comercio son un reto para los productores cuando se inicia el proceso de desgravación arancelaria, por lo que es necesario seguir preparando a los agricultores para enfrentarse de forma correcta al mercado internacional. Otro punto muy importante que se destaca en este Plan Nacional de Desarrollo es que se debe de fortalecer la información y los servicios públicos para estos agricultores, porque que estos se puedan preparar para una mejor competitividad (MIDEPLAN, 2014, p. 286).

Seguidamente, otro punto sectorial abarcado que se relaciona con el comercio del rambután, es que se estableció la necesidad de “diversificar la producción de alimentos incorporando especies nativas no explotadas comercialmente, actualmente subutilizadas y que ofrecen un gran potencial desde el punto de vista nutricional” (MIDEPLAN, 2014, p. 287). Esta cita, realmente ayuda a comprender la importancia de promover el consumo y exportación del rambután, pues aunque no sea una especie nativa, si es cultivada en diversas partes del territorio nacional. Además, anteriormente se rescató su alto valor nutricional que puede usarse no solo como un beneficio a la salud, sino también como un valor agregado comercial.

Finalmente en el punto agrícola, también se resalta la importancia de cuidar y mejorar los controles fitosanitarios. Esto, basado en que los Tratados de Libre Comercio exigen altos estándares de calidad, por lo que el país debe de estar a la altura de los socios comerciales y de poder competir en el mercado internacional (MIDEPLAN, 2014, p. 288).

Para concluir con puntos relevantes del Plan Nacional de Desarrollo 2015-2018, se puede hacer referencia a las metas en comercio exterior propuestas. Este apartado, no es sumamente detallado en cuanto a los bienes o servicios que se deseaban promover, pero si se fijaron metas en cuanto a una mayor exportación, mayor número de empresas exportadoras y al fortalecimiento de la plataforma de comercio exterior del país (MIDEPLAN, 2014, pp. 368-370).

Lo anterior es importante puesto que fortalecer las capacitaciones brindadas por PROCOMER, la información pública y las plataformas en línea de comercio exterior son puntos clave para que los productores estén cada vez más preparados para enfrentarse a una exportación.

### **2.6.2 Plan Nacional de Desarrollo y de Inversión Pública del Bicentenario 2019-2022**

Este plan fue propuesto por el gobierno de Carlos Alvarado Quesada del PAC, quien estuvo frente al gobierno del 2018 al 2022. En temas de comercio exterior, destacan algunas metas importantes para este gobierno como: “Aumentar las exportaciones de bienes en las regiones Brunca, Chorotega y Pacífico Central para favorecer el desarrollo regional” (MIDEPLAN, 2018, p. 139). Dentro de esta meta, sería muy positivo el incentivo del rambután, ya que sería una exportación para la región Brunca, que es el fuerte productor nacional.

Asimismo otra meta en cuanto a política comercial externa es la de “aumentar los encadenamientos productivos apoyados por PROCOMER como medio para el desarrollo nacional” (MIDEPLAN, 2018, p. 141). La industrialización del rambután, daría pie a que Costa Rica pueda ser partícipe de esta clase de encadenamientos que beneficien también el valor agregado y precio del producto.

Seguidamente, en el Sector de Desarrollo Agropecuario, Pesquero y Rural, también se establecieron algunas líneas de acción política que se relacionan con el caso del rambután. En primera instancia uno de los objetivos establecidos es “desarrollar modelos de producción sostenibles en fincas ganaderas y agrícolas” (MIDEPLAN, 2018, p. 133). El tema con esto, es que como uno de los indicadores, se tomó en consideración el número de sistemas agropecuarios bajo el modelo de producción orgánica sostenible, tema que se amplía en las entrevistas realizadas a los expertos, puesto indican que un rambután certificado como orgánico sería un buen valor agregado.

Por otro lado, a un tema que se le da continuación del Plan Nacional de Desarrollo anterior, es el control y vigilancia zoo y fitosanitaria para la protección del país (MIDEPLAN, 2018, p. 134). Esto es realmente un tema de importancia, puesto que de los mayores retos que hay en la exportación del rambután son los controles de medidas sanitarias y fitosanitarias.

Finalmente en este sector, se destaca otro objetivo relevante que es “Controlar el cumplimiento de normas oficiales de calidad de semilla demandada en el mercado para una mayor competitividad del Sector Agropecuario” (MIDEPLAN, 2018, p. 136). La relevancia de esto, es que desde los antecedentes nacionales, otros estudios consultados dejan ver que la calidad de la semilla de rambután costarricense no es la óptima por los malos sistemas de propagación.

## **2.7 Relaciones con Canadá**

### **2.7.1 Relaciones Diplomáticas**

Como se mencionó anteriormente, las relaciones consulares entre Canadá y Costa Rica iniciaron en 1920, pero se fueron consolidando en la década de los 50 y 60 con firmas de tratados

bilaterales y la apertura de representaciones diplomáticas entre ambos países. Dicho esto, desde el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto (2022) se dice que

Canadá y Costa Rica han disfrutado de relaciones bilaterales por más de 60 años, cuya base ha sido una asociación en asistencia para el desarrollo, cooperación en asuntos multilaterales e iniciativas internacionales, incremento en comercio e inversiones a través del Tratado de Libre Comercio Canadá-Costa Rica y otros lazos basados en el turismo, el intercambio de estudiantes y la inmigración (párr. 2).

Para ampliar este tema de las relaciones entre Canadá y Costa Rica, se hizo una entrevista a un internacionalista quien fungió como representante diplomático para Costa Rica. El entrevistado indica que “las relaciones entre Costa Rica y Canadá son buenas, contando con una reciprocidad muy fuerte” (D. López, comunicación personal, 19 de diciembre del 2022). Asimismo comenta que “ambos países pertenecen al Grupo de Cairns en la Organización Mundial del Comercio (OMC), que es el grupo que busca liberalizar el comercio de productos agroalimentarios” (D. López, comunicación personal, 19 de diciembre del 2022)

## **2.7.2 Tratado de Libre Comercio**

El glosario de la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales de Chile (s.f) define los Tratados de Libre Comercio como

(...) un acuerdo comercial regional o bilateral que busca ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes. Básicamente, consiste en la eliminación o rebaja sustancial de los aranceles para los bienes entre las partes, y acuerdos en materia de servicios. Este acuerdo se rige por las reglas de la Organización Mundial de Comercio (OMC) o por mutuo acuerdo entre los países participantes.

### **2.7.2.1 TLC Costa Rica-Canadá**

Como se ha mencionado anteriormente, el Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y Canadá es uno de los primeros que firmó el país, haciendo que tenga un gran recorrido. Este TLC

entró en vigor el 1 de noviembre del 2002, con la “ley No. 8300 del 10 de septiembre del 2002, publicada en el Alcance No. 73 de La Gaceta No.198 del 15 de octubre del 2002” (COMEX, 2023).

Para Costa Rica, la firma de este tratado de libre comercio representa todo un hito, ya que fue el primero con un país desarrollado, lo que incrementó los flujos de comercio con este país (COMEX, 2023). No obstante, al ser un TLC firmado hace tanto tiempo, la evolución del comercio ha traído consigo retos en el marco del texto vigente. Esto se afirma, ya que en una entrevista con una representante de la sección comercial de la Embajada de Canadá en Costa Rica la funcionaria comenta que “debido a que el TLC es de “primera generación”, muchos sectores más modernos, como el comercio electrónico y el comercio de servicios, no están incluidos” (T. Ames, comunicación personal, 22 de diciembre del 2022).

Al respecto de la situación anterior, el Ministerio de Comercio Exterior establece que desde el 2010 se inició la negociación de modernización del Tratado, pero que estas conversaciones tuvieron que suspenderse en el 2013 por las diferencias con Canadá en materia de reglas de origen y acceso a mercados (COMEX, 2023). Recientemente, el actual ministro de comercio exterior, Manuel Tovar afirmó de que “ya es hora de actualizar el TLC con Canadá” (La República, 2022), por lo que se espera que en un futuro cercano se entablen nuevamente las conversaciones.

Finalmente en cuanto al texto que se encuentra vigente, este consta de 15 capítulos, donde la mayoría son muy generales. El TLC abarca temas como el trato nacional y el acceso a mercados, reglas de origen, procedimientos aduaneros, medidas de emergencia y antidumping, servicios e inversión, facilitación del comercio entre otros temas más (COMEX, 2023).

### **2.7.3 Relación comercial Costa Rica-Canadá**

Sin duda alguna, la firma del Tratado de Libre Comercio con Canadá vino a dinamizar el comercio de Costa Rica con este país. La funcionaria de la embajada canadiense comenta que “el 2022 marcó el vigésimo aniversario del Tratado de Libre Comercio entre Canadá y Costa Rica y, desde entonces, las exportaciones de ambos lados han aumentado un 200 %, sin embargo, todavía hay espacio para la expansión” (T. Ames, comunicación personal, 22 de diciembre del 2022).

En cuanto a las estadísticas comerciales, COMEX brinda algunas cifras del intercambio comercial entre ambos países entre el 2007 y el 2021, las cuales se pueden observar a continuación.

## Ilustración 6

### *Intercambio comercial de Costa Rica y Canadá*

		Costa Rica Flujo Comercial con Canadá 2007 - 2021														
		Millones US\$														
		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Exportaciones</b>		61,5	50,0	42,1	74,6	89,6	67,7	77,6	69,2	100,0	86,3	75,3	79,9	105,6	77,2	99,7
<i>Tasa de crecim. X (%)</i>		n.a	-18,7%	-15,7%	77,1%	20,1%	-24,5%	14,6%	-10,8%	44,6%	-13,7%	-12,8%	6,1%	32,3%	-26,9%	29,1%
<b>Importaciones</b>		116,6	159,2	102,9	114,8	178,4	234,3	147,2	174,8	159,8	155,5	153,0	154,2	160,2	166,2	198,6
<i>Tasa de crecim. M (%)</i>		n.a	36,5%	-35,4%	11,5%	55,5%	31,3%	-37,2%	18,8%	-8,6%	-2,7%	-1,6%	0,8%	3,9%	3,8%	19,5%
<b>Comercio total</b>		178,1	209,2	145,0	189,4	268,1	302,0	224,7	244,0	259,8	241,8	228,3	234,1	265,9	243,5	298,3
<i>Tasa de crecim. (X+M) (%)</i>		n.a	17,4%	-30,7%	30,6%	41,5%	12,7%	-25,6%	8,6%	6,5%	-6,9%	-5,6%	2,6%	13,6%	-8,4%	22,5%

Fuente: COMEX, con base en cifras de PROCOMER y BCCR.  
Corresponde a cifras preliminares, mejoradas con las disposiciones del MBP6.

Fuente: COMEX, 2022

De la imagen anterior, se puede notar como en los cinco años que comprende esta tesis, solo el 2017 y el 2020 tuvieron tasas de comercio negativas. En el 2017, tanto las exportaciones como las importaciones disminuyeron, mientras que en el 2020, se redujeron drásticamente las exportaciones. Pese a las grandes afectaciones del COVID-19 al comercio en el año 2020, las importaciones que hizo Costa Rica de Canadá siguieron mostrando un aumento. Finalmente, en el 2021, la tasa de crecimiento del intercambio comercial entre países mejoró significativamente, lo que lo convirtió en el segundo año con más exportaciones, solo por detrás del 2019 y el primer año en cuanto al total de importaciones.

Visualizadas estas estadísticas, también se pueden resaltar los productos más importados y exportados. En cuanto a las importaciones, los diez productos que más trae Costa Rica de Canadá son: trigos, abonos, papel, papas, medicamentos, productos orgánicos para fluorescentes, aceleradores de partículas, circuitos impresos y muebles con sus respectivas partes (PROCOMER, 2021).

Seguidamente, en cuanto a las exportaciones hechas, los diez productos más comprados por Canadá son: tubos y accesorios de hierro o acero, azúcar, frutos sin cocer congelados, café, piña, prótesis de uso médico, otros dispositivos médicos, jugos y concentrados de frutas, papayas frescas y equipos de infusión o transfusión de sueros (PROCOMER, 2021).

Un dato importante que se debe destacar es que las estadísticas de importación y exportación son las reportadas por parte de Costa Rica, pero según la embajada canadiense

(...) las estadísticas comerciales de Costa Rica muestran una balanza comercial diferente a las estadísticas canadienses. Esto se explica en parte por los trans-shipments a través de los EE. UU. Costa Rica registra los productos que se envían a los EE. UU., pero cuando luego se envían a Canadá, Canadá registra el país de origen como Costa Rica y no como los EE. UU. Por lo tanto, existe una discrepancia en los números de exportación/importación (T. Ames, comunicación personal, 22 de diciembre del 2022).

Las estadísticas mencionadas anteriormente, son de vital importancia para la presente tesis, en especial las de exportación. Esto puesto que denota el alto valor exportado de jugos y concentrados de frutas (un posible derivado del rambután) y de papaya fresca, que es otra fruta tropical al igual que el rambután. De esta manera, se confirma que en el mercado canadiense existe una demanda de frutas tropicales considerable, ya que el país por su clima no las puede producir.

## **2.8 Comercio Exterior**

La Real Academia Española en su Diccionario Panhispánico del Español Jurídico (2022) define el comercio exterior como el “conjunto de operaciones del tráfico comercial internacional caracterizadas por la intervención del Estado, que se manifiesta principalmente en el ámbito de la importación y la exportación de mercancías”. Como se mencionó anteriormente, en Costa Rica es el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX) quien define y conduce la política de comercio exterior del país.

### **2.8.1 Comercio Exterior de Costa Rica**

Dentro de la política elaborada por COMEX, existen tres pilares fundamentales que son estándar para la política de comercio exterior de Costa Rica los cuales son

(...) (i) la consolidación, ampliación y racionalización de la plataforma de comercio exterior, que establece las reglas y disciplinas bajo las cuales se desarrollan el comercio y la inversión en el país y con nuestros principales socios comerciales; (ii) el mejoramiento del funcionamiento de esta plataforma, a través de la debida administración y aplicación de los acuerdos que la conforman; y (iii) el impulso para su aprovechamiento por parte de más costarricenses, gracias al mejoramiento de la competitividad, la promoción del comercio exterior y la atracción de IED de diversos orígenes (Ministerio de Comercio Exterior, 2019, p. 2)

Mencionados los pilares básicos del comercio exterior en Costa Rica, se puede entender de mejor manera cuál es el rol de COMEX en esto, ya que son los encargados del

(...) adecuado ejercicio de la rectoría de la política comercial e inversión externas, tendiente a impulsar el crecimiento económico del país, promover la diversificación de la oferta exportable y de sus mercados de destino, y abrir nuevas y mejores oportunidades de desarrollo para la población, a través de: (i) la negociación, gestión y aplicación de acuerdos comerciales; (ii) la promoción del comercio exterior y el desarrollo de encadenamientos productivos; y (iii) la consolidación y expansión de la atracción de IED de diversos orígenes, como complemento y catalizador de la oferta exportable del país. (Ministerio de Comercio Exterior, 2019, p. 2)

### **2.8.2 Promoción del Rambután**

Ahora bien, una vez comprendidos los ejes de política y comercio exterior que posee Costa Rica, se puede denotar cómo el rambután y sus derivados encajan dentro de los planes del país. En primera instancia, al tener un Tratado de Libre Comercio vigente el país tiene el compromiso de aplicar los beneficios y otros de sus aspectos técnicos, labor que está adjudicada al Ministerio de Comercio Exterior.

Seguidamente, diversas instituciones del país han desarrollado una serie de estudios sea directamente del rambután, de las oportunidades del mercado canadiense, del mercado de frutas exóticas o de los derivados. De estos estudios destacan:

- “Oportunidades de comercialización de productos agrícolas incipientes”, desarrollado por Enrique Ulloa de la Dirección de Inteligencia Comercial de PROCOMER en el 2017.
- “Evaluación de opciones de valor agregado para rambután y bambú”, elaborado por Enrique Ulloa de la Dirección de Inteligencia Comercial de PROCOMER en el 2019.
- “Mercado de Frutas Exóticas en Canadá”, hecho por Enrique Ulloa de la Dirección de Inteligencia Comercial de PROCOMER en el 2018.

Adicionalmente, existen esfuerzos en materia de investigación y transferencia de tecnología que también se relacionan con la comercialización del rambután, como, por ejemplo:

- “Proyecto B3-510”: Búsqueda de alternativas de encadenamiento de agroindustrialización de frijol y del rambután a través de una propuesta para su implementación técnica y operativa que dinamice el desarrollo local y mejore la condición socioeconómica de los productores” que fue desarrollado por el CITA (CITA, 2021).
- “Proyecto DAIR”: Este fue otro de los proyectos del CITA que se enfocaba en  
(...) brindar apoyo técnico-científico a MIPYMES agroindustriales rurales, organizaciones establecidas de pequeños productores agrícolas y pecuarios, asociaciones de hombres y mujeres, grupos indígenas y jóvenes en el tema de valor agregado y de emprendimiento a través de la capacitación, asesorías técnicas puntuales y seguimiento (CITA, 2021).

Ese fue el proyecto que desarrolló derivados como el jugo clarificado, las semillas de rambután tipo pistacho y otros más. Mediante este proyecto es como hoy en día APROFRUIT está tratando de revolucionar su comercialización.

- El Instituto Nacional de Innovación y Transferencia Tecnológica Agropecuaria (INTA) también tiene proyectos del rambután. Específicamente en las líneas de investigación e innovación frutal el rambután entra en un proyecto que busca “desarrollar y transferir tecnología en frutales con buenas características genéticas, agronómicas y con potencial agroindustrial que permita a los agentes económicos de la agrocadena, satisfacer sus necesidades” (INTA, s.f).
- Finalmente se encuentra el proyecto “Consolidación de la agroindustrialización del rambután y su implementación técnica en la región Brunca para el mejoramiento de la calidad de vida de los pequeños Productores” que fue hecho en conjunto con la Universidad de Costa Rica y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO)

De esta manera, se puede evidenciar la relevancia y la conexión que existe entre la política exterior del país en materia agrícola (ya abarcada con los Planes Nacionales de Desarrollo), la política comercial e incluso las investigaciones desarrolladas por otras instituciones gubernamentales, hizo que el rambután sea un cultivo de importancia.

Asimismo, es importante visibilizar que estos proyectos no son solo de interés económico y social para el país, sino que muchos de ellos han logrado realizarse en conjunto con organismos internacionales que brindaron apoyo técnico y económico para lograr los objetivos planteados. Realmente, esto viene a demostrar que los esfuerzos técnicos, científicos y de innovación se han hecho porque se cree en la viabilidad del fruto y su comercialización en Costa Rica. Es así como se vincula el accionar político, económico, comercial y hasta las relaciones internacionales en un cultivo no tradicional como lo es el rambután.

## **2.9 Instituciones involucradas en el comercio exterior**

### **2.9.1 Ministerio de Comercio Exterior (COMEX)**

El Decreto No. 28471-COMEX, que es el Reglamento Orgánico del Ministerio de Comercio Exterior, en su artículo número dos establece de manera muy clara cuáles son sus funciones:

El Ministerio de Comercio Exterior tiene por función definir y dirigir la política comercial externa y de inversión extranjera de la República, incluso la relacionada con Centroamérica, y ejercer las demás funciones previstas en su Ley de Creación N° 7638 del 30 de octubre de 1996, también denominada en adelante "Ley de COMEX". Ejerce la administración internacional no contenciosa y la representación del Estado costarricense en el exterior en asuntos comerciales y de inversión y es el órgano por el cual éste realiza todas sus gestiones relacionadas con estas materias ante gobiernos e instituciones extranjeras. (COMEX, 2019, art. 2)

Mencionar a COMEX en esta tesis es relevante, ya que es la institución pública y gubernamental que se encargó de negociar el Tratado de Libre Comercio con Canadá y ahora que está en vigencia debe de administrarlo, promover el comercio con este país, además de que estarían a cargo de la modernización del TLC que se trató de iniciar en el 2010. De igual manera, en caso de que surja una diferencia comercial, es este ministerio el encargado de la representación adecuada del país, por lo que realmente COMEX funge un rol primordial para proteger y promover los intereses comerciales de Costa Rica.

### **2.9.2 Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER)**

PROCOMER es una “entidad pública de carácter no estatal que tiene a su cargo la promoción de las exportaciones costarricenses” (PROCOMER, 2023, párr. 1). Esta institución;

(...) fue creada en 1996 con la Ley N°7633 para asumir las funciones que -hasta ese momento- realizaban la Corporación de Zonas Francas de Exportación; el Centro para la

Promoción de Exportaciones e Inversiones (CENPRO) y el Consejo Nacional de Inversiones.

De acuerdo con su ley de creación, PROCOMER es responsable de:

- Diseñar y coordinar programas relativos a exportaciones e inversiones.
- Apoyar técnica y financieramente al Ministerio de Comercio Exterior (COMEX), para administrar los regímenes especiales de exportación.
- Promover y proteger los intereses comerciales del país en el exterior.
- Centralizar y agilizar los trámites de importación y exportación.
- Dar seguimiento a las estadísticas del comercio exterior. (PROCOMER, 2023)

Para la presente investigación, PROCOMER es una institución sumamente relevante, pues la que más ha aportado a la investigación del mercado del rambután y sus posibilidades de comercialización. Desde los antecedentes se ha notado cómo esta ha desarrollado diferentes estudios de inteligencia comercial que involucren el fruto objeto de esta tesis de manera directa o indirecta, por lo que es un recurso valioso para tomar decisiones comerciales y para la información del medio.

En adición a eso, PROCOMER cuenta con capacitaciones y asesorías para exportar, por lo que es una institución fundamental en el proceso de internacionalizar el rambután. Esto se observa al considerar que la mayoría de los productores son pequeños y que no hay grandes gremios organizados, por lo que la ayuda o acompañamiento en temas documentales y de acceso a mercados es una necesidad que debe de atenderse.

### **2.9.2.1 Plan Estratégico de PROCOMER 2019-2022**

Al respecto de PROCOMER, esta institución desarrolla planes estratégicos para enmarcar de mejor manera los objetivos a seguir durante determinado plazo. En esta tesis, se resalta el plan estratégico del 2019 al 2022 porque contiene los resultados obtenidos entre el 2015 y el 2018, así como metas más actuales, que abarcan así todos los años a estudiar en esta investigación.

En primera instancia, de lo alcanzado entre el 2015 y el 2018, resaltan ciertos indicadores principalmente en materia de la diversificación y eficiencia operacional. Esto puesto que la meta era que la estrategia estuviese impregnada de “inclusión, sostenibilidad e innovación” (PROCOMER, s.f, p. 13). Además, estos proyectos estaban enfocados en PYMES, lo cual para el caso del rambután es importante, pues muchas de las asociaciones de producción o las fincas individuales de producción son catalogadas como PYMES o incluso MIPYMES.

Ahora bien, en cuanto a las aspiraciones del último plan 2019-2022, PROCOMER comienza referenciando el Plan Nacional de Desarrollo del Bicentenario que ya fue desarrollado anteriormente, pues es en este documento donde se fija la meta del “aumento de las exportaciones de las regiones Brunca, Chorotega y Pacífico Central” (PROCOMER, s.f, p. 15). Esto viene a demostrar cómo el trabajo entre las instituciones es articulado, pues si bien fue el gobierno quien fijó la meta del crecimiento en las exportaciones, es deber de COMEX y PROCOMER lograrlo.

Finalmente, este plan estratégico delimita los pilares de trabajo, donde destaca primero la “creación de una nueva oferta exportable” (PROCOMER, s.f, p. 26). De esa manera, se colocan los productos agrícolas incipientes que, como se mencionó anteriormente, es donde se puede clasificar el rambután.

Para lograr lo propuesto, las acciones que decidió tomar PROCOMER se basan en la generación de capacidades para incentivar la exportación, en la asesoría y en el fortalecimiento de las propuestas de valor, entre otros actos más. Se resaltan esas tres acciones, pues son las que se relacionan con el caso en curso, puesto que la producción y exportación del rambután es una actividad que requiere de mayor impulso, generación de valor agregado mediante industrialización y mucho acompañamiento, pues el gremio no está bien organizado.

### **2.9.3 Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE)**

CINDE es una “organización privada, apolítica y sin fines de lucro” (CINDE, s.f) que se encarga de la atracción de inversión extranjera directa al país (IED). CINDE es la institución que en conjunto con COMEX y PROCOMER antes mencionadas trabajan arduamente en la promoción del desarrollo, la economía y el comercio sea mediante la IED o las exportaciones.

Los servicios que pone a disposición CINDE son gratuitos y dentro de ellos se encuentran: “asesoría de inversión, proceso de instalación, encadenamientos productivos en conjunto con retención y expansión de inversiones” (CINDE, s.f) Para el caso del rambután, esto es importante especialmente por los encadenamientos productivos, ya que significan una oportunidad para colaborar con la industrialización de la fruta fresca.

La necesidad de resaltar a CINDE como parte de esta tesis es que, para promover el proceso de industrialización del rambután, se puede hacer uso de la IED donde sean empresas extranjeras las que colaboren al menos a iniciar con la producción a mayor escala de los derivados del rambután. En conjunto a esto, en abril del 2022 se “aprobó el proyecto de ley 22607 conocido como Ley de fortalecimiento de la competitividad territorial para promover la atracción de inversiones fuera de la Gran Área Metropolitana (GAM)” (CINDE, 2022, párr. 4). Esta ley establece que hay incentivos para la agroindustria y la industria alimentaria fuera del GAM, lo cual es ideal pues el rambután se produce en zonas que ingresan dentro de esta clasificación tanto en la zona norte, sur y atlántica del país.

#### **2.9.4 Ministerio de Salud**

El Ministerio de Salud es una institución del Estado que cumple con una diversidad de tareas vitales para la protección del ser humano y los consumidores. De forma general, la misión de este ministerio es ser:

(...) la institución que dirige y conduce a los actores sociales para el desarrollo de acciones que protejan y mejoren el estado de salud físico, mental y social de los habitantes, mediante el ejercicio de la rectoría del Sistema Nacional de Salud, con enfoque de promoción de la salud y prevención de la enfermedad, propiciando un ambiente humano sano y equilibrado, bajo los principios de equidad, ética, eficiencia, calidad, transparencia y respeto a la diversidad (Reglamento Orgánico del Ministerio de Salud, 2008, art. 2)

Para los efectos de esta tesis, la importancia del Ministerio de Salud es que es el ente encargado de emitir el registro sanitario para la comercialización legal de los alimentos. En este caso, es la Dirección de Regulación de Productos de Interés Sanitario la encargada de:

(...) garantizar la calidad, seguridad, eficacia e inocuidad de los productos de interés sanitario que afectan directa o indirectamente la salud de las personas, así como los establecimientos relacionados con éstos, mediante la aplicación de procesos de normalización, registro y control, con el fin de contribuir a la protección y mejoramiento de la salud de las personas. (Reglamento Orgánico del Ministerio de Salud, 2008, art. 30)

Según la información colocada en la página web del Ministerio de Salud al respecto del registro de alimentos, este requisito:

- Se realiza de forma virtual.
- Cuesta 100 dólares estadounidenses por producto.
- La vigencia del registro de alimentos es 5 años.
- Para los alimentos nacionales que sería la categoría donde clasificarían los derivados de rambután que deben de adquirir este permiso, los requisitos adicionales son: la etiqueta original según los lineamientos establecidos en el Decreto N° 37280 y el permiso sanitario de funcionamiento vigente con la actividad de fabricación o elaboración de alimentos.

(Ministerio de Salud, 2022)

### **2.9.5 Ministerio de Industria y Ganadería**

El ministerio de industria y ganadería (MAG) es una institución del Estado que tiene como misión:

(...) impulsar la dignificación de las familias rurales de pequeños y medianos productores de los territorios rurales, promoviendo el desarrollo de capacidades técnicas y de gestión empresarial en los sistemas productivos y en las organizaciones agropecuarias, que promuevan la competitividad, equidad y sostenibilidad social, económica y ambiental de la actividad agropecuaria (Reglamento Orgánico del Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2018)

Para la presente tesis, el rol de este ministerio es vital, pues es el que se ha encargado de investigaciones, asesoramiento e incluso en algunos casos de promover el cultivo del rambután.

De igual forma, al ser el rambután un producto agrícola, el MAG es la autoridad gubernamental quien debe asegurarse de la seguridad de los procesos e incluso del seguimiento que deben tener las plantaciones.

#### **2.9.5.1 Servicio Fitosanitario del Estado (SFE)**

El Servicio Fitosanitario del Estado es una dependencia del MAG que desempeña una tarea crucial para el país. Esto, porque su función no es solo proteger la salud de las personas, sino también el ambiente y los ecosistemas nacionales. Por ende, el SFE debe de:

(...) controlar y regular el intercambio comercial de productos agrícolas tanto en la importación como para la exportación, el registro, control y regulación de sustancias químicas y biológicas de uso agrícola (plaguicidas, fertilizantes, sustancias biológicas y otros productos afines), su control de calidad y los niveles máximos de residuos permitidos (LMR) de los plaguicidas en los productos de consumo fresco, certifica la condición fitosanitaria de los productos para la exportación, mantiene la vigilancia y el control de las plagas de importancia económica y sobre aquellas plagas no presentes en el país que puedan representar una amenaza potencial para la producción agrícola nacional (SFE, 2023).

En el caso en curso, el SFE no puede olvidarse, ya que, si se desea completar una exportación exitosa al mercado canadiense, los exportadores deben de cumplir con los requerimientos y las regulaciones que pide la entidad para garantizar que la carga pueda salir del país sin problemas. Adicionalmente, como ya se ha abarcado en secciones anteriores, el rambután fresco con todo y su cáscara es un fruto el cuál se le debe de tener cuidado en su limpieza y control de plagas, ya que al tener los espinaretes se hace más sencillo la acumulación de bacterias, hongos, e incluso tierra que es inaceptable para la exportación.

#### **2.9.6 Documentos del Servicio Fitosanitario del Estado relacionados a la exportación del rambután**

El SFE tiene un instructivo técnico para poder llevar a cabo la inspección y certificación del rambután para exportación. En este caso, la entidad tiene esta guía para el destino de los

Estados Unidos pues es al país que más se exporta rambután costarricense. Pese a esto, a continuación se mencionan una serie de documentos o formularios que aplican para el rambután en general, según el Servicio Fitosanitario del Estado (2007):

- Instructivo CF-I-14: Instructivo para hacer la inscripción en línea del Registro de Exportadores de plantas y productos agrícolas no tradicionales, de tratantes y fabricantes de embalaje de madera
- Instructivo CF-I-19: Instructivo técnico para instalaciones de empaque para exportación
- Formulario CF-I-29\_F-01: Formulario para la notificación de plantaciones de rambután
- Formulario CF-I-29\_F-03: Formulario de control de plantas del rambután
- Formulario CF-I-29\_F-05: Formulario de control de plantas empacadora de rambután
- Formulario CF-PO-04: Procedimiento para el trámite de solicitudes de certificación de tratamiento o de inspección fitosanitaria
- Formulario CF-PO-05: Procedimiento para el trámite de solicitudes de Declaración de Ausencia de Plagas o Condición Fitosanitaria Específica

## **2.10 Organismos Internacionales del Comercio**

### **2.10.1 Organización Mundial del Comercio**

La Organización Mundial del Comercio (OMC) es “es la única organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países” (OMC, s.f). Para esta tesis, la OMC es importante, pues Costa Rica pertenece a esta organización desde el 1 de enero de 1995 y ha firmado tratados importantes como el Acuerdo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF) y el Acuerdo de Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC) que inciden en la exportación del rambután.

### **2.10.2 Normativa Internacional**

La OMC tiene una serie de instrumentos comerciales que están en pro de liberalizar el comercio, siempre buscando respetar las prioridades y necesidades de los países. Es de esta forma, como dentro de la OMC los países miembros han adoptado una serie de acuerdos importantes, la

mayoría de ellos multilaterales. Para el objeto de esta tesis resaltan dos que inciden directamente en la comercialización del rambután que se citan a continuación.

#### **2.10.2.1 Acuerdo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (AMSF)**

El Acuerdo sobre Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, es un instrumento de carácter internacional que:

(...) permite a los Miembros de la OMC establecer sus propias normas en materia de inocuidad de los alimentos, sanidad animal y preservación de los vegetales. Pero es preciso que esas normas estén fundadas en principios científicos, que solo se apliquen en la medida necesaria para proteger la salud y la vida de las personas y de los animales o para preservar los vegetales y que no discriminen de manera arbitraria o injustificable entre países en que prevalezcan condiciones idénticas o similares (OMC, s.f, párr. 2).

Este acuerdo es aplicable para el caso del rambután, ya que Canadá tiene el derecho de proteger la salud de los consumidores y, también preservar sus bienes agrícolas autóctonos, por lo que puede solicitarle al exportador costarricense ciertas medidas que garanticen que el rambután exportado sea seguro para el consumo humano pero que además no tenga ningún riesgo fitosanitario. El Acuerdo MSF es de gran utilidad en el caso de exportar el rambután fresco o en general, cualquier derivado alimenticio.

#### **2.10.2.2 Acuerdo de Obstáculos Técnicos al Comercio (AOTC)**

El otro instrumento internacional de la OMC relevante para el caso es el Acuerdo de Obstáculos Técnicos al Comercio (AOTC), esto pues este

(...) trata de asegurar que los reglamentos, las normas y los procedimientos de prueba y certificación no creen obstáculos innecesarios. Sin embargo, en el Acuerdo se reconoce también el derecho de los países a adoptar las normas que consideren apropiadas; por ejemplo, para la protección de la salud y la vida de las personas y de los animales o la preservación de los vegetales, para la protección del medio ambiente o en defensa de otros intereses de los consumidores. (OMC, s.f, párr. 9-10).

La relevancia de este acuerdo reside especialmente en los derivados del rambután con potencial de exportación, ya que es mediante este acuerdo que se han regulado cuestiones de empaque, embalaje y etiquetado de los productos. Cuando ya se habla de un producto terminado o más industrializado como lo son los derivados expuestos en secciones anteriores, los exportadores costarricenses deberán prestar más cuidado a este tipo de regulaciones incluidas en el AOTC, pues el incumplimiento de estas medidas puede incidir en el rechazo de un producto al mercado meta.

## **2.11 Conceptos relacionados a la exportación**

### **2.11.1 Arancel**

Según la Organización Mundial del Comercio (s.f), “los derechos de aduana aplicados a las importaciones de mercancías se denominan aranceles” (párr. 1). El propósito de la instauración de aranceles es dar una leve ventaja a los bienes producidos dentro del país con materia prima nacional, pues de esta manera la producción no incurre en gastos de aranceles por la importación. Además, los aranceles son parte de los ingresos que recaudan los gobiernos (OMC, s.f).

En temas de aranceles, cabe mencionar que desde la OMC se han hecho esfuerzos por liberalizar el comercio y reducirlos progresivamente, específicamente en “relación con el acceso a los mercados para los productos agrícolas y no agrícolas (OMC, s.f, párr. 1). Esto es relevante, ya que es común que los países tengan aranceles sumamente elevados para bienes agrícolas, que buscan proteger así al productor nacional.

#### **2.11.1.2 Trato arancelario preferencial**

Dentro del marco de la OMC, existen distintos tipos de aranceles reconocidos. El arancel preferencial o el trato arancelario preferencial es uno de los aceptados dentro de la organización y “significa el arancel aplicable bajo un Tratado a una mercancía originaria” (COMEX, 2023, p. 4).

En el caso de la exportación del rambután de Costa Rica a Canadá, se cuenta con un Tratado de Libre Comercio vigente, por lo que se puede acceder de forma legal a este trato arancelario preferencial siempre y cuando la mercancía sea originaria de nuestro país.

### **2.11.2 Barreras no arancelarias**

Anteriormente ya se mencionó cuáles son las barreras arancelarias y los esfuerzos que se han hecho dentro de la OMC para ir eliminándolas progresivamente, sin embargo, en el comercio existen otro tipo de barreras que se han hecho cada vez más populares como lo son las barreras no arancelarias. Estas son consideradas “todas aquellas medidas (diferentes del arancel) que impiden el libre flujo de mercancías entre los países. También se incluyen las medidas que estimulan artificialmente la producción y el comercio” (Sarquis, 2002, p. 2)

En contraposición a los aranceles, las barreras no arancelarias se han vuelto cada vez más populares. En el caso de la exportación del rambután, las medidas sanitarias y fitosanitarias que sean aplicables al producto son catalogadas como una barrera no arancelaria. A su vez, los requisitos adicionales en temas de etiquetado, embalaje, requisitos técnicos, documentación y otros trámites aduanales extensos son considerados barreras no arancelarias al comercio.

### **2.11.3 Certificaciones**

En el mercado internacional existen una gran gama de certificaciones que pueden considerarse barreras no arancelarias (cuando son obligatorias para el ingreso del producto al mercado) o valores agregados (cuando la certificación diferencia y posiciona el producto, pero no es un requisito de ingreso). Para el caso del rambután, que es un producto agrícola se considera que “(...) las certificaciones internacionales fueron creadas para asegurar la calidad e inocuidad de los productos importados y dar confianza a la gente sobre su consumo” (Aceves, 2021, p. 42).

En el mercado, existen una gran cantidad de certificaciones ofertadas para que los productores y/o exportadores puedan adquirirlas, sin embargo, a continuación se mencionan las más relevantes para el caso de la exportación del rambután.

### **2.11.4 Certificado Fitosanitario**

En Costa Rica, existen diversas leyes que establecen que los “productos o subproductos de origen vegetal, deben ir amparados a un documento oficial que es el Certificado Fitosanitario de Exportación; documento por medio del cual se da fe del estado de sanidad y procedencia de las plantas y productos vegetales” (Servicio Fitosanitario del Estado, 2007, p. 5). Este certificado

fitosanitario deben de tramitarlo los exportadores y deben de verificar los requisitos del mercado destino para poder incluirlos adecuadamente en este trámite. Finalmente, según las tarifas del Servicio Fitosanitario del Estado que entran en vigor el 1º de febrero del 2023, este trámite para exportadores de productos no tradicionales como lo es el rambután tiene un costo de 70.812 colones (SFE, 2023, p. 1).

### **2.11.5 Certificación Orgánica**

Antes de mencionar el tema de la certificación orgánica, se debe tener presente que los productos orgánicos son aquellos “vegetales, animales o derivados, que se cultivan o crían con sustancias naturales sin utilizar plaguicidas ni fertilizantes artificiales, entre otros químicos” (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural de México, 2019).

Dicho esto, en Costa Rica existe un Reglamento para la Agricultura Orgánica del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Este reglamento es sumamente específico y tiene como objetivo “establecer directrices tendientes a regular la producción, elaboración y comercialización de productos agropecuarios orgánicos en Costa Rica, así como definir la normativa para las diferentes etapas de los procesos de producción y certificación de los mismos” (MAG, 1997, art. 1).

En cuanto a los requisitos para certificar un producto como orgánico, el reglamento del MAG (1997) es bastante estricto en su proceder, por lo que se resaltan solo algunas de las particularidades como:

- Para que un producto pueda ser certificado como orgánico, deberá cumplir con los requisitos del reglamento por al menos tres años.
- La producción debe de realizarse completamente aislada de otra producción que no sea orgánica. No se pueden mezclar en ninguna circunstancia.
- El productor es el encargado de guardar la evidencia documental de todo el proceso para que la agencia certificadora lo pueda verificar.
- Todo abono, sustancia química o biológica debe de cumplir con los parámetros orgánicos del reglamento.
- Si está disponible, el productor debe de utilizar semillas orgánicas.

- Se debe de registrar todo producto orgánico.
- Se debe de registrar la finca como orgánica.

Ahora bien, la importancia de la certificación orgánica es que a nivel mundial existe una tendencia de mayor consumo de este tipo de productos, que generalmente tienen un costo monetario mayor. Por ende, los productores que certifiquen el rambután fresco o sus derivados como orgánicos tienen otro nicho de mercado que explotar, donde además pueden elevar el precio por las características orgánicas del producto.

### **2.11.6 Certificación Global Gap**

La certificación Global Gap es una “norma con reconocimiento internacional para la producción agropecuaria” (Global Gap, s.f). Esta es sumamente amplia y cubre:

- Inocuidad alimentaria y trazabilidad
- Medio ambiente (incluyendo biodiversidad)
- Salud, seguridad y bienestar del trabajador
- El bienestar animal
- Incluye el Manejo Integrado del Cultivo (MIC), Manejo Integrado de Plagas (MIP), Sistemas de Gestión de Calidad (SGC) y Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) (Global Gap, s.f)

Cabe aclarar, que para el ingreso de productos agrícolas a la Unión Europea (UE), esta certificación en muchos casos es obligatoria, cosa que no aplica para el mercado canadiense. Sin embargo, cada vez se ha hecho más popular contar con esta certificación pues es un valor agregado importante, que demuestra que los productos son de alta calidad. Por esto, se considera que, si en un futuro los productores de rambután pudiesen adquirir esta certificación, esto les daría pie para vender sus productos (sea el fruto fresco o derivados) a un mayor precio.

Finalmente, se puede mencionar que según lo establecido en la página oficial de GLOBALG.A.P, en Costa Rica hay dos organismos de certificación autorizados. El primero de

ellos sería ICONTEC Costa Rica y el otro sería la empresa Kiwa BCS Costa Rica, que es una compañía española.

### **2.11.7 Marca País: Esencial Costa Rica**

Por último, otra licencia a la cual pueden acceder los productores y/o exportadores de rambután es la marca país de Costa Rica denominada “Esencial Costa Rica”. Esta, es una “estrategia para posicionar y capitalizar en el mercado internacional la imagen de un país. Busca incentivar la reputación positiva del país por medio del turismo, inversiones o la adquisición de productos a través de las exportaciones” (Esencial Costa Rica, 2021).

Para este proceso, los interesados en obtener la marca país deben de: registrarse y aplicar la autoevaluación, contratar al equipo evaluador y enviar la solicitud a PROCOMER para poder culminar el proceso de obtener la marca país. (Esencial Costa Rica, 2021). Dentro del proceso de evaluación, existen algunos valores marco que se inspeccionan para asegurar que la empresa cumpla con el estándar solicitado dentro de Marca País, por ejemplo: la excelencia, la sostenibilidad, el progreso social, la innovación y la vinculación costarricense (Esencial Costa Rica, 2021).

Al igual que en los casos anteriores, que una empresa, asociación o productora de rambután cuente con la certificación de Esencial Costa Rica es una gran ventaja competitiva en el mercado. Esto, porque además de ser un aspecto de calidad diferenciador, la marca país hace diversas campañas de promoción internacional de los bienes y servicios licenciados lo que le daría una mayor visibilidad al producto.

### **2.11.8 Logística**

La logística es una parte fundamental de que la exportación de cualquier producto sea exitosa, por lo que esta se define como “aquella parte de la actividad empresarial que tiene como finalidad la previsión, organización y control del flujo de materiales y de información, desde las fuentes de aprovisionamiento hasta el consumidor final” (Gómez, 2014, p. 12).

### **2.11.9 Transporte**

Dentro de la logística, el transporte es uno de los elementos clave que incide en la exportación. El transporte puede definirse como “acción y efecto de transportar o transportarse” (Real Academia Española, 2023). Dicho esto, en la presente tesis se hace importante diferenciar entre tres tipos de transporte: el marítimo, el aéreo y el terrestre.

#### **2.11.9.1 Transporte marítimo**

Según lo que menciona Dorta (2013), el transporte marítimo es (...) el medio de transporte más utilizado en el comercio internacional debido a su menor coste y mayor capacidad de carga. Este tipo de transporte tiene dos grandes especializaciones: el transporte de "carga fraccionada", que normalmente lo realizan los buques de línea regular, y el de "carga masiva", que se realiza entre dos puntos de poco tráfico marítimo, generalmente en los llamados “buques tramp” (p. 32).

#### **2.11.9.2 Transporte aéreo**

El transporte aéreo tiene la (...) gran ventaja de la rapidez. Es una vía muy utilizada para llegar a mercados poco accesibles y para el transporte de productos perecederos o de gran valor en relación con su peso. Es el más caro de los medios en relación al peso y se utiliza frecuentemente para el transporte de muestras. (Dorta, 2013, p. 32)

#### **2.11.9.3 Transporte terrestre**

Este tipo de transporte por carretera es “poco complejo y muy accesible para cualquier exportador. Permite llevar prácticamente cualquier tipo de producto de "puerta a puerta", de una forma relativamente rápida y económica” (Dorta, 2013 p. 33)

Ahora bien, en el caso del rambután es importante mencionar estos tres tipos de transporte ya que a destinos cercanos se hacen exportaciones vía terrestre, principalmente a países centroamericanos. En contraposición, a destinos más lejanos se hacen envíos aéreos pues la fruta es perecedera y pierde calidad en tránsito, por lo que de esta forma se asegura un transporte rápido.

Finalmente, en el país han existido intentos de la exportación marítima principalmente por su costo, sin embargo también se corre el riesgo de la duración del tránsito.

#### **2.11.10 Envase, empaque y embalaje**

Al ser el rambután un producto alimenticio que es apto para el consumo humano, dentro del mercado internacional existen diversas normas sobre el envasado, el empaquetado e incluso con el embalaje de la carga para el transporte de esta. Todas estas medidas buscan garantizar la inocuidad y la seguridad del consumidor, por lo que son términos necesarios de conocer.

Según Pérez (2012), el empaque se define como “la presentación comercial del producto” (p. 11), en otras palabras, es como llega el bien al punto de venta. Seguidamente el envase es “un envoltorio que tiene contacto directo con el contenido de un producto, tiene la función de ofrecer una adecuada presentación, facilitando su manejo, transporte, almacenaje, manipulación y distribución” (Pérez, 2012, p. 11). Por último, el embalaje es “una forma de empaque que envuelve, contiene, protege y conserva los productos envasados; facilita las operaciones de transporte al informar en el exterior las condiciones de manejo, requisitos, símbolos, e identificación de su contenido” (p. 12).

En el caso del rambután, se debe de recordar que el CODEX STAN 246-2005 mencionado anteriormente establece las normas del envasado. En cuanto al empaquetado, algunos mercados solicitan especificaciones de los materiales, para asegurarse que sean seguros en el contacto con los alimentos.

### **2.12 Requisitos para exportar desde Costa Rica**

Una vez comprendidos los conceptos relacionados a la exportación, los derivados del rambután y otra información relevante para el caso, quedan por analizar los pasos o requisitos que debe de cumplir el exportador o el productor que desee exportar para que su proceso sea exitoso. En este caso, PROCOMER es la entidad que ha establecido los requisitos de exportación desde Costa Rica, los cuales recopiló en una Guía Informativa sobre Temas de Comercio Exterior (2016) dentro de la cual se menciona que obligatoriamente se debe:

- Registrar como exportador ante PROCOMER: este trámite se hace en línea en la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE). Además, es gratuito y se renueva cada dos años.
- Cumplir con los documentos obligatorios que son: la factura comercial, el manifiesto de carga, el conocimiento de embarque/guía aérea o carta de porte (dependiendo de la modalidad del transporte), la declaración única aduanera (DUA) de exportación, y otros permisos de diversas instituciones o ministerios de acuerdo al producto.

Por otro lado, existen una serie de documentos que si bien, no son obligatorios en todos los casos, PROCOMER los incluye en su Guía de manera opcional, pues son necesarios si se desean las preferencias arancelarias de un TLC. Este es el caso del rambután costarricense que vaya a ingresar al mercado canadiense, pues se pueden aplicar las preferencias arancelarias del TLC que está vigente. Para esto es necesario:

- El certificado de origen: este es un requisito obligatorio para exportar bajo el trato arancelario preferencial de un TLC.
- Otros documentos que son opcionales son: la póliza de seguros (que depende de los términos negociados), la carta instrucciones al agente aduanal y/o al transportista donde se mencionan instrucciones del manejo de la carga, la lista de empaque con los detalles físicos de la carga enviada y por último las certificaciones adicionales (producto orgánico, esencial Costa Rica y otras que se mencionaron anteriormente) (PROCOMER, 2016).

Por último, existen algunos requisitos adicionales para exportar productos agrícolas como el rambután que no son realizados con PROCOMER como lo son:

- Registrarse como exportador ante el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).
  - Contar con un certificado fitosanitario.
  - Registrar el producto ante el Ministerio de Salud porque los alimentos son un bien de interés sanitario.
- (PROCOMER, 2016).

### **2.13 Requisitos del ingreso a Canadá**

El estudio mencionado anteriormente de “Oportunidades de Comercialización de Productos Agrícolas Incipientes” elaborado por Ulloa (2017) contiene un apartado de Acceso a Mercados donde se evalúa el ingreso de los productos a Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea. Para un mayor orden, se dividen los requisitos en arancelarios y no arancelarios pues el mercado meta es muy específico en esto.

#### **2.13.1 Requisitos Arancelarios**

En cuanto al arancel de entrada, la lista de desgravación arancelaria que tiene Canadá dentro del texto del Tratado de Libre Comercio con Costa Rica establece que la clasificación 0810.90 (donde clasifica el rambután) tiene una categoría de desgravación A. Esto quiere decir que el bien está libre de arancel desde la entrega en vigencia del tratado (COMEX, 2023, p. 23)

Pese a que el producto está libre de arancel, se debe de recordar que los TLC no desgravan los impuestos internos, por lo que aun así el producto está sujeto a estos pagos. En este caso, Canadá cuenta con una serie de impuestos provinciales que van desde el 5 hasta el 15% del valor aduanero de la carga, por lo que el pago de estos dependerá de hacia dónde se dirija la carga, pues incluso algunas provincias no lo aplican para envíos comerciales. Luego, existe un impuesto sobre bienes y servicios que es de un 5% para los envíos comerciales que igual aplica a algunas provincias. Por último, el país tiene un Impuesto de Ventas Armonizado para Fines Comerciales que también es de un 5% para la mayoría de las provincias (Ulloa, 2017, diáp. 235-236).

#### **2.13.2 Requisitos No Arancelarios**

Una vez abarcados los requisitos arancelarios y los impuestos a pagar por la carga, queda por mencionar los requisitos no arancelarios que en este caso son mucho más extensos que la parte arancelaria. Esto porque según Ulloa (2017) para PROCOMER, Canadá solicita:

- Cumplir con una serie de leyes que incluyen: la Ley de Productos Agrícolas, la Ley de Empaquetado y de Etiquetado y la Ley de Alimentos y Medicamentos.
- Cumplir con la inspección en el punto de ingreso de la mercancía por parte de las agencias encargadas del control fitosanitario. En el caso de Canadá se encarga la

Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA) que trabaja de la mano con la Agencia de Control Fronterizo para poder coordinar la inspección.

- Presentar el certificado fitosanitario. Además, garantizar que el producto esté libre de plagas. La declaración de ausencia de plagas es otro documento que emite el Servicio Fitosanitario del Estado que tiene un costo de 82.174 colones si se está inscrito en el registro de exportadores o 136.865 colones si no se está inscrito (SFE, 2023, p. 2).
- Cumplir con el límite máximo de residuos de pesticidas. Esto es regulado de forma estricta, ya que si el producto sobrepasa el límite será prohibido para la venta.
- Certificar que los embalajes de madera estén libres de cortezas y plagas. Si el embarque no se hace con madera, deben de cumplir con el llenado de una declaración.
- Contar con una licencia para la importación de frutas y vegetales que emite el CFIA. Se puede aplicar a una exención de la licencia si el valor anual comercializado es inferior a 230.000 dólares.
- Se debe hacer una confirmación de ventas en el punto de entrada. Se puede enviar electrónicamente y de esta forma evitar la presentación física.
- Etiquetado y embalaje de productos frescos: este es uno de los apartados más rigurosos, pues deben de cumplir con todos los aspectos solicitados. PROCOMER (2017) expone de una manera muy clara estos requisitos, por lo que se puede hacer referencia a la siguiente ilustración (7) donde se puntualiza la forma de hacer el proceso correctamente.

## Ilustración 7

### Requisitos de etiquetado y envasado para el ingreso de productos agrícolas a Canadá



Fuente: PROCOMER, 2017, diap. 240

Finalmente, sobre los requisitos no arancelarios también se incluye el proceso a seguir en caso de que el producto sea certificado como orgánico. Lo positivo del caso es que “Costa Rica actualmente dispone de un Acuerdo de Equivalencia, bajo el cual se reconocen las certificaciones realizadas por entes autorizados en Costa Rica por parte del gobierno canadiense” (Ulloa, 2017, diap. 242). Esto hace el proceso mucho más sencillo, pues lo que se hace es cumplir con los requerimientos del CFIA para el régimen orgánico y si se cumplen con los requisitos se certifica en Costa Rica y se incluye el logo orgánico tanto de Costa Rica como de Canadá (Ulloa, 2017, diap. 242).

### 2.14 Logística de Exportación a Canadá

Para finalizar el marco teórico de la presente tesis, solo queda por abordar la logística de llevar el rambután o sus derivados hasta Canadá. Especialmente, de la logística se debe de analizar el tema del transporte pues como ya se mencionó esto es un punto crítico para el rambután por ser perecedero.

En Canadá existen una gran variedad de puertos y aeropuertos, por lo que el tiempo de entrega y los precios varían dependiendo de cuál se seleccione. Para mencionar algunos casos y precios estimados, se puede hacer uso de un estudio de logística de productos refrigerados hacia Canadá que hizo en el 2021 Adrián Chavarría de la Unidad de Logística para PROCOMER. Este estudio es ideal, pues el rambután fresco debe de ir refrigerado en transporte.

Inicialmente se menciona que el transporte a Ontario o a Columbia Británica de forma marítima dura aproximadamente entre 18 y 20 días, con un costo de entre \$4 500 y \$ 9 000. Esto sería para un contenedor de refrigerado de 40 pies (Chavarría, 2021). Sin profundizar más en el transporte marítimo, se denota que el envío de rambután fresco hacia Canadá de esta forma queda descartado, pues el tiempo en tránsito es alto, lo cual perjudica directamente la calidad del fruto. Esta opción sería viable para el envío de derivados que no sean rápidamente perecederos.

Luego, el estudio menciona el transporte aéreo. Para este, el tiempo en tránsito se reduce entre 2 y 3 días ya que las rutas no son directas. En cuanto al costo, este oscila entre los \$1 500 a \$2 500 por 600kg de carga y lo positivo de esto es que -aunque no son rutas directas- existen salidas diarias (Chavarría, 2021).

Por último, se menciona el transporte vía Estados Unidos. En este caso lo que se hace es enviar la carga (sea vía marítima o aérea) a Estados Unidos y de ahí se hace transporte terrestre hacia Canadá. Esta logística es un poco costosa, ya que además de pagar el transporte hacia Estados Unidos, que generalmente es a Miami, se debe de pagar el transporte terrestre hacia Canadá. Chavarría (2021) para PROCOMER, establece que para ese año un transporte en esta modalidad de Miami a Ontario o de Miami a Columbia Británica puede durar entre 4 y 10 días con un costo de entre \$5800 y \$10 000, esto sin contemplar el costo de enviarlo a Estados Unidos.

## CAPÍTULO 3: MARCO METODOLÓGICO

El presente capítulo detalla profundamente el fundamento metodológico que se utiliza para respaldar la presente investigación. Por eso, se inicia detallando el enfoque de la investigación para con base en este proceder a realizar el diseño de investigación correspondiente. A su vez, en este capítulo se mencionan las fuentes que sustentan la tesis, siendo estas las primarias y las secundarias. Luego, se puede encontrar la tabla de la muestra poblacional, donde se detallan las personas a entrevistar, su puesto y la razón por la cual su aporte es valioso para este escrito. Con la muestra clara, el capítulo continúa con las unidades de análisis y los instrumentos a utilizarse para cumplir con cada una de ellas. Todo lo anterior permite finalizar este capítulo con la explicación del proceso de recopilación de datos que va a emplearse a lo largo de la tesis.

### 3.1 Enfoque de la Investigación

La presente tesis se ubica dentro del enfoque cualitativo, ya que se basa en la descripción e interpretación de hechos y realidades para dar respuesta al problema planteado. Con el uso de este enfoque, se espera poder analizar los retos y oportunidades que presenta el sector exportador y productor de rambután en Costa Rica e interpretarlos para mejorar la gestión del gremio y de las distintas instituciones del país involucradas en la materia. Así mismo, se espera que con estos resultados se pueda dinamizar la exportación del rambután costarricense a Canadá.

Dicho esto, para Hernández et al. (2018), la investigación cualitativa estudia:

(...) fenómenos de manera sistémica. Sin embargo, en lugar de comenzar con una teoría y luego “voltar” al mundo empírico para confirmar si esta es apoyada por los datos y los resultados, el investigador comienza el proceso examinando los hechos en sí y revisando los estudios previos, ambas acciones de manera simultánea, a fin de generar una teoría que sea consistente con lo que está observando que ocurre. (p. 7)

En el marco de la presente investigación, es vital resaltar el rol de los antecedentes internacionales y nacionales ya desarrollados, puesto que como la cita anterior indica, el proceso cualitativo se inicia examinando hechos previos que ayudan a interpretar fenómenos como lo es

en este caso todo el proceso productivo y comercializador del rambután. Esto se logra, haciendo un estudio detallado de la información internacional, que es un poco más amplia que los antecedentes nacionales. Sin embargo, la unión de esos estudios previos es lo que sustentan la viabilidad de este proyecto enfocado en una metodología cualitativa.

En términos de la presente investigación resulta conveniente el enfoque cualitativo pues las realidades de los procesos de producción y exportación son dinámicos y cambiantes para todas las partes involucradas en dichos procesos. Este enfoque permite revisar y redireccionar las variables investigativas en caso de ser necesario, pues nuevamente las realidades y posibles interpretaciones que arroje la investigación no son las mismas para todos los sectores y en las investigaciones cualitativas los datos de cierta forma “hablan con el investigador”.

Por eso, se concluye que este enfoque es el ideal para el estudio debido a que permite estudiar el problema planteado de una forma ordenada, haciendo uso de instrumentos como experiencias previas, entrevistas a exportadores y productores del rambután como parte del trabajo de campo directo. A su vez, se emplea la información disponible en los antecedentes nacionales y en otros documentos oficiales de instituciones involucradas no solo en el comercio exterior sino también en el sector frutícola. Todo esto se implementa con el fin de obtener conclusiones sustentadas en el acontecer nacional, pero respaldados por los antecedentes, las experiencias, entrevistas y hechos empíricos comprobables del pasado.

### **3.2 Diseño de la Investigación**

Hernández et al (2014) introducen el tema del diseño de la investigación mencionando que esto se refiere a es “el plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responde al planteamiento” (p.128). Existen distintos tipos de diseño que varían dependiendo enfoque metodológico seleccionado.

En el caso de la presente tesis, se decide seleccionar el diseño de investigación-acción puesto que este busca resolver la problemática de una comunidad o grupo específico (Hernández et al 2014). Lo descrito por estos autores, se acopla de forma excelente a lo planteado en esta tesis,

ya que es por medio del estudio del mercado costarricense y canadiense, en conjunto con las experiencias de los exportadores de rambután y de los productores locales que conocen el medio que se espera resolver el problema de volumen de exportaciones costarricenses a Canadá.

Este diseño de investigación se selecciona, puesto que permite no solo conocer la problemática de este gremio agrícola, sino que también admite la resolución del problema con el fin de proponer soluciones que colaboren a potencializar la entrada y el posicionamiento del fruto en ese mercado.

Para conocer esa dinámica, es necesario entender y extraer esa información no solo a través de la revisión documental, sino también de primera mano con las empresas o asociaciones que han vivido desde su propia perspectiva cuáles son los retos y las oportunidades que han encontrado en el proceso exportador del rambután. Es por esto, que la investigación-acción como diseño de la investigación permite integrar esa información vital a esta tesis.

Para concluir con este apartado del diseño de la investigación, también se debe explicar que la presente tesis se abarca desde la óptica no experimental y es transversal. Esto porque las investigaciones transversales se enfocan en describir las variables en un momento dado (Hernández et al 2014), por lo que en este caso se van a tomar en cuenta las variables que han incidido en la exportación de rambután costarricense entre el 2017 y el 2021. Se aclara que es una investigación no experimental puesto que no se van a modificar las variables que ya manejan los productores y exportadores del rambután, por lo que se observa y describe el acontecer del ambiente tal y como es.

### **3.3 Fuentes de la Investigación**

Toda investigación formal requiere del uso de diversas fuentes para dar sustento a los temas que se relacionan a los objetivos y el problema planteado. Para esto, se han destinado diversas formas de recolectar esos datos e información documental necesaria que se dividen en fuentes primarias y secundarias.

### **3.3.1 Fuentes Primarias**

Guzmán (1982) menciona que las fuentes primarias “son aquellas en donde los datos o la información provienen de una fuente directa, sea una persona, institución y otro medio” (p.1). En ese sentido, las fuentes primarias constituyen uno de los pilares de la presente tesis, ya que es necesario contar con la información directa de los exportadores y productores entrevistados.

De acuerdo con lo anterior, como fuentes primarias para esta tesis se toma en consideración la información que se obtenga de las instituciones públicas, privadas, asociaciones y universidades. Algunas de estas fuentes primarias son PROCOMER, COMEX, MAG, CITA, INTA, Fitacorri, Universidad de Costa Rica, Tecnológico de Costa Rica entre otros, que cuentan con profesionales en materia agrícola y de exportación. En adición, se consideran otras instituciones que de una u otra forma tengan alguna injerencia o conocimiento sobre la producción y comercialización del rambután a nivel nacional e internacional.

Adicionalmente, como fuentes primarias también se incluye a diversas asociaciones, empresas y productores del rambután que están distribuidos en diversas zonas del país. Estas fuentes primarias se dividen en dos grandes grupos: los que si han logrado exportar (sea a Canadá o a otros mercados) y los productores que no han consolidado una exportación pero que sí tienen interés en hacerlo.

### **3.3.2 Fuentes Secundarias**

Nuevamente, haciendo referencia a lo dicho por Guzmán (1982) se menciona que las fuentes secundarias con aquellas que “permiten conocer hechos o fenómenos a partir de documentos o datos recopilados por otros” (p.1). Al igual que las fuentes primarias, las secundarias son importantes para el desarrollo de esta tesis para poder analizar las experiencias vividas y obtenidas bajo fuentes primarias con acontecimientos teóricos escritos.

Por ende, como fuentes secundarias para esta tesis se utilizan investigaciones hechas y publicadas por PROCOMER sobre el rambután y el mercado canadiense, guías y documentos de exportación que emite el Ministerio de Agricultura y Ganadería, leyes tanto nacionales como internacionales en materia agrícola entre otros.

Asimismo, se incluyen dentro de estas fuentes las tesis nacionales e internacionales que puedan ser de ayuda. De estos otros estudios, resalta el de Pamela Gaibor y Adriana Vega, que hablan del específicamente sobre el mercado canadiense del rambután deshidratado y el de María Alejandra García a nivel nacional con la afectación del COVID-19 en la exportación de rambután costarricense.

### **3.4 Población y Muestra**

En toda investigación, la selección de una población y una muestra es vital para que lo realizado sea replicable y comparable para otros estudios a futuro. Por ende, Hernández et al (2018), citan a Chaudhuri, 2018 y Lepkowski, 2008 para definir que “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p. 198). En el caso de la presente tesis, la población sería todos los productores y exportadores de rambután que estén establecidos en el país. Esta población, está distribuida en diversas zonas del país, con una concentración particular en la Zona Sur, Huetar Norte y Huetar Atlántica.

Puesto que la población es un gremio agrícola del país que es numeroso, más que todo en cuanto a los productores minoristas, es importante seleccionar una población más reducida para llevar a cabo el trabajo de campo. Por ende, según Hernández et al (2018), en una investigación cualitativa la muestra es, “el grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo del universo o población que se estudia” (p. 427).

La elección muestral de esta tesis, se basa en selecciones específicas para lograr a cabo las pesquisas necesarias para dar respuesta al problema de investigación y los objetivos planteados. Por eso, se selecciona una muestra de la extensa población que tenga conocimiento sea de la exportación de rambután costarricense al extranjero o de productores que comercialicen su fruto en el mercado nacional.

Hernández et al (2018), menciona algunas características de la muestra cualitativa que son importantes y útiles para la tesis en curso. Por ejemplo, mencionan que es tentativa y se puede

ajustar en cualquier momento de la investigación. Para el caso en particular de esta tesis, eso es importante, ya que a lo largo del trabajo de campo, pueden surgir otros productores que estén interesados en compartir sus experiencias en la comercialización del rambután o que incluso deseen exportar y necesiten una guía.

Otra característica útil, es que la muestra cualitativa no es probabilística ni va a generar resultados numéricos, sino que tiene como fin profundizar en el fenómeno de estudio, que en este caso es la exportación del rambután costarricense a Canadá. Al respecto, Hernández et al (2018) dicen que una muestra no probabilística es un “subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación” (p. 200).

Por lo tanto, en este trabajo de investigación se va a utilizar una muestra cualitativa no probabilística, para lo cual se seleccionan diversos exportadores de rambután, productores locales, expertos en materia agrícola, académicos en el ámbito de frutas exóticas y personal que conozca sobre las exportaciones nacionales. De esta manera, con el conocimiento de ellos se espera analizar los retos y oportunidades que enfrentan el rambután costarricense y sus derivados en el mercado canadiense.

Finalmente, en la siguiente tabla, se puede hacer referencia a la muestra poblacional seleccionada, que puede ser ampliada en cualquier punto del trabajo de campo.

**Tabla 2**

*Muestra poblacional*

<b>Entrevistado</b>	<b>Puesto</b>	<b>Razón</b>
No. 1	Exfuncionario del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)	Durante su labor, realizó estudios sobre el rambután y sus retos en Costa Rica
No. 2	Exfuncionario del Instituto Nacional de Innovación y Transferencia en Tecnología Agropecuaria (INTA)	Autor de varios estudios sobre el rambután para el INTA y el MAG.

No.3	Exportador de rambután del país	Tienen experiencia exportando rambután fresco
No.4	Asociación de Productores de Frutas de la zona Sur del país	Tienen experiencias exportando rambután fresco
No. 5	Productor nacional de la zona Norte del País	Finca que tiene gran producción nacional de rambután y no han exportado por desconocimiento
No. 6	Productor nacional de la zona Huetar Atlántica del país	Finca que tiene producción de rambután pero no lo ven como algo rentable
No. 7	Asociación de Productores de rambután en la Zona Sur del país	Exportadores de rambután fresco y desarrollo de derivados del rambután
No.8	Exportador de rambután de la zona sur	Tiene experiencias exportando rambután fresco, fue uno de los pioneros en exportar
No. 9	COMEX	Ministerio de Comercio Exterior encargado del Tratado de Libre Comercio con Canadá
No. 10	Exfuncionario del CITA	Fue el encargado de proyectos de desarrollo de derivados de rambután
No. 11	Exagente aduanal de la Aduana Santamaría	Realizó exportaciones aéreas del rambután
No. 12	Agente Aduanal	Realizó exportaciones de rambután vía marítima
No. 13	Asesor Comercial	Conocimiento de barreras arancelarias y no arancelarias de productos agrícolas y del mercado de Canadá
No. 14	Ingeniero industrial con énfasis en calidad	Conocimiento de procesos de calidad
No. 15	Ingeniero Industrial	Conocimiento en procesos de calidad para productos agrícolas

No. 16	Ingeniera Industrial	Docente en temas de calidad y conocimiento sobre los beneficios en acceso a mercados
No. 17	Representante de la Embajada de Canadá en Costa Rica	Información del comercio Costa Rica-Canadá y requisitos propios del país
No. 18	Internacionalista	Conocimiento de las relaciones Costa Rica-Canadá y beneficios del Tratado de Libre Comercio
N. 19	Internacionalista con especialidad en Gerencia del Comercio Internacional	Especialista en temas de Comercio
N. 20	Internacionalista	Información de las relaciones Costa Rica-Canadá y beneficios del Tratado de Libre Comercio
N. 21	Internacionalista	Conocimiento de las relaciones Costa Rica-Canadá y beneficios del Tratado de Libre Comercio
N. 22	Ingeniero Agrónomo con énfasis en fitotecnia	Experiencia en temas de cultivo, plagas y calidad del rambután
N. 23	Ingeniero Agrónomo con énfasis en fitotecnia	Trabaja con estudios de plagas y suelos de frutas
N. 24	Ingeniero Agrónomo con énfasis en fitotecnia	Experiencia en temas de cultivo, plagas y calidad del rambután
N. 25	Ingeniero Agrónomo con énfasis en fitotecnia	Trabaja con frutas exóticas y el desarrollo de derivados
N. 26	Ingeniero Agrónomo	Entendimiento de posibles derivados del rambután
N. 27	Tecnóloga de alimentos	Intelecto en desarrollo de derivados del rambután
N. 28	Tecnóloga de alimentos	Intelecto en derivados del rambután

N. 29	Asesor Comercial	Asesor en temas de barreras no arancelarias, normas de origen y exportaciones
N. 30	Profesional en temas arancelarios	Experta en clasificación arancelaria de mercancías

Fuente: Elaboración Propia, 2023

### 3.5 Unidades de Análisis

El cuadro de unidades de análisis permite visualizar de una mejor manera los objetivos específicos planteados para la presente tesis, así como la idea central y sus respectivos subtemas. En adición, se establece el o los instrumentos que van a ser utilizados como fuente para los datos.

**Tabla 3**

#### *Unidades de Análisis*

<b>Objetivo</b>	<b>Categoría de Análisis</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Ítem</b>
Examinar las barreras arancelarias, no arancelarias y certificaciones internacionales para el ingreso de productos agrícolas incipientes como el rambután al	Barreras al comercio y certificaciones internacionales	Barreras arancelarias Barreras no arancelarias  Certificaciones de calidad	Las barreras arancelarias y no arancelarias, así como las certificaciones son clave para poder ingresar a un mercado y cualquier error en este proceso puede incluso general la	Revisión bibliográfica y Entrevista	1-7 y 1-10

mercado de Canadá			devolución de la carga		
Determinar los posibles valores agregados y los derivados del rambután que potencien las oportunidades comerciales del fruto en el mercado canadiense.	Valor agregado del rambután y sus derivados	Productos derivados de rambután que sean de interés comercial Industrialización del rambután fresco Valor agregado del fruto fresco	Encontrar otros productos que deriven del rambután y que se vendan a un buen precio es vital para tener una mejor posición en el mercado meta	Revisión bibliográfica y Entrevista	1-10
Identificar las debilidades y fortalezas de las exportaciones de rambután costarricense por medio del estudio de experiencias previas	Debilidades y fortalezas de la exportación de rambután	Falencias en el proceso de exportación Fortalezas en la exportación Vacíos en el proceso de exportación	Por medio de las experiencias que ya se tienen exportando, se pueden identificar áreas de mejora que permitan dinamizar el volumen exportado	Entrevista	1-10 y 1-4

Proponer una estrategia exportadora que dinamice el comercio del rambután y sus derivados costarricenses al mercado canadiense.	Propuesta de exportación	Logística de transporte Documentación necesaria Posicionamiento en el mercado Costos	Tener una guía clara sobre como exportar y cuáles son los pasos por seguir es un aporte para el gremio del rambután. Puede servir de ayuda a productores que deseen iniciar procesos exportadores	Revisión bibliográfica	N/A
---	--------------------------	---	---	------------------------	-----

Fuente: Elaboración propia, 2022

### 3.6 Instrumentos

Hernández et al (2018), mencionan que “sin datos no hay investigación”, por lo que a su vez dicen que los instrumentos son formas de “medición para recabar la información pertinente de las variables del estudio en la muestra o casos seleccionados (personas, grupos, organizaciones, procesos, eventos, etc.)” (p. 226).

Como se evidencia en la Tabla 2 anterior, los instrumentos que se van a utilizar como herramienta de recolección de datos en esta tesis son la revisión bibliográfica y las entrevistas. Esto puesto que resultan convenientes para lograr el desarrollo del objetivo general, los objetivos específicos y así dar respuesta al problema de investigación planteado.

#### 3.6.1 Revisión Bibliográfica

Puesto que la investigación en curso tiene algunos objetivos que involucran conocer a profundidad algunos aspectos técnicos y administrativos propios de la exportación, es necesario que uno de los instrumentos seleccionados sea la revisión bibliográfica. Al respecto, Cuesta (2013)

menciona que una revisión bibliográfica es “más que un catálogo descriptivo de hallazgos y debe incluir una argumentación analítica que deriven en conclusiones” (diap. 2).

La revisión bibliográfica es un instrumento que tiene diversas fases, que como menciona Cuesta (2013) pueden dividirse en seis grandes etapas. La primera es la búsqueda de los estudios, seguido de la gestión de los mismos sea vía manual o electrónica. Posteriormente, se debe hacer una lectura de lo recopilado para seleccionar lo que es verdaderamente útil. De esta forma, se puede organizar la información para llegar a culminar la etapa seis con la presentación de la revisión (diap. 5).

Por lo anterior, la revisión bibliográfica a lo largo de esta tesis se usa como instrumento para poder profundizar en los aspectos más técnicos de la exportación y del comercio exterior que tiene Costa Rica frente a un país como Canadá. Consecuentemente, se espera que esta revisión no sea solo descriptiva, sino que sea analítica y permita llegar a conclusiones certeras sobre el estado de la exportación de rambután costarricense y sus derivados a Canadá.

### **3.6.2 Entrevista**

Hernández et al (2018) definen a la entrevista como “una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (p. 449). Como se ha mencionado anteriormente, la muestra seleccionada es no probabilística porque las personas entrevistadas son seleccionadas con base en su conocimiento o experiencias en el sector de la producción, exportación y comercialización local del rambután.

Existen tres tipos de entrevistas según lo mencionado por Hernández et al (2018), que son las estructuradas, semiestructuradas y abiertas. Básicamente, las entrevistas estructuradas se limitan a unas preguntas planeadas de forma previa, sin agregar nada adicional. Las semiestructuradas se guían en una serie de preguntas planteadas, pero permite adicionar cualquier tema adicional. Por último, las abiertas tienen una guía de contenido, pero el entrevistador puede ser flexible con ella.

Para la presente investigación, se implementa el uso de las entrevistas abiertas. Esto porque la experiencia, los campos de acción, el conocimiento y el sector de las personas a entrevistar es diferente. Si bien, todos los entrevistados tienen una relación directa con el rambután costarricense, no todos exportan y hay representaciones institucionales que se encargan de aspectos más técnicos. Asimismo, las entrevistas abiertas permiten que la muestra seleccionada se exprese sin ningún límite sobre el tema, por lo que pueden mencionar aspectos propios de la dinámica a la que pertenecen.

### **3.7 Proceso de recolección de datos**

En cualquier investigación, sea esta de índole cualitativa o cuantitativa el proceso de recolección de datos es una etapa vital para lograr los resultados esperados. Para una tesis cualitativa como esta, Hernández et al (2018) mencionan que la recolección es el “acopio de datos narrativos en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de muestreo” (p. 443). Existen diversos instrumentos que se pueden usar en el proceso de recolección de datos, pero como se mencionó en el apartado anterior, aquí se usa la entrevista y la revisión bibliográfica.

Por ende, para dar inicio a la recolección de datos, se ejecutarán entrevistas que serán en diferentes modalidades. El principal medio para hacer las entrevistas será el físico, sin embargo, en casos extremos se podrá hacer uso de la tecnología para llevar a cabo la comunicación de manera digital. Como se había mencionado anteriormente, las entrevistas serán de preguntas abiertas para que los profesionales relacionados con el rambután y sus derivados puedan aportar a la investigación sobre cómo puede potencializarse la exportación a Canadá desde sus conocimientos y experiencias.

Algo importante que se debe mencionar sobre el proceso de recolección cualitativo es que “la recolección y el análisis ocurren prácticamente en paralelo; además, el análisis no es completamente uniforme, ya que cada estudio requiere un esquema peculiar” (Hernández et al p. 465). Dicho esto, a cada una de las entrevistas realizadas se les debe de hacer un análisis de las respuestas brindadas para extraer ideas y conocimientos sobre las exportaciones correspondiente del sector del rambután y todo lo vinculado con este ámbito. Esto, con el fin de generar un compendio de información para analizar cada una de las respuesta brindadas por los encuestados.

En segundo lugar, la otra herramienta de recolección de datos a utilizar es la revisión bibliográfica. Con los seis pasos mencionados anteriormente, se busca identificar mediante fuentes primarias como las tesis, artículos, y documentos oficiales los requisitos de exportación del rambután costarricense y sus derivados al mercado de Canadá. Para esto, se revisarán y analizarán cada uno de estos documentos con el fin de brindar conclusiones acerca de el volumen exportable y los derivados con potencial comercial.

En resumen el proceso de recolección de datos que va a ser utilizado en esta tesis es:

- Para iniciar, se harán las revisiones bibliográficas de las notas técnicas, documentos oficiales y otro material importante para la exportación de productos agrícolas, así como requisitos específicos para el ingreso al mercado canadiense.
- Una vez concluida la revisión bibliográfica, se harán las entrevistas a las diversas personas involucradas en el tema. Para esto, se estarán realizando giras a la zona Norte, Sur y Atlántica de Costa Rica y de ser necesario, se harán las entrevistas vía plataformas tecnológicas.

Para concluir, cabe aclarar que en la presente investigación, se prevé realizar las preguntas de forma oral e incluir las notas de esto en el documento. En dado caso, si se reciben las respuestas de manera escrita, su transcripción textual también se incluirá en el escrito. Toda la información recolectada se analizará para contestar la pregunta de investigación, el planteamiento del problema y los objetivos específicos.

## CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el presente capítulo se elaboran y detallan los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a los distintos profesionales del área de comercio, relaciones internacionales, agricultura, además de los exportadores y productores de rambután. Para realizar este capítulo de forma ordenada, primero se mostrará la tabla de las unidades de análisis en conjunto con las categorías desprendidas de cada una de ellas. Posteriormente, se analizará la información recolectada de las entrevistas a cada uno de los expertos.

De igual forma, se considera indispensable brindar un contexto de la unidad de análisis mediante el uso de fuentes externas para de esa forma aportarle mayor peso y soporte al estudio. Finalmente, después de comprender las respuestas brindadas por los entrevistados, se procederá a incluir un apartado de análisis de esos resultados.

**Tabla 4**

### *Unidades de Análisis*

Unidad	Categorías
Barreras al comercio y certificaciones internacionales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Costos de transporte</li> <li>2. Barreras de información</li> <li>3. Aranceles</li> <li>4. Dificultades para industrializar</li> <li>5. Medidas fitosanitarias</li> <li>6. Certificaciones e inscripciones</li> </ol>
Valor agregado del rambután y sus derivados	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Calidad</li> <li>2. Industrialización</li> <li>3. Diferenciadores</li> <li>4. Productos dulces</li> <li>5. Productos secos</li> <li>6. Bebidas</li> </ol>

Debilidades y fortalezas de la exportación de rambután	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Errores</li> <li>2. Medios de Transporte Internacional</li> <li>3. Clima y distribución geográfica</li> <li>4. Fenómenos climáticos</li> <li>5. Producto perecedero</li> <li>6. Capacidad de producción y sobreoferta</li> <li>7. Relaciones con Canadá</li> <li>8. Mala organización y acompañamiento</li> <li>9. Plagas</li> <li>10. Consumidor seleccionado</li> <li>11. Competencia internacional</li> <li>12. Infraestructura logística</li> </ol>
Propuesta de exportación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pautas para exportar rambután</li> </ol>

Fuente: Elaboración propia, 2023.

#### **4.1 Unidad de análisis 1: Barreras al comercio y certificaciones internacionales**

En primer lugar, se desarrolla la unidad de barreras al comercio y certificaciones internacionales, ya que es un tema fundamental que se debe de considerar a la hora de exportar. Estas barreras pueden ser de distintas clases, como lo son arancelarias, no arancelarias, requisitos de ingreso y demás exigencias de los mercados que deben de ser cumplidas por los exportadores. En adición, existen otro tipo de barreras internas que pese a no ser de índole arancelario, son obstáculos que tienen los productores que desean exportar.

Debido a lo anterior, de las respuestas de los entrevistados se resaltan 6 categorías para esta unidad de análisis las cuáles son:

1. Costos de transporte
2. Barreras de información
3. Aranceles

4. Dificultades para industrializar
5. Medidas Fitosanitarias
6. Certificaciones e inscripciones

Las categorías mencionadas en el párrafo anterior surgen de las entrevistas hechas a los distintos profesionales, estas son las más relevantes de la información obtenida. A continuación se realiza un análisis de cada una de las respuestas de las comunicaciones hechas a lo largo de esta tesis.

#### **4.1.1 Categoría 1: Costo del transporte**

##### **4.1.1.1 Descripción**

Según Singer (2021), “los costos de transporte son aquellos relacionados con el manejo de insumos o bienes que incluye actividades como transporte, distribución, recolección y entrega” (párr. 1). Con base en la aplicación de las entrevistas y de las respuestas concretadas de estas, se procede a describir las declaraciones brindadas que se relacionan con una barrera del comercio que se ha agudizado notablemente en los últimos años como lo es el costo del transporte. Al respecto, los entrevistados dicen que:

*“Exportar rambután vía aérea y de forma refrigerada para que el producto no se dañe es caro, por lo que es un factor que detiene a los productores a querer emprender este proceso” (Entrevistado 3).*

*“Para nosotros el rambután no se puede exportar por barco porque se daña. Si se incrementan los precios porque es más caro. Se saca menos carga que de forma terrestre o marítima, pero es más caro el transporte aéreo” (Entrevistado 4).*

*“De lo que nosotros hemos podido experimentar, para exportar es necesario certificaciones y muchos trámites que tienden a ser costosos. En estos momentos no es que no queramos o aspiremos a exportar, sino que necesitamos flujo de caja y estos procesos son muy caros. Además, el aeropuerto queda muy lejos de nuestra zona de producción y*

*los fletes han incrementado hasta tres veces más de lo normal, por lo que los costos aumentan aún más” (Entrevistado 7).*

*“El costo de exportar rambután ha ido incrementando con el paso de los años. Entre los años 2017-2019, se cobraba 0,63 centavos por kilos por el transporte aéreo. Actualmente, en los último 2 años se ha incrementado a 0,79 centavos por kilo, esto sin incluir ningún impuesto o costo de documentación. Este incremento en costo ha desincentivado la exportación y el interés de productores en empezar a exportar porque no obtienen la rentabilidad deseada. Además, muchos pequeños productores consideran los costos y la burocracia para exportar como un obstáculo económico significativo, ya que no cuentan con el capital para iniciar el proceso” (Entrevistado 11).*

*“El productor que desee exportar rambután debe de estar muy consciente de los costos en los que va a incurrir para determinar si es rentable, ya que obtener los réditos deseados es complejo si no se considera en el precio del transporte en el cálculo. El transporte aéreo ha sido tradicionalmente más costoso que el marítimo, pero en los últimos años el transporte marítimo se ha visto encarecido por problemas logísticos y de personal” (Entrevistado 12).*

*“La naturaleza de la fruta y la distancia entre Costa Rica y el destino hacen que el transporte sea muchas veces aéreo, lo cual es sumamente caro. Si se hace marítimo, que es más accesible, la fruta llegaría muy madura y eso le reduciría calidad lo cual se refleja en un menor precio. El tema del costo de transporte puede ser un desincentivo para productores que no cuenten con el gasto contemplado” (Entrevistado 13).*

*“Si usted saca el producto vía aérea, el costo va a ser más alto. Si se exporta marítimo posiblemente se tenga que hacer por medio de un puerto en Estados Unidos, pero esto dañaría la fruta por lo que básicamente en aéreo se tiene un incremento en costos” (Entrevistado 29).*

#### 4.1.1.2 Análisis

De las respuestas de los distintos profesionales se desprende que no contar con el suficiente capital para pagar todos los gastos de exportación corresponde a una limitante de carácter económico que afecta a muchos productores del país. En el caso del rambután, esto se agrava por el hecho de tener que incurrir en transporte aéreo para garantizar una mejor frescura y calidad del fruto, lo que eleva aún más los costos.

Esta categoría se relaciona directamente con lo documentado en el marco teórico, pues el estudio de la unidad logística de PROCOMER también evidenció que el costo del transporte es elevado. De forma paralela, se debe tener presente que para que la exportación de productos agrícolas sea rentable el exportador debe de hacer una serie de cálculos para saber a qué precio debe de vender su producto para obtener alguna ganancia, por lo que en este apartado también hay fallas. Esto, pues muchas veces solo por el hecho de exportar se aceptan precios en la negociación sin haber hecho todo el proceso de cálculos correctamente, lo que afecta la rentabilidad deseada.

Adicionalmente, se debe de recordar que exportar no es solo pagar los gastos de transporte, sino que se debe de cumplir con el pago de impuestos, requisitos documentales, empaque, transporte interno y otros propios del proceso productivo. Por ende, las entrevistas realizadas dejan ver cómo es necesario fomentar el apoyo económico y crediticio a productores cuya visión comercial sea rentable, pero más allá de esto, también incentivar el asesoramiento de costos y contabilidad.

Después de analizar esta categoría, se expande la visión sobre las capacitaciones o acompañamiento al exportar, pues estas no deben solo de centrarse en el proceso de la exportación, sino que también deben de enseñar metodología de costos, cálculos de rentabilidad entre otros temas financieros más. Esto, pues con esta asesoría los productores que deseen iniciar a exportar podrán saber con mayor certeza si su visión de negocio va a tener éxito económico o no.

## 4.1.2 Categoría 2: Barreras de información

### 4.1.2.1 Descripción

Obtener la información necesaria para consolidar un proceso de exportación es fundamental pues permite analizar los costos y beneficios de exportar, así como todas sus implicaciones. No obtener la información de forma clara, verídica, actualizada y constante es uno de los obstáculos que según la investigación realizada tienen los diferentes actores del rambután. Por eso, es sumamente importante conocer lo mencionado por los entrevistados:

*“El acceso a la información es variable. Al principio para producir teníamos ayuda y guía del MAG y para comercializar con PROCOMER y los clientes, pero igualmente es muy difícil”* (Entrevistado 4).

*“Tenemos cuatro años de vender el rambután fresco en Costa Rica y no hemos logrado exportar porque no hemos encontrado alguna empresa o contacto que nos ayude en el proceso. La meta nuestra es llegar a exportar por la cantidad de producción anual que hay, pero consideramos que no hay suficiente apoyo, información y ayuda que nos oriente en como iniciar el proceso”* (Entrevistado 5).

*“El acceso a la información ha sido pésimo. Es uno de los mayores problemas que afrontamos como asociación porque hay muchos intermediarios y no dan la información clara. Igual nos ha costado la parte de los trámites con las instituciones porque rechazan permisos o duran mucho en otorgarlos”* (Entrevistado 7).

*“Obtener información de los entes gubernamentales es muy difícil. Muchas veces en vez de ayudar, confunden por lo que hay muchos problemas consiguiendo información”* (Entrevistado 8).

*“Uno de los obstáculos a los que se enfrenta cualquier persona que desee exportar es a la poca información directa y canales de comunicación entre las instituciones estatales encargadas de la materia y los productores, exportadores y comercializadores. En el caso*

*del rambután sucede que al ser un producto incipiente, no hay una guía o línea de información específica por lo que muchas veces es por esta falta de comunicación y espacios de ayuda que los productores terminan vendiendo el producto en las calles de Costa Rica porque no logran consolidar una exportación. Además, el proceso de obtener ayuda e información es muy burocrático lo que termina desinteresando a la persona”* (Entrevistado 11).

#### **4.1.2.2 Análisis**

A la hora de exportar, es realmente importante contar con la información precisa y actualizada a la mano, ya que de lo contrario el proceso puede sufrir atrasos, mayores costos o incluso el rechazo de la carga. De las respuestas de los entrevistados, se puede denotar el patrón de que el acceso a la información y asesoría directa corresponde una barrera a la exportación puesto que limita el espacio de venta del rambután.

Pese a lo anterior, también se debe recordar que entidades como PROCOMER tienen disponibles capacitaciones y recursos para exportadores o productores que deseen exportar, dichas capacitaciones son generalmente constantes y accesibles. Al respecto, la entidad menciona que las “capacitaciones están dirigidas a representantes de PYMES constituidas en Costa Rica, que comercializan en el mercado nacional, piensan exportar o exportan actualmente” (2022).

En cuanto a las modalidades, actualmente tienen 4 que son: “La decisión de exportar (LADE), Creando Exportadores, Capacitaciones Especializadas (marketing, códigos de barra y trazabilidad, innovación, *pitch* de ventas y propiedad intelectual) y el Taller de Empaque” (PROCOMER, 2022). No obstante, con esta información se comprende que las capacitaciones son generales en esas materias, por lo que lo que mencionan los entrevistados es la falta de instrumentos dirigidos y especializados al rambután.

Al respecto de las barreras de información, a lo largo de esta tesis se evidencia que, si bien, si hay información disponible, esta no está centralizada ni accesible en un solo lugar para que el productor que desee exportar tenga un tipo de lista concreta sobre los pasos a seguir. Además, se debe de contemplar que no todas las personas tienen el mismo acceso a la tecnología o

conocimiento del uso de la misma, por lo que se denota una dificultad para realizar u obtener información sobre los trámites virtuales.

Esta categoría, demuestra que es necesario implementar canales de comunicación variados para los potenciales exportadores, pero también que es necesario mantener e invertir en oficinas regionales de las diversas instituciones encargadas para que puedan asesorar de manera directa a la población.

### **4.1.3 Categoría 3: Aranceles**

#### **4.1.3.1 Descripción**

Los aranceles son un punto de análisis importante a la hora de determinar o fijar un mercado meta para cualquier producto, esto porque todos los países tienen sectores protegidos que incluso a veces son excluidos de las desgravaciones arancelarias de los Tratados de Libre Comercio. Elegir un mercado donde los aranceles sean altos es un reto mayor, pues los costos de exportación aumentan por lo que no es tan atractivo ni rentable para el productor. Al respecto los expertos dicen que:

*“Dentro del marco de acuerdos que ha negociado y firmado Costa Rica como parte de su política exterior y la promoción del comercio, contamos con un TLC con Canadá, que pese a ser uno de los primeros en entrar en vigencia, trae ventajas para los productos originarios. Para el caso de las frutas, la mayoría de ellas están libres de arancel. Esto se puede ver más a detalle en la lista de desgravación disponible en nuestra página web donde está todo el texto del tratado”* (Entrevistado 10).

*“Canadá al no producir este tipo de fruta no puede va a elevar mucho los aranceles, pues no tiene ninguna producción local que proteger. Si el país elevara los aranceles, consumir frutas tropicales sería aún más caro para el consumidor canadiense, por lo que no tiene sentido. Este tema arancelario es positivo para Costa Rica, ya que incluso en el tratado de libre comercio la clasificación arancelaria del rambután goza de una categoría A”* (Entrevistado 13).

*“Al contar con un tratado de libre comercio vigente desde el año 2002, se revisamos la lista de desgravación arancelaria que está vigente, se ve claramente que la mayoría de las frutas constan de una categoría de desgravación A, lo cual aplica también al caso de mamón chino” (Entrevistado 18).*

*“De acuerdo al programa de desgravación arancelaria de Canadá, la mayoría de las frutas exóticas, particularmente aquellas no procesadas, se encuentran a este momento en un 0% de arancel, lo cual permite una entrada libre y en igualdad de condiciones de competitividad con los demás productos del mercado canadiense” (Entrevistado 19).*

*“Observando el anexo del Tratado de Libre Comercio disponible en la página web de COMEX se denota un patrón donde las frutas tienen una tarifa libre y/o una buena categoría de desgravación, siendo esto positivo si se desea exportar algo como el rambután” (Entrevistado 20).*

*“Canadá no puede ser muy estricto en las barreras arancelarias impuestas al frutas exóticas o tropicales como el rambután porque su clima no le permite producirlas. Es por eso que el exportador costarricense debe de preocuparse por otras barreras de entrada, pero no por el arancel que está en 0%” (Entrevistado 21).*

*“Como el producto no es muy conocido, como tal en barreras arancelarias en el marco del tratado de libre comercio con Canadá este indudablemente debe de estar en 0” (Entrevistado 29).*

#### **4.1.3.2 Análisis**

En el comercio, son tradicionales las barreras arancelarias como una medida para proteger la producción nacional y como mecanismo de recaudación fiscal. En el caso específico del rambután, lo descrito por los entrevistados concuerda con la revisión bibliográfica ubicada en el marco teórico, pues se cuenta con esa ventaja de tener un arancel de 0%.

Lo que viene a determinar esta categoría es que al menos en barreras arancelarias los productores pueden estar tranquilos, pues no deben de pagar altos aranceles por la exportación del rambután. Sin embargo, los entrevistados no mencionan el pago de otros impuestos o tributos internos, por lo que es un aspecto aún a considerar por los exportadores que depende de la provincia canadiense a la cual deseen enviar el producto.

Dicho lo anterior, queda en evidencia que las barreras arancelarias que posee Canadá, para este caso en específico, no van a venir a perjudicar la exportación costarricense, pero igual denota que no todos tienen conocimiento sobre el tema de los aranceles. Esto pues, los entrevistados que brindaron la información en su mayoría son profesionales del área de aduanas, comercio y relaciones internacionales, mientras que los exportadores (que incluso algunos han enviado producto a Canadá) desconocían si se pagaban aranceles o no.

Una vez más, esta categoría resalta una ventaja: el no pago de aranceles en Canadá por la exportación del rambután, pero si se hila muy delgado también denota una falencia o un desconocimiento grave del sector en cuanto a conceptos y procedimientos relacionados al comercio. Por ende, es necesario que se enseñe a los futuros exportadores de una forma muy específica cómo encontrar los aranceles de los productos en los diferentes mercados para que puedan evaluar sus posibilidades, pues muchas veces se fija un mercado meta sin evaluar otras posibilidades.

#### **4.1.4 Categoría 4: Dificultades para Industrializar**

##### **4.1.4.1 Descripción**

Si bien anteriormente se tiene una categoría de costos de transporte como una de las barreras al comercio, esta otra categoría se enfoca en los costos relacionados con la producción e industrialización del rambután, por lo que se considera una categoría separada al ser las respuestas distantes de lo ya desarrollado. Sobre el tema de industrializar, los diversos entrevistados mencionan que:

*“En realidad no hemos pensado en industrializarlo. No hemos pensado en otra cosa más que vender la fruta porque en temporada es complicado hacer otra cosa ya que como familia somos los únicos que sacamos la cosecha para tener una mejor ganancia en ello entonces solo nos podemos dedicar a venderlo fresco”* (Entrevistado 5).

*“Lo hemos pensado, pero nunca lo hemos comercializado. Esto porque al inicio vendíamos con intermediarios que compraban toda la cosecha pero ahora nos dimos cuenta que vendiendo directamente a los compradores es más rentable y se maltratan menos los árboles por lo que se dificulta industrializar si de esta forma le sacamos dinero”* (Entrevistado 6).

*“En estos momentos debemos enfocarnos en el flujo de caja y en buscar algún tipo de rentabilidad por lo que a veces enfocarse en sacar nuevos productos no es la prioridad. No es que no queramos hacerlo, sino que nos estamos enfocando en lo que mejor se vende”* (Entrevistado 7).

*“Algunas asociaciones han avanzado un poco al tener ya su propio secador y algunas tecnologías más avanzadas, pero la industrialización sigue siendo todo un reto para los productores por el costo y capacidad. Los procesos siguen siendo lentos. Yo soy del pensamiento de que se debe producir para procesar, que toda la producción sea para la industria y poder exportar el producto terminado. El problema es que yo que trabajé con productores me he dado cuenta que sería una meta a largo plazo porque el productor quiere o necesita el dinero rápido, por lo que no está dispuesto a esperar los frutos de la industrialización o no tiene el dinero y equipo para comenzar a hacerlo”* (Entrevistado 10).

*“Un punto a considerar en Costa Rica es la industrialización. Muchas veces el país cosecha el producto, lo manda a procesar o industrializar afuera y luego lo trae de nuevo. En vez de hacer esto, deberíamos de estar apuntar a industrializar nuestros propios productos porque esto genera empleo, recursos y tecnología, además de mejorar los términos de intercambio. Esto sería beneficiosos para zonas fuera de la GAM donde el*

*empleo es un gran reto por lo que considerar la nueva ley de CINDE en este caso sería ideal” (Entrevistado 13).*

*“Muchas de las implementaciones o ideas a nivel industrial tienen que tener detrás una inversión monetaria a veces un poco alta. Generalmente al ser pequeños productores sus ingresos no están en este rango de invertir. Además, al tener estos ingresos limitados a veces prefieren enfocarse en otras cosas. De igual forma, no solo es la implementación de una máquina, es todo el trasfondo que esto tiene de capacitaciones, mantenimiento y otras inversiones que requieren tiempo y dinero por lo que a veces prefieren enfocarse solo en la producción” (Entrevistado 15).*

#### **4.1.4.2 Análisis**

Esta categoría es sumamente importante si se piensa exportar algún derivado del rambután y no solo la fruta fresca. Por ende, se denotan dos corrientes fuertes de las respuestas de los entrevistados. La primera, es el grupo que no ha considerado industrializar el rambután, sea por desconocimiento o porque lo comercializan de otra forma. El otro grupo engloba a los que, si han empezado o al menos investigado el proceso, pero que no lo pueden concretar por problemas monetarios.

Las respuestas sobre las dificultades de industrializar son útiles para reflexionar en lo que menciona Jiménez (2022) para el Programa del Estado de la Nación donde dice que es importante “salirse de la burbuja de la GAM, dado que el dinamismo económico promedio no refleja la realidad de una parte importante del país” (párr.3). Esto, dado que los productores y exportadores del rambután no se encuentran en el centro del país, lo cual ha hecho que su acceso a facilidades industriales para reactivar la economía sea reducidas.

A su vez, de esta categoría se puede resaltar la necesidad de la promoción de la inversión extranjera directa fuera de los sectores tradicionales, pues si existiera una mejora en la infraestructura y acceso a plantas de producción, sería mucho más sencillo que los productores aprovechen esta clase de oportunidades. Sin duda alguna, la ley de CINDE aprobada en el año

2022 trae esperanzas para que en un futuro -ojalá cercano- se incentive la apertura de empresas para que estas zonas aumenten su productividad, empleo y capacidad de exportación.

Por último, se puede utilizar nuevamente lo dicho por Jiménez (2022), quien en su conclusión asegura que

(...) la evolución y dinamismo de la producción dentro del territorio es heterogéneo. Un crecimiento económico más inclusivo generaría mayores oportunidades empresariales y de empleo a grupos de la población que han estado más excluidos, como aquellos fuera del GAM y en sectores menos dinámicos.

Esto, porque aquí es donde se evidencia que no todo el aparato productivo del país está dirigiéndose hacia al mismo lado y peor aún, que no se están cumpliendo con compromisos internacionales como el objetivo de no dejar a nadie atrás.

#### **4.1.5 Categoría 5: Medidas Fitosanitarias**

##### **4.1.5.1 Descripción**

Para esta tesis, desde los antecedentes y el marco teórico se notó que las medidas fitosanitarias solicitadas tanto por Costa Rica como país exportador y Canadá como mercado de ingreso son amplias y rigurosas. Por esto, los expertos entrevistados no dudaron en brindar múltiples respuestas que se relacionan directamente con esta categoría. Al respecto se obtiene que:

*“Yo de verdad creo que sí es viable exportar, pero a veces el problema es más los requisitos fitosanitarios que hacen que las personas terminen desistiendo. Son muy exigentes, a veces hay poca información y se termina perdiendo dinero”* (Entrevistado 2).

*“Las restricciones fitosanitarias y otros requisitos nos han dificultado mucho la exportación porque son muy exigentes. Sea a donde sea que vayamos a mandar la carga fresca solicitan estos requisitos y de los derivados no hemos experimentado con las restricciones por el tema del registro sanitario”* (Entrevistado 7).

*“Cuando yo exporté, lo que las autoridades dijeran de las medidas sanitarias era santa palabra. Fue todo un reto poder sobrepasar todas estas barreras porque otros colegas de México, Honduras y Guatemala siempre me consultaban como hacía yo para que no me devolvieran la carga por estos problemas”* (Entrevistado 8).

*“Para el transporte aéreo, al ser una carga agrícola se debe de realizar el control fitosanitario. En la aerolínea donde trabajé generalmente se abría una caja de forma aleatoria y se revisaba la calidad y el cumplimiento en materia de plagas. Además, muchas aerolíneas solicitan un certificado fitosanitario para asegurar que no van a introducir plagas al avión con otras mercancías”* (Entrevistado 11).

*“En la logística de exportación las medidas fitosanitarias siempre son un reto porque muchas veces los productores solo se preocupan por el arancel y al ver que es 0 quieren exportar, pero olvidan completamente las barreras no arancelarias. En ocasiones, desconocen los certificados que deben de obtener y esto atrasa o del todo impide la exportación”* (Entrevistado 12).

*“Las medidas sanitarias y fitosanitarias son complejas. En este caso, las medidas son más complejas que para otros productos en el sentido de que se exporte fresco, refrigerado o congelado hay requisitos aplicables más que todo para evitar el ingreso de plagas que puedan afectar el sector agrícola en Canadá. Adicionalmente en Canadá existe una agencia encargada del cumplimiento fitosanitario que se llama CFIA por lo que el control en el caso del rambután sería en frontera”* (Entrevistado 13).

*“Si hablamos del rambután fresco, al ser un producto agrícola sin procesar, son objeto de medidas e inspecciones adicionales como todo otro producto agrícola, que en general en todo el mundo son muy exigentes”* (Entrevistado 29).

#### **4.5.1.2 Análisis**

Con la liberalización progresiva del comercio y la función de la OMC, se han ido dejando atrás las barreras arancelarias, situación que también se ve favorecida por la firma de tratados de

libre comercio que hoy proliferan en el mundo. El problema con esto, es que muchos países han buscado otras maneras de proteger su mercado interno, de modo que cae la aplicación de extensivas barreras no arancelarias como lo son las medidas sanitarias y fitosanitarias (Banco Mundial, 2013).

Se debe de ser claro, que muchas de las medidas no arancelarias son establecidas con fines legítimos, pues sí debe de existir un control sobre el ambiente, las plantas y los alimentos para evitar inconvenientes graves para la salud humana, vegetal o animal. El problema con estas es que no son negociadas como tal ante la firma de tratados de libre comercio, por lo que son cambiantes incluso dentro de los mismos países, lo que dificulta el acceso a la información para cumplir con los requisitos exportables.

Ahora bien, en el caso del rambután fresco, al ser un producto de origen agrícola este va a ser sometido a controles estrictos. En este caso, como bien lo mencionan los entrevistados, la revisión es exhaustiva e incluso puede culminar con el rechazo de una carga. Si se exportara otra presentación del rambután donde no se incluya la cáscara del mismo, se podrían sobrepasar con mayor facilidad las medidas fitosanitarias, pero se entran en nuevos retos como el etiquetado y envasado del producto.

Para el caso en curso, esta categoría demuestra que las barreras no arancelarias sí son un obstáculo para la exportación del rambután, pues por desconocimiento o una mala asesoría no se cumplen con todos los requisitos para el ingreso de la mercancía a otro mercado. Como se mencionó anteriormente, en Canadá es la CFIA la entidad encargada de todo lo que tiene que ver con los alimentos, por lo que es vital distribuir información sobre este órgano para que todo el que desee exportar pueda asesorarse y evitar riesgos de pérdida de la carga o multas.

#### **4.1.6 Categoría 6: Certificaciones e inscripciones**

##### **4.1.6.1 Descripción**

Algunos mercados han ido aumentando sus exigencias en cuanto a las certificaciones requeridas o las inscripciones que debe de hacer el exportador en el país de destino, cuestión que

ya han experimentado algunos de los entrevistados. De esta forma, las respuestas de esta categoría arrojan que:

*“Hemos pensado en Marca País y tuvimos la certificación Primus pero la quitamos por motivos que estuvimos pagando y no era necesario para los clientes que tenemos. No nos estaba dando los beneficios que pensamos”* (Entrevistado 4).

*“Nuestro producto es 95% orgánico ya que se usa un abono especial en la raíz del árbol cuando no está en producción. No se utiliza ningún atomizador en el producto. Una vez que los árboles están con fruto se les coloca abono orgánico, pero no hemos certificado el producto como tal. No sabemos cómo ni los precios”* (Entrevistado 5).

*“No tenemos certificaciones porque no hemos iniciado este largo proceso. Si es algo que hemos pensado e investigado para la finca como tal”* (Entrevistado 6).

*“Para exportar a Estados Unidos y a mercados como este piden muchas certificaciones de calidad e inscripciones a instituciones que nos ha costado completar. Además, no sabemos el costo-beneficio de obtener esto porque es muy caro. Yo sé que tener todas estas cosas es ideal, pero por el momento económicamente no es una prioridad”* (Entrevistado 7).

*“Como productores sabemos que lo ideal es adquirir certificaciones, pero la verdad es que no tenemos tiempo ni paciencia para estar encima de la burocracia para obtener las certificaciones”* (Entrevistado 8).

*“Adquirir certificaciones de producto orgánico, Global Gap, responsabilidad social, responsabilidad ambiental entre otras son cosas que se podrían adquirir para posicionarse mejor en el mercado. Además, para el producto agrícola del rambután se deben de cumplir con requisitos adicionales del CFIA”* (Entrevistado 13).

*“Los canadienses son cada vez más conscientes de las prácticas comerciales sostenibles y buscan productos que utilicen envases sostenibles y que sean productos éticos u orgánicos garantizados, especialmente alimentos y ropa” (Entrevistado 17).*

*“Que un producto sea orgánico, que no tenga azúcar añadida, cuestiones de higiene y calidad con certificaciones que ayudan. Sin ninguna duda, son certificaciones que hacen más llamativo el producto para el mercado seleccionado” (Entrevistado 30).*

#### **4.1.6.2 Análisis**

Las certificaciones internacionales son cada vez más populares entre las empresas, por lo que es un factor de preocupación denotar cómo los productores costarricenses no están logrando adquirirlas por variables económicas, burocráticas o de información. El contar con certificaciones es un factor diferenciador del producto, por lo que sí debe de ser una meta por alcanzar por los productores que tengan la aspiración de exportar.

Pese a las dificultades que mencionan la mayoría de los entrevistados, se debe aclarar que tanto PROCOMER como otras entidades gubernamentales y privadas han hecho esfuerzos, capacitaciones y guías sobre cómo obtener las certificaciones. Al respecto PROCOMER, por mencionar uno de los actores, es consciente de la existencia de debilidades en el proceso por lo que aseguran que “entendiendo la complejidad de los procesos de certificación pero su gran importancia, fomentamos la certificación de las firmas exportadoras y les ofrecemos apoyo en el proceso, para crear un parque empresarial cada vez más competitivo a nivel internacional” (PROCOMER, 2016, párr. 5).

Lo anterior lleva a reflexionar sobre esta categoría, pues es vital difundir más esta clase de información, pero además tratar de que los costos de certificación sean accesibles para los productores, pues se debe de comprender que muchos están empezando y aún no cuentan con un gran capital para invertir en estos valores agregados.

## 4.2 Unidad de análisis 2: Valor agregado del rambután y sus derivados

El segundo objetivo específico de esta tesis busca determinar valores agregados para el rambután fresco y los derivados de este que sean dinamizadores del comercio. Para esto, se inició con la revisión bibliográfica de los derivados del rambután ya analizados en el marco teórico de esta tesis, pero además se concretaron entrevistas a una amplia gama de especialistas que brindaron información sobre cómo se le puede dar un valor agregado al rambután.

Comprendido lo anterior, de las respuestas recopiladas sobresalen 6 categorías que se relacionan directamente con el valor agregado o con los derivados que se han tratado de desarrollar en el país. Estas categorías son:

1. Calidad
2. Industrialización
3. Diferenciadores
4. Productos dulces
5. Productos secos
6. Bebidas

### 4.2.1 Categoría 1: Calidad

#### 4.2.1.1 Descripción

La Real Academia Española (2023) define calidad como la “propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor”. La calidad del rambután fresco o de los derivados que salgan al mercado debe de ser de primer nivel para obtener la ganancia deseada en mercados externos. A lo largo de los años de promoción y cultivo de rambután en Costa Rica, se han notado algunos problemas de calidad y homogeneidad de la fruta, situación que se ha ido corrigiendo poco a poco con la injertación de los árboles de mamón chino. Al respecto algunos profesionales de ingeniería industrial y los mismos expertos en rambután mencionan:

*“La situación con estos mercados es que son sumamente exigentes. Se debe cuidar mucho la calidad porque si no el precio se va al suelo”* (Entrevistado 3).

*“Con la misión de Taiwán en Costa Rica se empezó a priorizar la reproducción asexual del rambután, es decir con injerto. Esto porque mejoraba la calidad y la homogeneidad de la fruta lo cual es bueno para la exportación. En mi caso yo exporté mamón sin injertar, pero era muy escogida. De las 200 hectáreas de mamón seleccionaba manualmente las frutas que quería exportar para garantizar esta calidad. Además, hace años yo estuve en una visita internacional en Canadá y sondeé el mercado. Fui a empresas que importaban mamón y vi frutas maravillosas, con muchísima calidad, pero esto fue algo progresivo porque en un inicio no había ese nivel”* (Entrevistado 8).

*“Cuando estamos hablando de enviar un producto a otro mercado, definitivamente la calidad es clave. El país debe de tener la capacidad de producir suficiente fruta o productos con calidad exportable, porque de lo contrario no se van a obtener grandes ganancias”* (Entrevistado 13).

*“Gestionar la calidad es importante en productos agrícolas, más que todo porque debe de garantizarse su seguridad para el consumo humano. Para esto existen diversos sistemas de gestión de la calidad, la inocuidad, los procesos de manufactura y otros elementos involucrados en la producción agrícola”* (Entrevistado 14).

*“Si lo que se va a exportar es un producto innovador o de primera inserción a un país, sí o sí tiene que ir con muy buena calidad porque estamos hablando de una primera buena impresión. Muchos de los clientes compran o se asocian a una marca por la calidad, por lo que si sería un aspecto a tomar en cuenta pues uno se puede dar el lujo de jugar con el precio con base en estudios de mercado y la calidad del producto”* (Entrevistado 15).

*“Hoy en día los procesos productivos deben de tener una adecuada gestión de los sistemas de aseguramiento de la calidad y la inocuidad, para ofrecer a los consumidores productos sanos y seguros. Al ser del sector primario, ahí es donde radica el principal reto de calidad aunado a que en su mayoría son productos perecederos por lo que deben de contar con controles desde la siembra en la utilización de diferentes sustratos, fertilizantes, productos fitosanitarios, entre otros. La calidad y la evaluación de la misma es un factor clave. Sin*

*duda alguna producciones primarias que tienen una gestión de la calidad a su sistema productivo abre una ventana para el mercado nacional e internacional” (Entrevistado 16).*

*“Parte del consumidor canadiense está orientado hacia productos de gran calidad y muy específico, es decir, productos conocidos como “delicatessen”. Estos productos podrían alcanzar precios de hasta un doble y triple de lo que el mismo producto se pueda tomar en el mercado americano por lo que es un factor importante” (Entrevistado 19).*

*“Existen estudios que arrojan que el consumidor canadiense es uno que tiende a consumir muchas frutas y que además prefiere la alta calidad. Es un mercado con exigencias de primer nivel” (Entrevistado 21).*

*“La calidad de un fruto se puede ver afectada por una multiplicidad de factores como si los suelos, ya que si son pobres con poco drenaje, los árboles no podrán obtener los nutrientes necesarios para producir frutos de buena calidad. Con las plagas, el aspecto de la fruta se ve afectada y pueden abrir pequeñas lesiones que permiten la entrada de bacterias y hongos que no solo deterioran el aspecto y la calidad del fruto sino que inciden en precio y la exportación” (Entrevistado 22).*

*“La calidad se puede afectar desde diversas perspectivas. Por ejemplo, desde el punto de vista físico, si hay un impedimento para el desarrollo de la raíz, ese árbol será más propenso a estrés por déficit hídrico. También si es un suelo muy arcilloso probablemente evacuará el exceso de humedad de una manera más lenta, por lo cual la planta estará un mayor tiempo sometido a estrés por exceso de humedad. Por otra parte, si hay deficiencias de nutrientes, esto afectará la cantidad y calidad de la fruta, pues la planta podría ser más susceptibles al ataque de algunas enfermedades” (Entrevistado 23).*

*“La norma de calidad es una diferenciación porque eso le da al consumir una idea o creencia que el producto está siendo manufacturado con estándares importantes de calidad. Esto es importante en un mercado como Canadá que tienen un alto poder de adquisición” (Entrevistado 29).*

#### 4.2.1.2 Análisis

Después de analizar las respuestas de los entrevistados, no queda espacio de duda para asegurar que la calidad es un determinante para los productos en el mercado canadiense. En el caso del país seleccionado, se considera que las exigencias son de primer nivel, pues es un consumidor meta que por su educación y poder adquisitivo va a exigir un producto de buena calidad.

Ahora bien, ampliando sobre este tema de la calidad, la FAO (s.f) menciona que en el mundo existe una tendencia marcada al “mayor consumo de frutas y hortalizas, motivado fundamentalmente por una creciente preocupación por una dieta más equilibrada, con menor proporción de carbohidratos, grasas y aceites y con una mayor participación de la fibra dietaria, vitaminas y minerales” (párr. 2). Esta misma organización desarrolla los componentes de la calidad, de estos los principales son: la apariencia, el sabor, el valor nutritivo y la seguridad.

Para el rambután, la apariencia es todo un valor agregado, pues pocas frutas tienen esa cáscara llamativa y los espinates que generalmente son confundidos con pelos. A pesar de esto, también puede ser una gran debilidad, pues una vez cosechado, la cáscara puede perder su color vibrante de forma rápida por lo que sí es necesario cuidar tiempos de transporte y cosecha para no afectar este componente. Siguiendo con su sabor y valor nutritivo, estos son puntos altos para el rambután, que es dulce y además, como se mencionó en el marco teórico, cuenta con propiedades beneficiosas para la salud. En cuanto a su seguridad -al menos aquí en Costa Rica- siempre existe la preocupación de incidentes de ahogo por el rambután, por lo que sería recomendable colocar un aviso de seguridad al respecto.

Finalmente, sobre esta categoría también se puede agregar la importancia de la selección de la fruta, para que la carga realmente se exporte con la mejor calidad posible. Según la teoría explicada, esto se podría lograr de dos maneras: por el injerto de los árboles o con la selección manual de la fruta. Sin importar cual sea el método seleccionado, lo importante es que el cargamento sea homogéneo y que toda la fruta vaya en perfectas condiciones para garantizar un mayor precio en el mercado de destino.

## 4.2.2 Categoría 2: Industrialización

### 4.2.2.1 Descripción

La industrialización en el ámbito agrícola es

(...) el desarrollo de las capacidades necesarias (acceso y uso del conocimiento y la información, dominio de procedimientos y aplicación de criterios de responsabilidad) para atender al desafío que enfrentan los productores actuales de agregar valor a su producción, en este caso, integrando (individualmente o en forma asociada, rentable y competitivamente) etapas de industrialización de sus producciones primarias (Instituto Nacional de Educación Tecnológica de Argentina, 2002, p. 2).

Para desarrollar muchos de los derivados del rambután que han surgido en investigaciones gubernamentales o independientes se hace evidente la necesidad de industrializar la fruta fresca, por lo que es un proceso que han evaluado algunos de los entrevistados que comentan que:

*“El tema con los derivados industriales es que es un proceso muy lento. Además, va a requerir certificaciones de mayor calibre. Existen conflictos humanos también, porque en vez de unirse, los diversos productores se ven como competencia”* (Entrevistado 1).

*“Muchos de los derivados que hay en el mercado son importados, pero existen investigaciones que arrojan que la cáscara del rambután tiene alto contenido de antioxidantes que se podría industrializar”* (Entrevistado 2).

*“Vale la pena hacer el proceso de industrialización, pues es un factor diferenciador. No se puede dejar del todo el fresco. Debe de ser una combinación de ambos”* (Entrevistado 10).

*“Industrializar el rambután trae sus ventajas como que se eliminan gran parte de las medidas fitosanitarias al quitar la cáscara, sin embargo, viene con otros retos como el tema de los obstáculos técnicos al comercio en etiquetado y empaquetado. Cuando metemos la industria ya se hace necesario que la planta procesadora garantice buenas*

*prácticas de manufactura, controles en el manejo de alimentos y demás” (Entrevistado 13).*

*“Industrializar productos agrícolas trae consigo beneficios como mayor producción, optimización y estandarización de procesos, reducción y optimización de costos, mayor flexibilidad en los procesos, aumento en la competitividad, mejora en los estándares de calidad, capacidad de adaptabilidad en nuevos mercados y la mejora continua” (Entrevistado 14).*

*“Los procesos de producción industrial son un plus para cualquier producto. Se pasa de un bien primario sin ningún tipo de manufactura a un bien más producido. A pesar de esto, sí existen problemas a nivel país con esto por el costo de equipo, materias primas, falta de financiamiento y otros factores que no ayudan a consolidar los procesos” (Entrevistado 26).*

*“Industrializar bienes agrícolas sin duda alguna es un plus que eleva los precios sea para venta interna o internacional. El problema es que no son procesos sencillos, pues se necesita inversión y tiempo” (Entrevistado 27).*

#### **4.2.2.2 Análisis**

Como se desarrolló en el marco teórico, existe una infinidad de productos que se pueden desarrollar a partir del rambután que pueden ser alimenticios, médicos y hasta productos para el cuidado de la piel o el cabello. Lo importante, es que para que Costa Rica logre producir esos derivados, es necesario industrializar la fruta, por lo que se debe de invertir capacidad económica, técnica y humana para garantizar el desarrollo correcto de los productos.

En este apartado, se vuelven importantes las instituciones de investigación ya mencionadas, pues juegan un papel inigualable a la hora de desarrollar proyectos en conjunto con los productores para probar el éxito de diversos productos. A su vez, se insiste en el rol de la participación pues al ser proyectos de interés para los productores, estos deben de comprometerse e interesarse más por esta clase de iniciativas para poder enrumbar de forma diferente el futuro de la fruta.

Otro beneficio de la industrialización es el precio, pues al ser un producto manufacturado puede venderse a mayor precio que solo la fruta fresca. A pesar de esto, un desincentivo es el costo de la materia prima, pues muchas veces no se logra obtener la ganancia deseada porque los costos de manufactura en el país son elevados. Un agravante de esto es la distancia y la infraestructura, pues como se estableció antes, estos factores han sido perjudiciales pues no tienen el mismo acceso industrial que productores de la GAM.

### 4.2.3 Categoría 3: Diferenciadores

#### 4.2.3.1 Descripción

En el proceso de las entrevistas, los expertos mencionaron que hay algunos diferenciadores que son importantes de considerar para que el rambután tenga ese valor agregado que permite elevar los precios y posicionar el producto. Los diferenciadores mencionados son:

*“Un elemento de valor agregado importante sería que el producto sea orgánico. Costa Rica ya tiene experiencia con la exportación de otro tipo de productos orgánicos a mercados exigentes como la Unión Europea, por lo que debería tomarse como una variable fuerte para el rambután. El reto con esto es que certificarse como orgánico es caro, por lo que es un reto para el productor. Igual hay otras certificaciones como la Global Gap pues, aunque el producto en este caso no vaya destinado a la Unión Europea, lo que va hacer es indicar un estándar de calidad diferente. Por último, está la posibilidad de certificarse en temas de la responsabilidad social o la responsabilidad ambiental que serían interesantes”* (Entrevistado 13).

*“Una certificación da como un valor agregado a lo que es el producto final porque deja ver una diferencia entre mi producto y el de alguien más. Igual, los expertos saben que obtener estas certificaciones no es sencillo y conocen los puntos a evaluar por lo que sabrían que el producto es de calidad. Otro diferenciador sería la realización de muestreos de calidad porque identifica los estándares a los que se quieren llegar. En la exportación esto permitiría enviar sólo el mejor producto y ser homogéneos”* (Entrevistado 14).

*“Utilizar insecticidas de bandera verde que son menos perjudiciales con el ambiente, aceites que disuelven la capa cerosa de los insectos y el uso de controladores naturales como insectos, hongos y bacterias son innovaciones que pueden colaborar a certificar un producto agrícola como orgánico que sin duda es llamativo en otros mercados”* (Entrevistado 22).

*“El buen manejo de la cosecha con un excelente control del agua, suelo, nutrientes y controladores biológicos son pequeños detalles que pueden hacer que una producción sobresalga por encima de otra”* (Entrevistado 23).

*“Cada cultivo tiene su paquete tecnológico que trae sus especificaciones. De forma general existen combates naturales para las plagas, manejos culturales, podas y otros elementos que pueden servir para esa onda orgánica que se basa en el no a los agroquímicos”* (Entrevistado 25).

#### **4.2.3.2 Análisis**

La experiencia de los entrevistados culmina con resultados interesantes para esta categoría, pues se mencionan diferenciadores tradicionales y conocidos como las certificaciones pero a su vez hay otros poco comunes como el manejo del suelo. Esto demuestra que la innovación y el asesoramiento con diversos expertos puede beneficiar a los productores con el fin de brindarle al mercado cuestiones nunca antes vistas.

Sobre diferenciadores tradicionales como las certificaciones, PROCOMER (2016) al hacer diversos estudios de mercado y de consumidores ha logrado determinar que

(..) son herramientas necesarias para los empresarios y ya no son lujos que las empresas se pueden dar, no tener una certificación puede volverse una barrera para ingresar a los mercados internacionales. Unas son vitales para ingresar en ciertos mercados estratégicos, como la Unión Europea y los mercados Norteamericanos, otras son determinantes para conquistar a un cliente exigente y lo cierto es que todas aportan valor agregado a los procesos, productos, servicios de las empresas (párr. 2).

La cita anterior menciona dos puntos clave para el caso en curso. El primero es que más que un lujo, las certificaciones pueden ser una barrera lo cual se abarcó en otro análisis previo pero que se agudiza con el punto dos que es la importancia de las certificaciones en el mercados norteamericanos como Canadá. Sin duda, es un factor a considerar para exportar al mercado, ya que si no se tiene ninguna certificación por más de que el producto sea orgánico o de alta calidad no se podrá vender a un mayor precio.

Por último, los expertos mencionan cuestiones muy técnicas del control del suelo, agua, nutrientes y pesticidas lo cual es diferente y abre un nuevo mundo para mejorar la calidad e incluso la apariencia del rambután. Para lograr obtener todos los beneficios de esos cambios, es necesario mejorar la relación de los productores con expertos técnicos en fitotecnia u otras especializaciones agrícolas, pues así tendrían una asesoría directa y personalizada a las necesidades de su producción.

#### **4.2.4 Categoría 4: Productos dulces**

##### **4.2.4.1 Descripción**

La Real Academia Española (2023) define algo dulce como aquel producto que “causa cierta sensación suave y agradable al paladar, como la producida por la miel y el azúcar”. Ya directamente sobre los derivados del rambután, una de las grandes categorías es la de los productos dulces. Al ser el rambután fresco una fruta que en su estado natural tiene ese sabor, tradicionalmente los derivados han tendido a aprovechar esta característica para otra producción. Los entrevistados mencionaron gran cantidad de productos dulces dentro de los cuales destacan:

*“El tema que tenemos es que generalmente los derivados se importan entonces es difícil competir. Aun así sé que se ha experimentado con el almíbar. En Pérez Zeledón hay una feria todos los años donde se muestran productos diferentes como estos”* (Entrevistado 2).

*“Sí hemos estado experimentando el valor agregado con almíbar que es de los más conocidos y también con las mermeladas”* (Entrevistado 4).

*“Con la cosecha del año pasado empecé a experimentar recetas como la miel de mamón o el ceviche, pero es para consumo propio. Como somos una finca familiar y hacemos toda la cosecha nosotros se nos complica hacer otra cosa que no sea venderlo fresco”* (Entrevistado 5).

*“Como asociación hemos recibido muchas capacitaciones y ayuda del CITA. Hemos pensado en mermeladas, las bases para yogures y helados, pero las hemos ido dejando de lado porque nos estamos enfocando en otras presentaciones más rentables. También se experimentó con el rambután pelado y empacado al vacío para congelar. Es un producto que llamó la atención en la presentación a supermercados nacionales pero no le hemos podido sacar registro sanitario pese a tener el permiso de funcionamiento de la planta”* (Entrevistado 7).

*“Existen varias alternativas para la producción de derivados del rambután. Existen algunos productos estrella como el rambután tipo dátil y los arilos deshidratados con azúcar”* (Entrevistado 10).

*“Puede realizarse fruta enlatada en almíbar. En algunos chinos se consigue pero es un producto importado”* (Entrevista 22).

*“En realidad la gente es muy creativa. Hay muchos productos que se podrían hacer. He visto jaleas, sirope e incluso en otros países se ha hecho miel de abeja de rambután a partir de las flores. Lo que hacen es poner las colmenas dentro de la plantación y las abejas aprovechan las flores del rambután”* (Entrevistado 24).

*“No tengo gran conocimiento sobre los otros productos que se pueden hacer del rambután, pero sí he visto en el supermercado rambután el almíbar por lo que creo que sería algo que los productores podrían hacer”* (Entrevistado 25).

*“Pienso que una forma tradicional de transformar la fruta puede ser con una jalea o una mermelada. El problema con esto es que a veces son procesos muy caseros por lo que cuesta el tema de registrarlos adecuadamente para la exportación”* (Entrevistado 26).

*“De lo que hemos podido observar e investigar, la jalea es lo más fácil de hacer porque es muy estable. También se ha experimentado con hacer gelatina por la textura de la fruta”* (Entrevistado 28).

#### **4.2.4.2 Análisis**

De todas las categorías de los derivados, la de productos dulces evidencia ser la más popular dentro de los entrevistados. Esto se debe a que el rambután como fruta fresca es dulce por lo que es más sencillo elaborar productos sobre este sabor.

Igualmente se obtiene como resultado que lo más común para hacer es el rambután en almíbar y las jaleas o mermeladas, sin embargo, también se nota el patrón de que muchos productos son caseros. Con miras de optar por una comercialización sea a nivel nacional o internacional sí es necesario que los productos tengan una producción formal, que adquieran registro sanitario y que puedan venderse con todos los requerimientos de ley para evitar cualquier inconveniente.

Adicionalmente, siempre con la visión de insertarse en mercados como Canadá, sería importante que la fabricación de estos productos tengan otros diferenciadores como evitar el uso de azúcar añadida, evitar los preservantes e innovar en el empaque para que capte la atención de los consumidores. Esto sería una medida alternativa para el uso de certificaciones, mientras se logran adquirir estas.

Finalmente, también es importante que los productores hagan alianzas con proyectos de investigación, tecnólogos de alimentos e investigadores culinarios para así estar a la vanguardia de nuevos productos que se puedan crear. Esto haría que el acompañamiento sea directo y que las manufacturas de Costa Rica no sean solo la copia de lo que se vende en el mercado internacional, sino que estas sean originales, innovadoras, sostenibles y beneficiosas tanto para productores como para consumidores.

## 4.2.5 Categoría 5: Productos secos

### 4.2.5.1 Descripción

Los productos secos “incluyen una gran gama de alimentos. Su característica es presentar una cantidad muy baja de agua” (Banc dels Aliments de Barcelona, s.f, p. 3). Al contrario de la categoría anterior, los derivados de rambután que son productos secos son mucho más reducidos. Aun así, los entrevistados brindaron algunas iniciativas interesantes como:

*“La cáscara del rambután tiene alto contenido de antioxidantes, por lo que lo ideal sería procesarla y hacer algo como la harina”* (Entrevistado 2).

*“Otro de los productos con el que hemos experimentado es el rambután deshidratado”* (Entrevistado 4).

*“Nuestro producto estrella es seco, es la fruta deshidratada tipo dátil que le estamos sacando registro sanitario para poder iniciar su comercialización formal. Tenemos el secador y todo lo necesario para este producto. También hemos recibido capacitaciones para la harina de cáscara que se llama geramin”* (Entrevistado 7).

*“Se ha estudiado y experimentado hacer harina por el valor biológico que tiene la cáscara del rambután. Para este caso en específico se podrían aprovechar las plantas de secado o de harinas del país para elaborar en conjunto y así dedicarse a sacar a harinas por temporadas. De esta forma, unida esa producción no es tan costosa”* (Entrevistado 10).

*“Se puede hacer la fruta deshidratada, que de hecho he visto que ya existe en polvo. También otro investigador de tecnología de alimentos empezó con el proyecto de hacer harina de la cáscara y si la semilla del rambután se tuesta se puede vender y comer así, como si fuera una nuez”* (Entrevistado 28).

#### **4.2.5.2 Análisis**

Para los productos secos, la elaboración de derivados se vuelve más compleja. En primer lugar, porque requiere de mayor conocimiento técnico para hacer las harinas, pero también porque requieren de mayor infraestructura que suele ser costosa. Sobre las respuestas de la fruta deshidratada, este sí es un proceso más sencillo que es comercializable a corto plazo siempre y cuando se pueda cumplir con los trámites gubernamentales.

De la misma manera, al menos con los productos mencionados por los expertos, se estaría apuntando a un mercado selecto, pues no todas las personas sabrían qué uso darle a una harina de rambután o estás acostumbrados a comer la fruta deshidratada con todo y su semilla. Por esto, sería recomendable que estos productos puedan certificarse para que el consumidor sea uno interesado en esta corriente de productos saludables.

Finalmente, haciendo referencia a la información proporcionada en el marco teórico se sabe que el descubrimiento de las propiedades de la cáscara del rambután es de alguna forma reciente, por lo que sí sería un producto donde queda una gran curva de aprendizaje y de desarrollo de capacidades para que pueda comercializarse. En cuanto a la fruta deshidratada, este producto es ideal para exportarse porque elimina la cáscara y al ser manufacturado aumenta su vida útil, por lo que es una alternativa interesante para evitar tantas barreras con el tema fitosanitario, siempre que esté al tanto de los requerimientos sanitarios y de inocuidad para alimentos.

#### **4.2.6 Categoría 6: Bebidas**

##### **4.2.6.1 Descripción**

Por último, en esta unidad de análisis queda por analizar la categoría de bebidas. Esta es menos amplia que las anteriores, pues las bebidas requieren un proceso de manufactura más complejo. Las respuestas que caben en esta categoría son:

*“Como dije antes la cáscara tiene alto contenido en antioxidantes entonces otro derivado podría ser el té antioxidante de rambután”* (Entrevistado 2).

*“En la asociación también hemos evaluado y experimentado con el tema de los vinos, pero es complejo”* (Entrevistado 4).

*“De manera casera hicimos en la finca agua de mamón chino y batidos por las propiedades excelentes que tiene la fruta, pero igual que en los casos anteriores solo vendemos el fresco”* (Entrevistado 5).

*“Otro derivado con el que hemos experimentado es el jugo cold press. No lo hemos explotado porque requiere de equipo, de refrigerar la pulpa y demás. Es un proceso mucho más técnico que eleva costos. Si lo podemos hacer porque tenemos el equipo, pero el tema es conseguir el nicho de mercado que lo compre al precio que es”* (Entrevistado 7).

*“En el proyecto se hicieron investigaciones sobre jugos puros donde todo el arilo se muele, se prensa y se saca un jugo, pero es el más complicado de hacer y de vender porque los envases son muy caros. En Costa Rica esta materia prima es costosa”* (Entrevistado 10).

*“Igualmente se podría hacer jugo en lata como el que se importa. Ojalá incluyendo trozos de rambután como lo hacen las bebidas de Aloe. En internet hay recetas de cócteles para hacer bebidas alcohólicas con el rambután”* (Entrevistado 22).

*“Existen estudios nacionales que han buscado desarrollar vino a base de rambután. Creo que son proyectos no concretados, o sea, que no se ha hecho el vino como tal, pero si es una oportunidad importante e interesante a explorar pues es diferente”* (Entrevistado 27).

*“Finalmente el otro derivado que tengo conocimiento es del jugo. Este puede hacerse en diversas presentaciones como en lata, con pulpa, sin pulpa, en botellas, sin azúcar añadido y otros factores llamativos para el consumidor”* (Entrevistado 28).

#### **4.2.6.2 Análisis**

Las bebidas son una mercancía que se comercializa de diversas formas en el mundo. Al menos Costa Rica tiene dentro de sus productos líderes para la exportación los jarabes para bebidas

gaseosas y los jugos y los concentrados de frutas (PROCOMER, 2023). Por ende, sería interesante que estas empresas puedan utilizar el rambután dentro de su catálogo empresarial.

A nivel de pequeñas y medianas empresas, los entrevistados reconocen la complejidad de realizar bebidas a base de rambután por los componentes técnicos que conlleva el proceso. El nivel de equipo y el costo de este en conjunto con el de otras materias primas para concretar un jugo o bebida de rambután han relegado a que los mismos productores o consumidores locales hagan bebidas de rambután para el consumo propio, sin poder registrarlo o venderlo de manera formal.

Para concluir con esta categoría, una propuesta interesante para esta sería el uso compartido de instalaciones o la venta del rambután a las empresas fabricantes de jugos, para que estas que tienen más capital y maquinaria disponible puedan sacar el producto al mercado. En general, las bebidas como té frío saborizado y los jugos naturales son de alto consumo, por lo que sería una estrategia viable de comercialización.

### **4.3 Unidad de análisis 3: Debilidades y fortalezas de la exportación de rambután**

Como siguiente unidad de análisis se consideran las debilidades y fortalezas de la exportación de rambután. Esto puesto que ya se han dado exportaciones costarricenses de rambután a diferentes destinos, entre ellos Canadá. Por eso, el objetivo de esta categoría es poder identificar los espacios de mejora y las fortalezas de las exportaciones, usando como principal fuente de información las experiencias que hayan tenido los exportadores, los agentes aduanales y otros profesionales en la materia.

Esta unidad de análisis es extremadamente amplia, ya que la mayoría de los entrevistados brindaron respuestas para esta unidad, de los que se consolidan 12 categorías, que son:

1. Errores
2. Medios de transporte internacional
3. Clima y distribución geográfica
4. Fenómenos climáticos
5. Producto perecedero
6. Capacidad de producción y sobre-oferta

7. Relaciones con Canadá
8. Mala organización y acompañamiento
9. Plagas
10. Consumidor seleccionado
11. Competencia internacional
12. Infraestructura logística

### 4.3.1 Categoría 1: Errores

#### 4.3.1.1 Descripción

La Real Academia Española (2023) define el error como una “cosa hecha erradamente”. Para el caso en curso, los errores sean en aspectos de documentación o en el cultivo y cosecha del rambután son solo algunas de las debilidades detectadas mediante las entrevistas realizadas. Los diversos profesionales explican:

*“En el proceso de exportar existen muchos errores que se observan en la terminal. Hay agentes aduanales impuntuales, los empaques incorrectos, la no refrigeración de la carga, falta de documentación, malas dimensiones de cajas y otros requisitos. A veces lo hacen con la guía incorrecta por lo que caen en omisiones documentales”* (Entrevistado 11).

*“Los principales errores que vemos son que los que quieren exportar no conocen las barreras arancelarias y no arancelarias del producto, coordinan tiempos muy cortos de llegada o invierten muchos recursos sin obtener la ganancia esperada. Además, a veces llegan con la información incompleta”* (Entrevistado 12).

*“Muchas veces los que van a empezar a exportar solo se preocupan por la parte arancelaria, pero en este caso lo más complejo son las barreras no arancelarias, específicamente con las medidas sanitarias y fitosanitarias por lo que el fallo de esto puede terminar rechazando la carga en frontera”* (Entrevistado 13).

*“El empresario o productor peca o se equivoca por su desconocimiento, porque no saben cuestiones de partidas arancelarias, no saben de los tecnicismos, aranceles, barreras no arancelarias y demás. Esto termina haciendo que se desmotiven y cierren el proyecto de exportación porque pierden dinero o les rechazan la carga” (Entrevistado 29).*

*“En materia arancelaria, la obligación es exportar a 6 dígitos de clasificación. Para efectos estadísticos, Costa Rica puede tener otra clasificación diferente y si hay una apertura a nivel nacional o regional, se debe clasificar ahí. A veces sucede que por desconocimiento o por simplemente clasificar mal se les abre un proceso por la mala clasificación arancelaria que los termina desmotivando” (Entrevistado 30).*

#### **4.3.1.2 Análisis**

A lo largo de la investigación se ha denotado la constante de que el acceso a la información es una barrera para exportar. Por ende, es una de las debilidades que se detecta con base en la experiencia de los entrevistados. Esta debilidad pone en peligro la meta de exportar el rambután y sus derivados, pues en el comercio los errores y las omisiones sean en procesos o en documentación vienen ligadas con multas o sanciones que tienden a acarrear costos monetarios elevados.

Poseer errores en el proceso de exportar puede generar que los productores e incluso los mismos exportadores terminen desistiendo de la exportación pues es desmotivante tener que lidiar con la burocracia y los costos económicos de los errores. Por esto, se vuelve importante que los productos a exportar tengan guías específicas sobre la documentación necesaria, permisos, costos y demás información útil para exportar de una forma clara y centralizada, para que quien desee iniciar el proceso no tenga que estar brincando de institución en institución para obtener la información.

A su vez, sería beneficioso que las diversas asociaciones o los productores individuales puedan compartir sus experiencias en foros, charlas y capacitaciones para que así sea el mismo gremio que pueda compartir contactos y buenas prácticas para la exportación del rambután.

## 4.3.2 Categoría 2: Medios de Transporte Internacional

### 4.3.2.1 Descripción

El transporte internacional es “el conjunto de medios de transporte que permiten el traslado de personas y mercancías entre países” (Páez, s.f, párr. 1). El proceso de transporte de cualquier mercancía es delicado, además de ser la clave para que el producto llegue en buenas condiciones al país de destino. A lo largo del trabajo de campo, múltiples entrevistados hicieron mención a esta debilidad logística que presenta el país. Las respuestas más relevantes sobre las rutas de exportación dicen que:

*“Nosotros hemos exportado a varias partes del mundo y el tema de las rutas si es importante. Debe de ser aéreo para que la fruta se mantenga pero Costa Rica tiene pocos vuelos directos, muchos van con escala y esto atrasa”* (Entrevistado 3).

*“Normalmente solo exportamos vía área porque para nosotros el rambután no se puede exportar por barco porque se daña. Se incrementan los precios y la frecuencia no es la misma”* (Entrevistado 4).

*“A Centroamérica si hemos exportado vía terrestre que no es tan difícil porque los envíos sí son frecuentes y no son tan exigentes con la calidad y frescura. A Estados Unidos u otros destinos solo se puede exportar aéreo y no lo hemos hecho por los costos”* (Entrevistado 7).

*“Cuando estaba en la empresa, el rambután hacía interlinea en Estados Unidos y de ahí salía a Canadá. A veces hay vuelos directos a Canadá, pero eran los menos frecuentes. Algo importante para este proceso es que si va a haber interlinea, la carga va con la guía de la última aerolínea, es decir, la que entrega a destino. Con exportación vía marítima el problema es que los tiempos son demasiado largos, maso menos 1 mes a Canadá y pierde muchísimo el precio de la fruta. Hay más beneficios de enviar aéreo”* (Entrevistado 11).

*“Exportar el rambután de forma marítima si es complejo. Realmente creo que a Canadá no llegaría el producto fresco en buenas condiciones porque no hay rutas directas que tengan un buen tiempo en tránsito”* (Entrevistado 12).

*“Existe una poca disponibilidad de rutas directas a Canadá. Casi todo hace escala en Estados Unidos”* (Entrevistado 13).

*“La frecuencia en los envíos a Canadá es baja. Pasa como con el Tratado de Libre Comercio con Chile donde los volúmenes exportados no son tan altos por lo que no salen muchos transportes directos ni son frecuentes. Se dejaron de hacer consolidados”* (Entrevistado 29).

#### **4.3.2.2 Análisis**

Como se mencionó anteriormente, la apariencia de una fruta es uno de los componentes de la calidad, por lo que para no afectarla el transporte del rambután a un mercado como Canadá debe de ser aéreo. Ante esta realidad, el país enfrenta una debilidad pues no hay rutas directas que sean frecuentes y además esta exportación involucra una buena planificación pues la fruta debe de cosecharse el mismo día que se va a exportar.

Los medios de transporte internacional son un pilar del comercio y según estimaciones de la OMC (s.f) “el transporte marítimo sigue siendo el modo predominante de transporte internacional de las mercancías objeto de comercio y constituye la columna vertebral de las cadenas de suministro mundiales. Representa más del 80 % del volumen del comercio mundial”. Dado que el transporte marítimo es más económico que el transporte aéreo, el ideal sería que existiese una ruta directa a Canadá con una duración corta para que el rambután se pueda enviar refrigerado de esta forma.

Por último, si se es realista es poco probable que la frecuencia de los envíos a Canadá aumente a corto plazo, pues esto depende de los volúmenes exportados, por lo que se debe de trabajar con diversos sectores para la inserción de productos a este mercado. De esta manera, con

un aumento generalizado de las exportaciones a Canadá, sería más atractiva la creación de rutas directas y la frecuencia de envíos sería mayor.

### 4.3.3 Categoría 3: Clima y distribución geográfica

#### 4.3.3.1 Descripción

La Real Academia Española (2023) define clima como el “conjunto de condiciones atmosféricas que caracterizan a una región”. De esta forma, se puede notar que Costa Rica es un país tropical que cuenta con un clima favorecedor para la producción agrícola de diversos tipos. Esta ventaja comparativa fue resaltada por los entrevistados que aseguran los privilegios que el clima costarricense trae en los mercados internacionales son:

*“A lo interno de la institución sí se ha comentado que la negociación con Canadá del tema de frutas del capítulo 8 no generó problemas porque por el clima no tienen producción. Caso contrario sucede con productos como la papa y la cebolla donde en el intento de modernización se tuvo conflictos”* (Entrevistado 9).

*“El clima de Canadá no permite la cosecha de frutas tropicales, por lo que se ven obligados a importar. Esto limita la competencia y, además, al no producir no pueden elevar mucho los aranceles. Además, una oportunidad es que la producción costarricense esté distribuida en el país. De esta forma, si cae una plaga en una zona, no se pierde toda la producción exportable.”* (Entrevistado 13).

*“El clima costarricense y la variedad de alimentos es un fomento atractivo tanto para la parte turística como en la parte del comercio de exportación. Este hecho en definitiva representa un plus ya que, estas variaciones permiten que los cultivos generen buenas cosechas, situación que se torna más complicada en Canadá, debido a que, su clima tiende a tener temperaturas bajas y en épocas de verano, suele ser sumamente seco”* (Entrevistado 18).

*“Es menester señalar que, por su clima, Canadá no es una nación en la que se produzcan frutas exóticas. Su mercado interno se encuentre fuertemente sesgado hacia las manzanas y arándanos, situación que permite una competencia de mercado solamente con otros países exportadores de este mismo tipo de frutas, los cuales encontrarán un mercado superior a los 38 millones de habitantes” (Entrevistado 19).*

*“Los climas cálidos ayudan en gran medida a que los cultivos, cuando se encuentran en la etapa de producción, sean exitosos y den los frutos esperados, situación que en Canadá no sucede, por ser un país caracterizado por el clima frío” (Entrevistado 20).*

*“A lo interno Costa Rica tiene zonas donde el clima es favorable para este tipo de cultivos, caso contrario a Canadá donde no pueden producirlos. De igual forma se debe aclarar que no es un cultivo apto para todas las regiones del país, pero hay focos de producción que son posibles por su clima” (Entrevistado 21).*

*“En algunas zonas, Costa Rica tiene una temperatura y humedad similar a los países de donde es originaria la fruta. Además, tiene suelos variables en cuanto a textura y la mayoría son ácidos” (Entrevistado 22).*

*“El rambután requiere temperaturas óptimas entre 26 y 32 grados Celsius y climas húmedos con alta precipitación, lo cual se encuentra en zonas de bajura en Costa Rica. Por esto se siembra comercialmente entre los 0 y 800 msnm. Respecto a los suelos, el cultivo prefiere suelos bien drenados de texturas francas y francoarenosas, pero también pueden ser suelos arcillosos” (Entrevistado 23).*

*“Si se siembra aquí es porque el clima se parece a de donde es originario el rambután. Todas estas cosas son muy específicas por cultivo, por lo que no es algo que se pueda sembrar sin saber bien las características de clima y suelos necesaria” (Entrevistado 25).*

*“Definitivamente nosotros tenemos a nivel mundial ventajas comparativas en este tipo de mercancías porque en Canadá hace mucho frío y esos productos son muy delicados con el clima”* (Entrevistado 30).

#### **4.3.3.2 Análisis**

Las respuestas de los entrevistados son muy claras en señalar que el clima es una ventaja que tiene Costa Rica para poder producir y exportar el rambután. Realmente, es algo que se debe de aprovechar, pues es por esta misma razón que el mercado meta de Canadá no puede imponer altos aranceles.

El hecho de que Costa Rica tenga tantos micro-climas dentro del territorio nacional ha permitido que la producción agrícola sea diversificada, sobresaliendo en el mercado internacional como grandes proveedores de bienes de esta categoría. Por esto, PROCOMER y otras misiones comerciales hacen esfuerzos de promoción del sector agrícola costarricense en mercados europeos y norteamericanos con el fin de posicionar mejor los productos.

Ante esta ventaja climática, es importante que los productores hagan uso de esas ferias e instrumentos de investigación disponibles, para que puedan seleccionar adecuadamente el mercado al cual desean ingresar y tener ese respaldo documental que PROCOMER puede brindarles. De esta manera, se acelera un poco la toma de la decisión de exportar, pues muchas veces PROCOMER ya indica cuáles mercados son aptos para el tipo de bien que se está produciendo, lo cual amplía las posibilidades de éxito.

#### **4.3.4 Categoría 4: Fenómenos climáticos**

##### **4.3.4.1 Descripción**

Pese a que en la categoría anterior se destacó la fortaleza que tiene Costa Rica en cuanto al clima, otro grupo de entrevistados anotaron que en los últimos años han existido una serie de fenómenos climáticos que han afectado las condiciones del suelo costarricense. La experiencia de ellos culmina en las siguientes respuestas:

*“Para este 2023 hay que ver cómo está el clima. Si las condiciones secas van a permitir una buena floración en el país porque hay que generar un estrés hídrico para que la cosecha se de bien, pero tampoco puede ser tan seco porque mata el fruto”* (Entrevistado 1).

*“Las condiciones climáticas adversas pueden ser perjudiciales. Por ejemplo, el diciembre anterior y en enero de este año ha estado lloviendo, lo cual no es normal y puede afectar el cultivo. Es delicado, pues debe de haber un balance entre el estrés hídrico, el calor y la lluvia”* (Entrevistado 2).

*“Explico un poco, el rambután es una fruta que sí depende del calor y las buenas temperaturas, pero también de la lluvia que no puede ser muy excesiva porque ahoga el árbol, pero tampoco puede ser baja pues se seca y se echa a perder toda la cosecha”* (Entrevistado 8).

*“Dependemos mucho del clima para obtener una producción suficiente como para exportar. Si llueve muy poco o más bien llueve demasiado, no se cumplen con las metas de producción”* (Entrevistado 10).

#### **4.3.4.2 Análisis**

La situación que exponen los entrevistados está ligada a que al menos en los últimos dos años ha llovido más de lo que normalmente lo hacía. Esto puede relacionarse a dos fenómenos que en Costa Rica se conocen de forma popular como el fenómeno de la niña y el del niño. Según la Organización Meteorológica Mundial (2022), el nombre técnico de estas afectaciones climáticas es El Niño-Oscilación del Sur (ENOS) que es

un fenómeno natural caracterizado por la fluctuación de las temperaturas del océano en la parte central y oriental del Pacífico ecuatorial, asociada a cambios en la atmósfera. Este fenómeno tiene una gran influencia en las condiciones climáticas de diversas partes del mundo (párr. 1).

En general este fenómeno puede generar lluvias intensas, inundaciones y también sequías. Para el caso costarricense, se considera que el niño disminuye la lluvia y que la niña más bien genera las inundaciones.

Este tipo de alteraciones en el clima es un factor que se debe considerar para el futuro del cultivo del rambután y otros con alta dependencia de estas variaciones, pues son inevitables y a medida que avancen los efectos del cambio climático el patrón de lluvias podría volverse impredecible.

### **4.3.5 Categoría 5: Producto perecedero**

#### **4.3.5.1 Descripción**

Un producto perecedero es aquel que es “poco durable, que ha de perecer o acabarse” (RAE, 2023). Dicho esto, el rambután es una fruta cuya vida útil no es tan extensa en comparación a otras frutas. Si se deja fresco, la calidad cae rápidamente conforme pasan los días. Esta es una debilidad que tanto los productores como los exportadores han detectado a la hora de exportar, por lo que aportan a esta tesis diciendo que:

*“El rambután es una fruta que dura menos que otras. La cáscara empieza a perder color muy rápido una vez cortado y eso no es llamativo para el consumidor”* (Entrevistado 3).

*“Precisamente por ser un producto rápidamente perecedero es que incurrimos en los problemas de transporte y que solo lo podamos sacar aéreo a estos destinos”* (Entrevistado 4).

*“Con el tiempo se deteriora la calidad de la fruta. Ya después de 5-7 días que esté expuesto en el supermercado a que las personas lo toquen y demás pierde su buena apariencia. Si hemos experimentado que con el rambután congelado la vida útil se extiende a más de un mes sin el uso de preservantes”* (Entrevistado 7).

*“Un problema de esta fruta es que si se afecta, el mercado ya no responde al precio por lo que la exportación se ha vuelto poco atractiva para los productores” (Entrevistado 10).*

*“El cumplimiento de tiempos es importante, ya que la fruta se puede arruinar muy fácil. El rambután se puede pudrir por el calor, por lo que se recomienda que vaya refrigerado. Se recomienda el hielo seco o la refrigeración total de la carga. Por esto mismo, al ser un producto perecedero, todo el proceso debe de hacerse rápido. Muchas de las exportaciones se hacen en las tardes o noches para cosechar el fruto en la mañana y que se vaya directo al aeropuerto en refrigeración” (Entrevistado 11).*

#### **4.3.5.2 Análisis**

Si en una primera instancia se piensa en comercializar el rambután fresco, es claro que se tiene que tomar en cuenta que al ser no procesado, su vida útil es mucho menor. Ante esto es que los derivados se vuelven una opción interesante para poder extender el tiempo que el producto puede estar en tránsito y en el punto de venta.

Desde una perspectiva conservadora, que el rambután sea un producto perecedero que pierde su buena apariencia rápido es una debilidad importante ante un mercado que responde a la calidad y la apariencia. Sin embargo, desde un punto más optimista puede considerarse como un área de oportunidad para desarrollar productos que aprovechen las cualidades del rambután sin tener que venderlo fresco.

Por último, ante esta característica inevitable del rambután fresco, se puede decir que exportar a mercados muy lejanos es algo que el país no puede explotar, pues la competencia de Asia y de los derivados de este continente harían que no se consiga la rentabilidad deseada por la caída en calidad y apariencia. Los productores y exportadores deben de concentrarse en la consolidación de ofertas en el continente americano.

### 4.3.6 Categoría 6: Capacidad de producción y sobre-oferta

#### 4.3.6.1 Descripción

Satisfacer las necesidades del mercado interno y tener un excedente exportable es un reto que se debe evaluar para cumplir con los cargamentos solicitados. Esto lleva a temas más económicos donde se sabe que a mayor oferta de un determinado bien, más bajo será el precio. Los entrevistados que se dedican a la producción y estudio del rambután han notado que el precio ha caído en el mercado nacional, por lo que consideran que se debe de exportar producto para volver a nivelar el costo a lo interno. De las respuestas de esta categoría resaltan las siguientes:

*“Desde hace 4 años el mercado de Costa Rica ha tenido un excedente. Particularmente en el 2022 hubo mucha oferta adicional, por lo que el precio cayó demasiado. Incluso se llegó a tener un precio promedio de 200 colones por fruta al productor por la gran oferta de rambután que había. Para este 2023 hay que ver cómo está el clima, pero se prevé que este 2023 la producción sea mayor que la del 2022 y por eso los productores están preocupados porque en el mercado nacional se les puede bajar aún más el precio. En Costa Rica creo que la ampliación de siembra ya se frenó. Aún hay volumen, más que todo viendo la cantidad producida en el 2022. Lo que pasa es que hay que enlazar esfuerzos, si hay volumen, pero se debe de organizar. Es importante explorar las posibilidades de exportación de fruta fresca para este 2023 para así reducir un poco la cantidad que circule en el país”* (Entrevistado 1).

*“Recientemente ha existido mucha producción de rambután y el precio baja. Además al menos en la zona sur hay contrabando de rambután desde Panamá, situación que no colabora con la estabilización del precio local”* (Entrevistado 2).

*“La producción depende del tiempo para ver si favorece la florea o no. Normalmente podríamos hablar que la producción nuestra es de 600 000 kilos”* (Entrevistado 4).

*“En nuestro caso mi papa cuenta con 164 árboles entonces si llegasen a dar todos los frutos serían más de un millón de kilos los que se podría sacar. La meta nuestra sí es llegar*

a exportar ya que contamos con bastante cantidad, desde los 20 000 kilos en adelante, dependiendo de cuántos árboles se cosechen. Este año que pasó sacamos más de 20 000 kilos en solo dos meses y lo logramos vender fresco trasladándonos a diversas zonas del país” (Entrevistado 5).

*“En total, la asociación tiene plantada 35 hectáreas y producen 200 mil kilos al año. Con esto abastecemos la venta fresca y hacemos los productos de Ramberry”* (Entrevistado 7).

*“El año pasado se saturó el mercado. Hubo un tema grave de precios que estuvo por el suelo. Necesitamos sacar un poco de producto del país para que lo que se quede nacional se venda a un precio rentable. En mi caso yo cuento con 200 hectáreas de mamón chino, pero por diversas razones ya no exporto. Todo lo vendo al CENADA, a supermercados y al por menor en Costa Rica”* (Entrevistado 8).

*“Todo depende del clima y de la producción agrícola. si la producción agrícola es buena, va a haber un remanente en el mercado nacional que se puede exportar para que no haya una sobre oferta en el país, pero si la producción es baja, el mercado interno es quien la va a consumir. 2022 los precios estuvieron muy bajos porque hubo mucha cosecha, entonces la rentabilidad de vender a lo interno no fue tan alta como la esperada”* (Entrevistado 10).

*“Algo que debe de evaluar el productor es que si la ecuación capacidad/volumen y precio es rentable o no para exportar. Hay veces que el productor quiere exportar y lo tiene todo, pero es una cantidad tan baja que difícilmente va a ser rentable”* (Entrevistado 12).

*“Un reto potencial que tendría el país es producir suficiente cantidad de rambután que tenga calidad para exportarse y que cumpla con los requisitos de ingreso para poder satisfacer el mercado”* (Entrevistado 13).

#### **4.3.6.2 Análisis**

Escuchar de primera mano de los productores y otros actores del rambután que ha existido una sobre-oferta del producto es una oportunidad y una ventaja que se debe de aprovechar. Esto porque si el mercado nacional consumiera el 100% de la producción a un precio rentable, no habría espacio para la exportación.

A partir de estas respuestas, se debe de analizar si existen más productores o zonas específicas que estén teniendo esta producción adicional, para tomar la decisión de exportar la fruta fresca y empezar con la manufactura de derivados en conjunto con su tramitología. Esto porque se sabe que el trabajo agrícola es un pilar para el sostén de muchas familias e incluso, aunque “el sector primario (la agricultura, ganadería y pesca) representa solo un 6% de la producción total del país; en doce cantones equivale a más de una cuarta parte de la economía de esos territorios” (Jiménez, 2022, párr. 4).

Considerando que muchos de los cantones donde se produce rambután en Costa Rica son alejados y la actividad económica depende de actividades agrícolas, la existencia de una sobreoferta puede ser tomado como un beneficio si se logra exportar, pero también como una amenaza si no se logra controlar el precio a nivel nacional. Esto, porque la actividad sería poco rentable, lo que desalienta a los productores a seguir con el cultivo de la fruta.

Finalmente, contar con una capacidad productiva que sí permita la negociación de ofertas en el mercado internacional es importante, por lo que es una investigación que se debe seguir en el mercado nacional para definir con mayor exactitud cuál es la producción anual de rambután.

### **4.3.7 Categoría 7: Relaciones con Canadá**

#### **4.3.7.1 Descripción**

Tener buenas relaciones con el mercado de destino es una fortaleza a la hora de exportar. Esto hace que el mercado no sea desconocido, que hayan más estudios, información y ayuda para los exportadores. Un grupo de los entrevistados hicieron énfasis en este aspecto, al aportar que:

*“Con Canadá se tiene una buena relación no solo política sino también Comercial. Gracias al Tratado de Libre Comercio ha existido un acercamiento desde hace años. Se han tenido pocas diferencias comerciales y tal vez el único aspecto pendiente sería la modernización del tratado que por consecuencia de intereses distintos no se ha podido concretar”* (Entrevistado 9).

*“Canadá y Costa Rica mantienen una relación comercial positiva desde hace mucho tiempo. Hemos tenido pocas disputas comerciales y la mayoría se han resuelto. A Canadá le gustaría ver menos barreras al comercio de algunos productos agrícolas como papas y cebollas, pero en general las relaciones entre nuestros dos países son muy cordiales y estamos trabajando juntos para mejorar la situación para los exportadores de ambos lados. Nuestra oficina colabora con PROCOMER, CINDE y COMEX en una variedad de temas”* (Entrevistado 17).

*“La buena relación entre Canadá y Costa Rica viene desde años atrás y se ha establecido la cooperación, asistencia y asociación como bases para las relaciones bilaterales. Este hecho ha sustentado la prolongación del TLC por medio de las inversiones, incremento comercial e incluso hasta intercambio en la parte estudiantil”* (Entrevistado 18).

*“Los beneficios de la relación con Canadá no son solamente de tipo comercial, sino que alcanzan aspectos de la economía, del producto y del país en todo su conjunto. Propiamente con el TLC, este permite reducir e idealmente eliminar las barreras arancelarias y no arancelarias al comercio, situación que permite que los productos costarricenses entren con mayor facilidad a Canadá. Por otro lado, en el marco de la estabilidad que otorga un TLC, se puede decir que permite que los productores nacionales alcancen con mayor facilidad inversión extranjera directa, en la medida en que los inversionistas vislumbran estas actividades comerciales como sustentables en el tiempo”* (Entrevistado 19).

*“Las relaciones entre estos dos países han sido bastante buenas, las disputas comerciales que han existido han sido muy pocas, y se han manejado a través del diálogo. La relación*

*diplomática que tienen es de las más estables y ejemplares, así como la cooperación bilateral existente, la cual se expande a gran variedad de ámbitos, permitiendo una comunicación constante y pacífica entre estos dos Estados ideal para el comercio”* (Entrevistado 20).

*“Desde el punto de vista diplomático, la relación de Canadá y Costa Rica es extensa. Siempre hay un constante diálogo y se han firmado múltiples convenios y tratados, incluyendo el TLC que es un beneficio comercial importante”* (Entrevistado 21).

#### **4.3.7.2 Análisis**

Tanto en la parte diplomática como en la parte comercial, Costa Rica y Canadá logran sostener una relación prolongada, estable y provechosa para ambos países. Esto es un gran beneficio para la exportación de cualquier producto a este destino, pues hace que no sea un país completamente desconocido y que incluso existan algunas oficinas costarricenses establecidas que pueden brindar ayuda.

Asimismo, en el marco teórico se mencionó que parte de la política exterior y comercial de Costa Rica incluye el aprovechamiento de los tratados de libre comercio vigentes, por lo que al contar con uno con Canadá, se hacen diversas investigaciones, visitas comerciales y ferias que pueden ser una ventana de exposición para los productores. La buena relación entre los países definitivamente es una oportunidad y una ventaja para los productores, pues no es un mercado a explorar, además de que hay más acompañamiento.

### **4.3.8 Categoría 8: Mala organización y Acompañamiento**

#### **4.3.8.1 Descripción**

Un sector de la muestra entrevistada indica que en el país no existe una adecuada organización del gremio de productores del rambután, lo que debilita el poder negociador y la capacidad de exportar. En el mismo tema se señala que el acompañamiento al exportar también se ha vuelto un tema complejo. Estas debilidades han llegado a dañar las oportunidades a las que podrían acceder los productores, por lo que sobre esto se obtiene que:

*“En el país hace falta proyectar una estrategia de comercialización a lo interno y para la internacionalización que sea en conjunto, no solo de productores aislados. Se necesitan consolidar ofertas, coordinar a los productores. No hay una organización del rambután a nivel país y el gremio está desordenado” (Entrevistado 1).*

*“La mala organización no solo es un problema del productor, sino que a veces escala más al ser los mismos agentes aduanales los que son impuntuales, fallan por la mala comunicación o se muestran desinteresados en el proceso. Es importante siempre organizar la exportación con un agente o intermediario responsable pues en muchas ocasiones son ellos mismos los que atrasan la exportación. El acompañamiento es parte vital de que un proceso exportador se consolide de forma adecuada. En este caso, la exportación del rambután es un proceso que no todo agente aduanal conoce, por lo que sí es importante que quien desee exportar se asesore con alguien que si sepa” (Entrevistado 11).*

*“De los fallos más usuales que vemos es que el productor contacta a un intermediario sin experiencia en el producto que desean exportar. Hay características y necesidades muy propias de cada mercancía, por lo que la recomendación es buscar agentes aduanales u otras experiencias en el rambután para evitar errores en la organización de la exportación” (Entrevistado 12).*

*“Para exportar siempre hay un elemento importante que es la asociatividad. Hay que unir productores, articularse, agruparse para entre todos llenar los contenedores a exportar. Esto ayudaría a reducir costos, pero definitivamente hay que organizar el gremio” (Entrevistado 13).*

*“En primer lugar, hacen falta consorcios de exportación por lo que muchas veces se está solo. El desafío está en el costo porque no hay grandes volúmenes para ese destino, no hay transporte directo ni muchos consolidados. Luego, yo creo que el Estado tiene que reactivar la economía y usted no le puede decir a la gente “siembre” o “exporte” sin dar*

*un correcto acompañamiento. Pareciera que es muy fácil exportar y todo, pero llegan a destino sin conocer barreras no arancelarias u otra tramitología. No todo el mundo está estudiado en comercio o en aduanas” (Entrevistado 29).*

#### **4.3.8.2 Análisis**

Al ser el rambután una fruta no tradicional y además un producto incipiente, puede llegar a ser difícil el tema de obtener experiencias, agentes experimentados e información enfocada solamente en el producto que se desea exportar. Esta es una debilidad que juega en contra del proceso de exportación, pues el desconocimiento genera incertidumbre que muchas veces termina frustrando por completo el proceso de internacionalización.

Ahora bien, otro tema mencionado por los expertos es la falta de organizar el gremio. A nivel país, existen diversas cámaras de comercio y cámaras especializadas en ciertos sectores o productos, por lo que, si se va a explotar el tema de los derivados y la exportación del rambután, vale la pena profundizar en esta iniciativa para poder tener más poder de negociación y evaluar las oportunidades de negocio como un sector unido.

Finalmente, el otro punto que se debe de enfatizar es que no todos los productores tienen si quiera el mínimo conocimiento de todos los elementos que intervienen en el comercio internacional, entonces si el país quiere tener un sector agrícola altamente exportador, sí hay que invertir tiempo en capacitación técnica pero sencilla para el desarrollo de habilidades y competencias en el tema comercial.

#### **4.3.9 Categoría 9: Plagas**

##### **4.3.9.1 Descripción**

Una plaga puede ser definida como la “aparición masiva y repentina de seres vivos de la misma especie que causan graves daños a poblaciones animales o vegetales” (RAE, 2023). Como todo producto agrícola, el rambután fresco está sujeto a plagas que pueden poner en riesgo la producción completa. Además del riesgo nacional de las plagas, este elemento es determinante

para el acceso a mercados, pues la carga puede ser rechazada en frontera si se detecta alguna anomalía. Este es un punto vulnerable para los productores y exportadores que manifiestan que:

*“Sí se debe de tener mucho cuidado con el tema de las plagas. Todo producto agrícola es susceptible a ser atacado por estas, pero en la aerolínea se tenía sumo cuidado con el rambután por las características de su cáscara. Es importante cumplir con los requisitos en materia fitosanitaria y estar al día con el Ministerio de Salud y el Ministerio de Agricultura y Ganadería para evitar problemas en carga o en ingreso”* (Entrevistado 11).

*“El tema de las plagas entra dentro de ese control regulatorio de las barreras no arancelarias y muchas veces los productores no se preocupan por ellas, pero a la hora de exportar son determinantes”* (Entrevistado 12).

*“Las plagas son un reto porque incluso pueden llegar a impedir la exportación. Además, lo ideal es mantener el estatus, es decir, que si la exportación está libre de plagas, que ese sea un estándar que puedan mantener”* (Entrevistado 13).

*“Las plagas más comunes en este tipo de fruta son los coccidos o escamas y los pseudococcidos o cohinillas. También se pueden encontrar thrips y todas estas son plagas cuarentenarias por lo que restringen automáticamente la exportación”* (Entrevistado 22).

*“Hay plagas como la cochinilla y escamas, las mismas hormigas o las zoompopas, la abeja trigona y los thrips. Además de las plagas hay enfermedades como la costra del tronco o el mal de hilachas. El control de estas plagas es importante pues son inhibidoras de exportación”* (Entrevistado 23).

*“En Costa Rica una de las plagas más comunes en estas plantaciones es la famosa cochinilla, pero igual existen más enfermedades. Muchas de estas plagas son insectos que pueden dañar la cáscara y la fruta del rambután haciéndolo no comercializable”* (Entrevistado 24).

*“Es importante diferenciar que en términos técnicos plagas se refiere solo a insectos o los roedores. Plagas vertebradas y plagas invertebradas como las babosas, los roedores y los insectos son plagas. Las bacterias, hongos, virus y nemátodos son enfermedades de plantas son catalogadas como enfermedades. De rambután específicamente no sabría decirle que plagas o enfermedades atacan al árbol, pero sea cual sea afecta la calidad de la fruta, incluso haciendo que se pierdan grandes cosechas” (Entrevistado 25).*

#### **4.3.9.2 Análisis**

La presencia de una plaga o enfermedad en una producción para la exportación es una debilidad enorme ante el mercado internacional. Definitivamente, es un condicionante que impide la entrada del producto a otros mercados con base en el Acuerdo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias mencionado anteriormente.

Para esta categoría, el enfoque debe de ser más proactivo que reactivo. Es decir, si el productor ya definió que desea que su producción sea para la exportación, debe asegurarse de tomar todos los cuidados necesarios para evitar la llegada de una plaga o enfermedad a la zona de producción. Adicionalmente, si desea certificar y exportar el producto como orgánico, el proceso es aún más delicado pues se prohíbe del todo el uso de agroquímico.

Finalmente, aunque el producto no sea orgánico, otro factor que se debe considerar es que muchos países, incluyendo Canadá, tienen un máximo legal permitido de residuos de agroquímicos presentes. En Canadá

La Agencia Reguladora del Manejo de Plagas (Pest Management Regulatory Agency, PMRA) del Ministerio de Salud de Canadá (Health Canada) es la responsable de establecer los límites máximos de residuos (LMR) que pueden estar presente en los alimentos, tanto domésticos como importados. Si se encuentran residuos que sobrepasan los LMR, el alimento es considerado como adulterado y, por consiguiente, prohibido para la venta (PROCOMER, 2018, diap. 148).

### 4.3.10 Categoría 10: Consumidor Seleccionado

#### 4.3.10.1 Descripción

El mercado canadiense tiene nichos selectos e interesantes para que los exportadores puedan aprovechar. Los entrevistados consideran que cautivar la atención de los consumidores es todo un reto, pero también una fortaleza por las características de estos. Sobre este tema se obtuvieron las siguientes respuestas:

*“Canadá tiene un mercado muy étnico. Hay mucho asiático que desearía consumir. Es una oportunidad interesante”* (Entrevistado 1).

*“En Costa Rica las producciones son pequeñas como para pensar en una exportación grande, debe de ser a un consumidor específico que conozca el producto y lo compre en un buen precio”* (Entrevistado 10).

*“Una oportunidad es que los consumidores tienen un alto poder adquisitivo, pero a como pagan exigen pues son muy específicos en cuanto a la calidad”* (Entrevistado 13).

*“Los consumidores canadienses son bastante sofisticados y, dada la naturaleza multicultural de Canadá, buscan productos únicos y diferentes, lo que explica la demanda de productos alimenticios de Costa Rica. También tienen un ingreso disponible bastante alto, lo que significa que pueden comprar productos más caros y de mayor calidad en general. Aunque hoy en día la inflación y el aumento del costo de vida ha afectado tanto a los canadienses como a los costarricenses, los canadienses están buscando formas de reducir costos, incluso utilizando bienes usados”* (Entrevistado 17).

*“Debemos de tomar en cuenta que los canadienses tienden a contar con dietas bastante específicas, procurando un balance entre hortaliza y frutas, sin embargo, el clima canadiense no les permite tener fácil acceso. La causa principal de este hecho radica, en que Canadá es un país en el cual se ven reunidas diferentes culturas, ya sea por movimientos migratorias, o busca de mejores oportunidades en empleo y estudio, lo que*

*ha permitido abrir el mercado a nuevas recetas y sabores. Aunado a ello, Costa Rica cuenta con precios bastante competitivos, además de estrategias de promoción enfocadas en culturizar las preparaciones y el consumo de estas”* (Entrevistado 18).

*“El consumidor canadiense se encuentre separado en dos grandes grupos, uno de mediano poder adquisitivo, y uno de alto poder adquisitivo. Estos productos han tenido una demanda creciente, particularmente destacan dentro de los más solicitados las frutas y hortalizas frescas. Por lo cual este nuevo gusto del consumidor canadiense por los productos naturales, gourmet y exóticos, generan un mercado idóneo para el producto costarricense”* (Entrevistado 19).

*“El consumidor canadiense es sumamente estricto y sofisticado. Tiende a tener una alimentación balanceada y variada. Se puede decir que lo que produce esa tendencia de variación en frutas y hortalizas exóticas es el multiculturalismo existente en el país; las culturas de todo el mundo se han unido en este territorio, abriendo paso a nuevos platillos y sabores que a los canadienses les han encantado. Esta migración también ha dado paso a la apertura de supermercados étnicos muy enfocados en comidas de su propia cultura”* (Entrevistado 20).

#### **4.3.10.2 Análisis**

La selección de un consumidor es una fase que se debe de realizar previo a la exportación, pues lo ideal tener bien delimitado las características del sector que va a consumir el producto. En el caso de Canadá, este país no tiene la posibilidad de cosechar la fruta, lo que la hace desconocida para gran parte de la población.

Como mencionan los entrevistados, Canadá es un país multiétnico que en los últimos años ha acaparado grandes olas de migraciones de diversas partes del mundo. Según el estudio de mercado de la exportación de frutas exóticas de PROCOMER (2018), “el consumo de frutas exóticas está arraigado a la población inmigrante asiática y a un pequeño segmento latino” (diap. 87). Para el caso del rambután de Costa Rica, esto es una gran oportunidad pues se tiene consumo

localizado que permite una exportación moderada que estaría acorde a los niveles de producción del país.

Por último, al respecto del consumo étnico en Canadá, “Statistics Canada proyecta que para 2031, los compradores étnicos representarán el 31% del total de consumidores” (diap 87). En otras palabras, el mercado para un producto como el rambután se está ampliando por lo que es una ventana que el país y sus productores pueden tomar.

#### **4.3.11 Categoría 11: Competencia Internacional**

##### **4.3.11.1 Descripción**

Como siguiente categoría de análisis se tiene la competencia internacional. Además de la fuerte producción que hay en Asia del rambután y de los derivados, otros países centroamericanos han tenido grandes inversiones en el producto. Esta cercanía geográfica con otros productores del área es una debilidad que identifican los entrevistados, que declaran que:

*“En el mercado de Canadá vamos a tener concurrentes como Guatemala y Honduras, pero también Tailandia y Malasia. Cuando inició el proyecto con la misión Taiwán, se comenzó a exportar a Estados Unidos, a Canadá algunas posibilidades a Europa, pero ahí está llegando rambután de Malasia y de Tailandia. Ahora nos ganó la ventaja Guatemala y Honduras con precios, volumen y frecuencia. Esto, aunque Costa Rica inició el proceso en conjunto con estos países. Hay que ver tema de costos de transporte y la capacidad de reacción para consolidar oferta y enviar”* (Entrevistado 1).

*“Si existen competidores fuertes. Los países más fuertes son los asiáticos de donde el fruto es originario como Tailandia y Malasia, pero también hay centroamericanos”* (Entrevistado 2).

*“Con el paso de los años empezó a haber problemas con los precios porque México y otros países empezaron a producir y a exportar”* (Entrevistado 8).

*“Claramente no seríamos los únicos llegando al mercado. Hay competencia tanto en frescos como en derivados. Guatemala es un gran competidor y los derivados vienen más que todo de Asia”* (Entrevistado 10).

#### **4.3.11.2 Análisis**

El libre comercio ha hecho cada vez más ardua la competencia entre países, productores y las mismas empresas, pues todas desean colocar el producto y venderlo al mejor precio. Para el caso del rambután, se tiene que considerar que existe una competencia natural con los países asiáticos donde el fruto si es originario, por lo que estos son los que van a tener mayor producción e incluso un mejor precio por el volumen que producen.

A nivel centroamericano, se encuentra el otro tipo de competencia, que al igual que en Costa Rica, son países donde se logra cultivar el rambután por factores climáticos pese a no ser una fruta tradicional ni originaria de los países. Según la información mencionada por los expertos en las entrevistas, pero también la revisión bibliográfica realizada, Guatemala es el mayor competidor en la región. Según un estudio de PROCOMER (2019) sobre las oportunidades de valor agregado del rambután,

Guatemala actualmente es uno de los principales exportadores de rambután a nivel mundial, por encima de Honduras y Costa Rica. El impulso de la empresa privada que adquirió material injertado y el enfoque hacia la exportación ha permitido dinamizar la actividad en el país (diap. 37).

Según lo documentado en el marco teórico, en Costa Rica realmente no hay grandes inversiones privadas en el sector del rambután, por lo que difícilmente se puede comparar la producción nacional con la de países como Guatemala. Esto conlleva a apoyarse en la categoría de investigación anterior, donde se menciona que el producto costarricense debe de enfocarse a un mercado étnico específico para poder sobresalir.

### 4.3.12 Categoría 12: Infraestructura logística

#### 4.3.12.1 Descripción

No es ningún secreto que la infraestructura que tiene el país para exportar cualquier bien desde el país no es la óptima, lo que afecta de manera directa a los sectores exportadores. En adición a esto, existen problemas de infraestructura agroindustrial fuera de la GAM para producir los derivados del rambután. Para los productores y exportadores de rambután la infraestructura corresponde a una barrera directa para el comercio, pues en algunos casos impide del todo la internacionalización del producto. En temas de infraestructura, los entrevistados aseguran que:

*“De verdad es que nosotros nos ponemos a pensar, el aeropuerto está muy largo y esto unido a transporte aéreo nos eleva los costos. Solo exportamos terrestre a Centroamérica por esta razón. Desde Paso Canoas llegar al aeropuerto es un viaje extenso”* (Entrevistado 7).

*“En mi caso, el aeropuerto me queda muy largo, pero en los años donde yo exporté tenía un cabezal refrigerado propio entonces no me salía tan caro. Hay otros compañeros y productores que no tienen en esto entonces ir hasta el aeropuerto en Alajuela no es una posibilidad”* (Entrevistado 8).

*“Faltan aeropuertos internacionales para el tema del transporte de mercancías. Falta una visión del mejoramiento de los aeropuertos para poder activar la economía y que esos productores que están en zonas alejadas del Juan Santamaría puedan exportar directamente vía aérea. Aquí la infraestructura sí juega un tema por la lejanía, no por las condiciones en las que está, sino por el tema de los costos y la distancia”* (Entrevistado 29).

#### 4.3.13.2 Análisis

Para esta investigación, los entrevistados mencionan la existencia de problemas en la infraestructura logística aérea pues es la forma en la que se exporta el rambután, no obstante, Costa Rica presenta graves problemas en el transporte marítimo y en el terrestre. Esta problemática el

país la ha venido arrastrando con los años y se considera una debilidad, pues la infraestructura de transporte es un pilar necesario para el comercio internacional.

Al respecto, un estudio del el Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas (IICE) de la Universidad de Costa Rica del año 2019 reveló que “promover un aumento en la demanda por servicios portuarios podría generarle al país más de 5 500 empleos e ingresos por hasta un 1,86% del producto interno bruto” (Mayorga, 2019, párr. 1). Esta situación en los puertos se une a una investigación hecha por Esteban Arrieta (2022) para el periódico La República, donde en conjunto con expertos como el director ejecutivo del Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos se concluyó que “hay un rezago en la infraestructura de más de 30 años” (párr. 1)

Para concluir esta categoría, se debe de considerar que la inversión en puertos, aeropuertos y carreteras no es algo que se pueda solucionar a corto plazo, no obstante, si el país quiere seguir aumentando las exportaciones, es un proceso que se debe iniciar con prontitud para evitar obstáculos mayores en el futuro.

#### **4.4 Unidad de análisis 4: Plan de exportación**

Una vez analizadas las respuestas de los entrevistados para las tres unidades de análisis anteriores y la respectiva revisión bibliográfica, esta última unidad se enfoca en la propuesta de exportación para que los productores de rambután tengan una idea clara sobre los pasos a seguir y el futuro del cultivo. Esta unidad de análisis, al ser la creación de un instrumento, no se basa en entrevistas, por lo que solo tiene una sola categoría denominada: pautas para la exportación.

##### **4.4.1 Categoría 1: Pautas para le exportación**

###### **4.4.1.1 Descripción**

Comprendidos todos los factores que se ven involucrados tanto en la producción como en la exportación del rambután, como cuarto objetivo específico de esta tesis se propone la creación de un plan de exportación para dinamizar el comercio del rambután con Canadá. Después de todo lo estudiado, se proponen diversas etapas a seguir que involucran la planeación, el asesoramiento y la documentación, la negociación de la oferta y el envío del producto.

En primera instancia, toda decisión de exportar debe de venir acompañada con un proceso previo de planeación muy detallado. Para esto, las asociaciones productoras, las empresas o el productos individual deben de analizar su propia situación antes de tomar la decisión definitiva de exportar. Lo primero que se debe verificar es la capacidad de producción. Cerciorarse de la capacidad productiva que tenga la finca es muy importante, pues si se sale al mercado a buscar consolidar una exportación, se debe tener el volumen para cumplir con el cargamento solicitado.

Para esto, hay preguntas útiles que pueden guiar al productor como: ¿cuántos kilos de rambután produzco en un año? ¿produzco de forma anual o es una producción de cada dos años? ¿tengo comercializadores fijos en Costa Rica con los que debo cumplir compromisos? ¿tengo la capacidad humana para poder recolectar todo el rambután que se produzca?, entre otras preguntas más.

De igual manera, en esta fase previa a la exportación es donde se debe decidir si el producto va a llevar algún tipo de certificación o no. Particularmente, si se desea exportar fruta orgánica es una decisión que se debe de tomar con un buen margen de tiempo, pues la certificación de las fincas y los productos en Costa Rica es un proceso largo y exigente según lo establecido en la ley.

En esta etapa, también es importante definir si lo que se va a exportar es producto fresco o si van a ser los derivados, pues de esto depende el proceso a seguir. Según lo documentado en la tesis, la exportación más realista a un corto plazo es explotar la fruta fresca, pero paralelamente se debe de iniciar con la manufactura de los derivados para iniciar los trámites para inscribir el producto de forma legal. Si se va a exportar la fruta fresca, se deben de tomar medidas para asegurar la calidad del producto, cuidar los límites de agroquímicos, las plagas o enfermedades y hasta el empaque en el que se va a enviar el producto, para evitar cualquier inconveniente en destino.

Por último, para esta fase de planeación también se deben de hacer los cálculos correctos del precio al que se está dispuesto a vender. Para esto, no se puede poner el primer precio que se encuentre en internet o convertir el precio de venta nacional a dólares para que sea similar, pues se van a tener pérdidas. Lo ideal es tener asesoramiento para determinar un precio, para que este

incluya los costos de transporte, tramitología, materia prima, cosecha y un margen de ganancia. Tener establecido un precio correcto de venta es una de las claves para tener éxito en la exportación, pues debe de estar de acuerdo al mercado pero aun así dejar ganancias.

Seguidamente, una vez concluida la fase de planeación se debe continuar con toda la documentación y tramitología necesaria para exportar. Ya para esta etapa, lo recomendable es que el productor consiga asesoría especializada, pues es la forma más segura de poder completar todos los trámites. Algunas asesorías más generales pueden adquirirse por medio de las entidades oficiales como PROCOMER, el Ministerio de Salud y el Ministerio de Agricultura y Ganadería, pero también se puede recurrir a agencias o agentes aduanales. En cualquiera de los tipos de asesoría que se seleccionen, lo importante es que el productor se asegure de la responsabilidad y de la experiencia con cargas de rambután para evitar inconvenientes a futuro.

Asimismo, para esta etapa de documentación y trámites, es necesario que el productor conozca que si bien, algunos son gratuitos, hay otros que si requieren de una inversión económica, por lo que es un factor que se debe tomar en consideración. Algunos de los documentos y trámites que el productor debe de tener para poder exportar son: el registro como exportador ante PROCOMER (gratuito y en línea), registro como exportador ante el MAG (tiene un costo), certificado fitosanitario (tiene un costo), declaración de ausencia de plagas (tiene un costo), saber hacer la factura comercial y llenar el certificado de origen para obtener los beneficios arancelarios del Tratado de Libre Comercio Con Canadá. En este caso, con Canadá se tiene establecido que el certificado de origen puede hacerse mediante auto-certificación, por lo que no se necesita un tercero para esto.

Un aspecto a notar para esta fase de trámites, es que no suelen ser inmediatos. Es decir, el productor debe de saber que la mayoría de los trámites duran al menos entre 8 y 10 días hábiles en ser emitidos. Otro factor que incide para este plan de exportación es el trámite del registro sanitario, pues a todo derivado del rambután se le debe de tramitar esto ante el Ministerio de Salud, lo cual tiene un costo y de igual manera lleva su tiempo en procesar.

Ahora bien, con todo listo se puede proceder con la negociación de una oferta en el extranjero. Según todo lo investigado y analizado en esta tesis, lo ideal sería que el productor se enfoque en un supermercado étnico en Canadá. Si se busca ser un poco más específico, las primeras provincias en las cuales se podría insertar el producto es en Ontario y Quebec, pues son las que tienen más migración.

Esta etapa del proceso es compleja, pues no siempre es fácil consolidar una buena oferta con los precios y condiciones que se tienen en mente. Por eso, es importante que el productor sepa que existen diversas formas o canales de comercialización de los productos, aunque de igual forma, la mayoría cobran comisión.

Algunas de las formas más populares de comercializar en el extranjero son por medio de los agentes o *brokers* que terminan siendo un intermediario entre el exportador y el distribuidor final. Ante esta opción, siempre es importante validar que sean agentes con experiencia en el producto, pues existe especialización en el mercado. Otra forma de hacerlo es mediante el comercio mayorista o minorista, sin embargo, va a depender de la capacidad de producción que se debe de haber establecido desde la fase de planeación. Por último, también se pueden hacer ventas directas, pero esto implica que es el mismo exportador quien debe de encargarse de hacer el contacto en el extranjero, negociar una oferta y cuidar el tema del transporte, entre otros factores más.

Una vez consolidada la oferta, se tiene que abarcar el tema del envío. En esta investigación ya quedó documentado que por diversas razones el transporte deberá ser aéreo, por lo que siempre se debe de verificar la frecuencia de salida de estos vuelos, sean indirectos o directos, de los cuales hay menor disponibilidad. Otros aspectos que se deben de considerar para el envío son: la refrigeración de la carga, evitar cortar el rambután días antes del envío, cuidar el empaquetado y el envasado pues son parte de las barreras no arancelarias, el envío de la documentación solicitada por el país de destino y el tema de los INCOTERMS negociados, pues de esto dependerá el seguro y la responsabilidad de la carga.

Finalmente, ya abordadas las fases que inciden en una exportación, se puede mencionar que si bien esta tesis y putas de exportación se enfocan en consolidar ofertas en el mercado canadiense, los productores deben de conocer que existen otras oportunidades en el mercado. Por ende, un exportador con poca experiencia o un productor que desee iniciar este proceso puede comenzar con exportaciones a Centroamérica y ya luego probar con mercados más grandes y exigentes como lo son Estados Unidos o Canadá. Esto con el fin de adquirir contactos y experiencia en el proceso de exportar, pues por más preparación, ayuda o asesoramiento muchas veces lo mejor es la práctica y la experiencia que se adquiere dentro del mundo comercial.

#### **4.5 Interpretación de datos**

Una vez concluidas las cuatro unidades de análisis, se puede proceder con la realización de una interpretación general de los datos obtenidos en la investigación. Esta interpretación es posible gracias a los datos facilitados por los entrevistados, pues estos permitieron recopilar la información para establecer el análisis de esta tesis.

En primera instancia, la unidad de análisis uno demuestra algo muy interesante, pues deja ver como en el comercio no solo existen las típicas y teóricas barreras arancelarias y no arancelarias sino que en la práctica parecen haber muchas más limitantes para la exportación. Lo interesante de esto, es que los obstáculos no solo se presentan en la internacionalización de productos, sino que existen propias limitantes nacionales que afectan a sobremanera los procesos de exportación.

Sobre esos obstáculos al comercio, las respuestas de los entrevistados permiten comprender que las barreras arancelarias son un obstáculo en dos posibles escenarios: cuando no hay un Tratado de Libre Comercio de por medio o cuando sí hay un TLC, pero en la lista de desgravación arancelaria el producto está protegido o del todo excluido. En contraparte, las barreras no arancelarias son medidas que están presentes dentro del comercio con cualquier país y que son legales siempre y cuando estén amparadas dentro del Acuerdo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias o el de Obstáculos Técnicos al Comercio.

Como barreras u obstáculos internos, la investigación arroja que existen limitantes en cuando al transporte y su costo, pero también en temas como el acceso a la información y

tramitología ante el Estado. Sobre el transporte, se puede decir que la realidad mundial de los últimos años ha hecho que este aumente de precio y que fluctúe según el acontecer internacional, por lo que es difícil prever precios para el futuro. Por último, sobre esta categoría la falta de información, los trámites ante el Estado y los problemas para acceder a la industrialización son barreras nacionales que afectan a múltiples sectores del país.

Sobre la segunda unidad de análisis, las entrevistas realizadas dejan ver como la calidad es un determinante para el éxito en los mercados internacionales, pues es uno de los factores que ve el consumidor para tomar la decisión de compra. En el caso específico de Canadá, la información proporcionada muestra que su población, al tener un alto poder adquisitivo, es exigente en cuanto a la calidad del producto, por lo que es un factor que deben de tomar en cuenta los exportadores.

A su vez, sobre el valor agregado las respuestas de los entrevistados muestran dos corrientes claras que son: la industrialización del rambután para hacer los derivados y el uso de certificaciones. De los derivados del rambután, la investigación muestra que existen muchos productos que se pueden hacer con base en la fruta, pero resaltan los derivados dulces pues aprovechan las cualidades que tiene el rambután. Además, otro factor que se evidencia es la complejidad en la manufactura, pues fabricar estos derivados conlleva el uso de maquinaria, secadores, congeladores y demás equipos que son costosos, por lo que no todos los productores han podido acceder a ellos.

Por último dentro de esta categoría dos, se resalta el tema de las certificaciones, donde las más mencionadas son el producto orgánico y la certificación de calidad. No hay duda alguna sobre que los consumidores son cada vez más conscientes de lo que compran, por lo que vender productos certificados es un plus para el ingreso a los mercados. Pese a esto, hay que reconocer que el costo de las certificaciones y los requisitos de las mismas son elevados, por lo que es difícil que todos los productores vayan a ser certificados en un corto plazo.

En cuanto a la unidad de análisis tres, esta demostró ser la más extensa, pues los entrevistados resaltaron múltiples retos y oportunidades en la exportación de rambután a Canadá. A resaltar, son las buenas relaciones que hay entre Canadá y Costa Rica, el clima del país y la

capacidad de producción y el tipo de consumidor que hay en Canadá, pues se habla de un mercado étnico sumamente especializado.

Como puntos débiles expresados por los expertos es el tema de las plagas, lo rápido que puede pudrirse el rambután, el transporte y la mala organización que existe en el gremio productor. Estos retos, son puntos en los que se debe trabajar a nivel país, pues si la meta es dinamizar la exportación del rambután se deben corregir estas amenazas que desmotivan al productor a seguir el camino de la exportación.

Finalmente, todo lo abarcado en estas tres unidades de análisis, lleva a consolidar las pautas de exportación contenidas en la unidad cuatro, pues la información brindada por los profesionales da pie a la oportunidad de delimitar las pautas a seguir para los productores que deseen iniciar el camino de exportar. Sobre este proceso, se resalta la necesidad del orden y la responsabilidad, pues más allá de la complejidad de enviar un producto al extranjero están los compromisos previos que se deben completar para que la exportación sea exitosa.

## **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Después de analizar los resultados obtenidos en el capítulo cuatro, este nuevo apartado es de gran relevancia pues se desarrollan las conclusiones y recomendaciones para futuras investigaciones. Las conclusiones se fundamentan tanto en la revisión bibliografía hecha como en las categorías arrojadas por las entrevistas, dado que se relacionan directamente con los objetivos de investigación planteados. Por el otro lado, las recomendaciones se basan en un análisis integral de todo lo desarrollado a lo largo del escrito.

### **5.1 Conclusiones**

Una vez concluida la fase de revisión bibliográfica y las entrevistas de esta investigación, se concluye que el rambután es un fruto interesante que, gracias a diversos estudios a nivel nacional ha demostrado potencial para exportarse como un producto incipiente. A su vez, se determina que el rambután sí es un fruto con capacidad de exportación en Costa Rica, pero que no puede convertirse en un producto “estrella” pues es una fruta de temporada y los volúmenes cosechados tampoco permiten exportaciones tan grandes como si lo hay de café, piña, melón entre otras más.

En cuanto a las barreras arancelarias del ingreso del producto al mercado canadiense se concluye que los aranceles gracias al Tratado de Libre Comercio vigente son favorecedores y no corresponden una amenaza para la exportación. Por otro lado, se identifica que cuidar las barreras no arancelarias en temas de empaque, etiquetado, plagas, calidad, entre otros son complejos. Esto principalmente porque estos no se regulan en el texto del tratado, por lo que en ocasiones se dificulta obtener información precisa al respecto.

Sobre el entorno nacional, se evidencia que los productores se sienten de alguna forma desamparados por las entidades involucradas en el proceso de la exportación, pues se les dificulta la burocracia en los trámites y el acompañamiento para exportar. Esta tesis determina que en algunos casos, la extensa tramitología y los procesos relacionados a la exportación son desincentivos que no se alinean con la política de promoción de exportaciones que tiene vigente Costa Rica como parte de su política comercial externa.

Igual, a nivel nacional se determina que existe una buena cantidad de instituciones relacionadas a la investigación y a proyectos agrícolas que juegan un rol fundamental para poder sustentar la exportación de productos incipientes como el rambután. Por eso, es vital que se mantengan los proyectos que manejan instituciones como la Universidad de Costa Rica, el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria e incluso el mismo Ministro de Agricultura y Ganadería mediante proyectos de producción frutícola no tradicional.

Cambiando de tema, se denota que la logística -especialmente el transporte- es una barrera para la exportación, pues la naturaleza del producto hace que este deba de ser aéreo, lo cual limita los puntos de salida del país y eleva los costos. La poca disponibilidad de rutas directas entre Canadá y Costa Rica adiciona una barrera más, pues el transbordo de la mercancía en otro país como Estados Unidos genera más riesgo e incluso un aumento en los costos.

Luego, se determina que sí existen productos derivados del rambután que tienen potencial para comercializarse, incluso apoyados por investigaciones de diversas universidades del país. A pesar de esto, se concluye que el proceso de fabricación de derivados en Costa Rica está en fases muy iniciales, por lo que va a conllevar tiempo consolidar estos productos. Esto, principalmente por la falta de maquinaria, inversión extranjera directa y fábricas de procesamiento industrial fuera del Gran Área Metropolitana donde se cosecha el rambután.

Igualmente, de los derivados, se evidencia que realizar la tramitología para comercializarlos y exportarlos es una barrera, pues muchos se realizan de manera artesanal. Sobre el mismo tema, la investigación demuestra que hay productos que son muy complejos de realizar por el tipo de maquinaria y materia prima requerida. Algunos ejemplos de estos son los helados, los jugos y las bases para yogures.

Referente a las certificaciones, estas evidencian ser un valor agregado para la comercialización de los productos, pero a su vez prueban ser complejas de obtener para el productor nacional. De todas las certificaciones desarrolladas en la tesis, se concluye que la certificación de producto orgánico y la marca país de Esencial Costa Rica serían las más beneficiosas para el rambután y sus derivados. Esto, pues existe una tendencia internacional de

consumo de frutas cosechadas con menos agroquímicos y el consumidor canadiense tiende a inclinarse por opciones más sanas como estas. En cuanto a la marca país, sin ninguna duda obtenerla abre un nuevo mercado y red de apoyo para el productor que la adquiera.

Seguidamente, se concluye que las zonas productoras de rambután en Costa Rica tienen un clima favorecedor para mantener buenos volúmenes de producción, pero que se deben prevenir situaciones adversas de clima por efectos del cambio climático y otros fenómenos que pueden afectar las condiciones de lluvia y sol que necesita el rambután para crecer.

Respecto a las relaciones de Costa Rica y Canadá, la evidencia permite observar que ambos países llevan una relación cordial tanto a nivel diplomático como comercial. Esta estabilidad ha permitido firmar múltiples instrumentos internacionales dentro de los cuales resalta el Tratado de Libre Comercio aún vigente con el país. Pese a esta cordialidad mencionada, las estadísticas comerciales demuestran que el intercambio de bienes entre ambos no es tan alta. Por ende se concluye que esta falta de dinámica afecta de manera directa las rutas y frecuencias de envíos disponibles a ese destino.

Referente al consumidor en el país de destino, se determina que Canadá tiene una población multiétnica pues por su estabilidad ha sido foco de migraciones de todo el mundo. De esta población, resalta la migración asiática quien es el principal consumidor de rambután en Canadá.

Con relación a la competencia internacional, el mercado del rambután -aunque no está saturado- tiene fuertes contrincantes para Costa Rica, como lo es Guatemala a nivel regional. También, se concluye que es difícil poder competir con el producto asiático, pues como el rambután es originario de ese continente, tienen mayores ventajas que en el resto del mundo.

Finalmente, brindando respuesta a la pregunta de investigación planteada se concluye que los principales retos para la exportación del rambután y sus derivados a Canadá son el transporte aéreo, la mala organización y poca experiencia del gremio, el desconocimiento en materia de exportación, las plagas y que el rambután es un producto cuya vida útil es menor que otras frutas, lo cual dificulta la logística internacional. En contraposición, las oportunidades que presenta la

exportación de rambután desde Costa Rica es el clima y la distribución geográfica de las zonas productoras, el no tener aranceles de ingreso, el consumidor selecto que permite atacar un mercado muy específico, la sobreoferta nacional que da pie a un sobrante para exportar y la buena relación que existe entre Canadá y Costa Rica, pues permite una mayor disponibilidad de información para que los productores y exportadores no incursionen en un mercado desconocido.

## **5.2 Recomendaciones**

Para poder dinamizar la exportación del rambután sea a Canadá o a otros mercados, se logran identificar una serie de recomendaciones para el aparato gubernamental, comercial y el sector agrícola con base en la investigación realizada.

La primera recomendación es que se sugiere la creación de una organización, cámara o asociación nacional para la promoción de exportación de frutos no tradicionales, donde se pueda organizar de forma general todo el proceso. Esto permitiría que se puedan colaborar los distintos productores, que se negocien cargas consolidadas, reducir costos de transporte y brindarse acompañamiento o asesoría en conjunto. Es importante que esta organización sea a nivel nacional y que no sean solo asociaciones aisladas según zona de producción.

Seguidamente, a nivel comercial se recomienda que PROCOMER imparta charlas, capacitaciones y asesoramiento específico para la exportación de frutas no tradicionales, productos incipientes y frutas exóticas pues muchas de ellas tienen características distintas que no deberían ser generalizadas con otro tipo de mercancías.

A CINDE se le incentiva a organizar campañas publicitarias y negociaciones a nivel internacional para promover la inversión extranjera directa en el sector agroindustrial fuera del Gran Área Metropolitana, para concretar oportunidades de industrialización agrícola en zonas rurales.

A COMEX, incluso con el apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, se le exhorta entablar conversaciones con el gobierno de Canadá, para poder organizar nuevas negociaciones que permitan modernizar el tratado de libre comercio vigente.

En otros temas, se sugiere a diversas instituciones gubernamentales como el Ministerio de Salud, el Ministerio de Agricultura y Ganadería, entre otras a proveer un mayor acompañamiento a los productores o exportadores que soliciten trámites, ya que no todos tienen el mismo acceso y comprensión de los procesos a realizar en línea.

Asimismo, se aconseja invertir en publicidad y divulgación de los trámites necesarios para exportar, con vocabulario sencillo y pasos exactos para que los interesados, pues muchos se enteran de estos de una forma tardía.

A los productores de rambután, se les recomienda evaluar cuáles son sus posibilidades de exportar y que al menos a corto plazo se inicie la exportación de rambután fresco para colaborar a la nivelación del precio en el mercado nacional.

A las asociaciones de productores o empresas más organizadas se les sugiere continuar con la exploración de la manufactura del rambután fresco para poder iniciar con los trámites legales de inscripción de este tipo de productos. Inicialmente, se les recomienda enfocarse en productos más sencillos como la fruta deshidratada, el rambután empacado al vacío, semillas tostadas, mermeladas y otros que no requieran de tanto equipo.

A los exportadores de rambután, se le sugiere compartir sus experiencias y consejos con productores que apenas vayan a iniciar el proceso, para que estos tengan un mejor acompañamiento y orientación directa en sus primeras exportaciones.

Luego, al Estado se le exhorta crear un plan claro sobre la remodelación y actualización de la infraestructura utilizada para la exportación, lo que incluye puertos, aeropuertos, infraestructura vial y las mismas aduanas. Esto, porque si se quiere seguir impulsando la exportación del país, es necesario contar con el soporte logístico para cumplir esa meta.

En cuanto a las universidades y otras entidades responsables de procesos de investigación se les sugiere seguir apoyando producciones de frutas no tradicionales, productos incipientes y otras mercancías que pueden colaborar a la exportación del país, pero que no son tan apoyados como los productos tradicionales.

Finalmente, se recomienda a otros estudiantes o profesionales interesados que sigan estudiando el tema del rambután u otros productos incipientes pues se podrían analizar otros mercados a los cuales ingresar y así ayudar a los productores que tanto lo necesitan.

## Referencias Bibliográficas

- Aceves, M. (2021). *Las certificaciones internacionales como barreras no arancelarias en las exportaciones de la agroindustria de México y sus principales socios comerciales en las economías de APEC, 2002-2018*. [Disertación de doctorado inédita, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo]. Universidad Michoacana de San Nicolás De Hidalgo.  
[http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB\\_UMICH/4007/ININEE-D-2021-0724.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB_UMICH/4007/ININEE-D-2021-0724.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arias, M & Calvo, I. (2014). *El cultivo de rambután o mamón chino*. Ministerio de Industria y Ganadería. <http://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/F01-10729.pdf>
- Arrieta, E. (2022). Rezago en infraestructura de 30 años quedó muy lejos de resolverse en gobierno de Carlos Alvarado, según expertos. *La República*.  
<https://www.larepublica.net/noticia/rezago-en-infraestructura-de-30-anos-queda-muy-lejos-de-resolverse-en-gobierno-de-carlos-alvarado-segun-expertos>
- Banc dels Aliments de Barcelona. (s.f). Guía de manejo de alimentos.  
<https://www.bancdelsaliments.org/pdf/es/Guia%20de%20manejo%20de%20alimentos.pdf>
- Banco Mundial. (2013). Cómo afectan las barreras no arancelarias los precios de los alimentos en Centroamérica. <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/09/05/medidas-arancelarias>
- Barrantes, A. (2012). Tecnológico convierte el mamón chino en helados. *La Nación*.  
<https://www.nacion.com/archivo/tecnologico-convierte-el-mamon-chino-en-helados/Y5CFNTJ5XNAWFPQM42JQL3OIMI/story/>
- Chavarría, A. (2021). *Logística Productos Refrigerados Canadá*. Dirección de Inteligencia Comercial- Unidad de Logística de PROCOMER. <https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Log%C3%ADstica-Canad%C3%A1.pdf>
- Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE). (2022). CINDE celebra aprobación del Proyecto de Ley que fortalece la atracción de inversiones fuera de la GAM. *CINDE Noticias*. <https://www.cinde.org/es/noticias/cinde-celebra-aprobacion-del-proyecto-de-ley-que-fortalece-la-atraccion-de-inversiones-fuera-de-la->

[gam#:~:text=La%20Ley%20de%20fortalecimiento%20de,empresas%20instaladas%20en%20el%20r%C3%A9gimen.](#)

- Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE). (s.f). Acerca de CINDE. [https://www.cinde.org/es/acerca#our\\_services](https://www.cinde.org/es/acerca#our_services)
- Cordero, M & Padilla, R. (2017). *Creación de una cadena de valor: chips fritos al vacío en Costa Rica*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/41100/1/S1700219\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/41100/1/S1700219_es.pdf)
- Costa Fresh. (s.f). Rambután. <http://www.costafresh.co.cr/productos/rambutan/>
- Cuesta, C. (2013). *Revisión de la bibliografía en la investigación cualitativa. Procesos y Particularidades*. Universidad de Alicante [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/31200/6/Revision\\_bibliografia\\_Investigacion\\_cualitativa.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/31200/6/Revision_bibliografia_Investigacion_cualitativa.pdf)
- Dorta, P. (2013). *Transporte y Logística Internacional*. Universidad de las Palmas de Gran Canaria. [https://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/7101/7101787/transporte\\_y\\_logistica\\_internacional\\_2013.pdf](https://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/7101/7101787/transporte_y_logistica_internacional_2013.pdf)
- Echeverry, R. (2017). *Política Comercial*. Fundación Universitaria del Área Andina. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1376/Politica%20Comercial.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Esencial Costa Rica. (2021). ¿Qué es la marca país? <https://www.esencialcostarica.com/marca-pais/que-es-la-marca-pais/>
- Esencial Costa Rica. (2021). Protocolo de Evaluación para Uso Corporativo. [https://www.esencialcostarica.com/wp-content/uploads/2022/03/Protocolos-de-evaluacion\\_Anexo1.pdf](https://www.esencialcostarica.com/wp-content/uploads/2022/03/Protocolos-de-evaluacion_Anexo1.pdf)
- Gaibor, P & Vera, A. (2016). *Estudio de factibilidad para la exportación de rambután deshidratado hacia el mercado de Canadá*. [Disertación de grado inédita, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Universidad Católica de Santiago Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6699/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-307.pdf>
- García, A. (2021). *Dinámica logística del exportador de la fruta exótica costarricense rambután en la crisis del COVID-19 durante el año 2020*. [Disertación de licenciatura inédita, Universidad Estatal a Distancia]. Universidad Estatal a Distancia.

[https://aleph23.uned.ac.cr/exlibris/aleph/a23\\_1/apache\\_media/A6UB3GNCHTABEFH2C3JTDQG6CCBFD7.pdf](https://aleph23.uned.ac.cr/exlibris/aleph/a23_1/apache_media/A6UB3GNCHTABEFH2C3JTDQG6CCBFD7.pdf)

GLOBAL G.A.P. (s.f). Cultivando el futuro del planeta. <https://www.globalgap.org/es/for-producers/globalg.a.p/>

GLOBAL G.A.P. (s.f). Encuentre su organismo de certificación aprobado por GLOBAL G.A.P. <https://www.globalgap.org/es/what-we-do/the-gg-system/certification/Approved-CBs/>

Gómez, J. (2014). *Gestión Logística y Comercial*. McGraw-Hill. <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448193636.pdf>

Gutiérrez, T. (2017). *Estudio comercial y logístico para la exportación de rambután hacia Argentina*. [Disertación de grado inédita, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9033/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-348.pdf>

Guzmán, L. (1982). *Las Fuentes Secundarias*. Universidad de Costa Rica. <https://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/docente/pd-000169.pdf>

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mexico: Mc Graw Hill Education.

Instituto Nacional de Educación Tecnológica de Argentina. (2002). *Módulo Industrialización en pequeña escala de frutas y hortalizas*. <http://www.fediap.com.ar/administracion/pdfs/Industrializaci%C3%B3n%20de%20Frutas%20y%20Hortalizas.pdf>

Instituto Nacional de Innovación y Transferencia en Tecnología Agropecuaria. (s.f). *Investigación e Innovación Frutales*. <http://www.inta.go.cr/index.php/investigacion-e-innovacion/frutales>

Jack's Centroamérica. (2020). 6 pack Fruttal arándanos con Ramboost. <https://www.jacks.co.cr/marcas/barras-bocadillos-funcionales/6-pack-fruttal-arandanos-con-ramboost/>

Jiménez, P. (2022). Salgamos de la burbuja: Costa Rica necesita impulsar la economía fuera de la GAM. *Programa Estado de la Nación*. <https://estadonacion.or.cr/salgamos-de-la-burbuja-costa-rica-necesita-impulsar-la-economia-fuera-de-la-gam/>

- La República. (2022). “Llegó la hora de actualizar el TLC entre Costa Rica y Canadá”: Manuel Tovar, ministro de Comercio Exterior. *La República*. <https://www.larepublica.net/noticia/llego-la-hora-de-actualizar-el-tlc-entre-costa-rica-y-canada-manuel-tovar-ministro-de-comercio-exterior>
- Laurent, J. (2011). Competitividad de la Agrocadena de Fruta Fresca de Rambután (*Nephelium lappaceum* L.) en Costa Rica. Universidad Estatal a Distancia. [https://www.academia.edu/8488290/Agrocadena\\_de\\_rambut%C3%A1n\\_en\\_costa\\_rica](https://www.academia.edu/8488290/Agrocadena_de_rambut%C3%A1n_en_costa_rica)
- Mack, R. (2005). *Árboles Frutales para nuestras fincas*. Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE). <https://repositorio.catie.ac.cr/bitstream/handle/11554/29/a0857e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mayorga, G. (2019). Estudio determina que existe una ventana de oportunidad si se logra aumentar el nivel de actividad en puertos. *Noticias Universidad de Costa Rica*. <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2019/07/08/costa-rica-debe-apostar-por-dinamizar-la-industria-portuaria.html>
- Mendoza, Y & Garzón, M. (2021). *Analizar la Capacidad Exportadora para los Frutos de Mangostino y Rambután desde la Región del Ariari en el Departamento de Meta-Colombia*. [Disertación de grado inédita, Universidad Piloto de Colombia]. Universidad Piloto de Colombia. <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/10908/TESIS%20FINAL%20MANGOSTINO%20Y%20RAMBUTAN.pdf?sequence=1&isAllowed=n>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (1997). Reglamento de Agricultura Orgánica N° 29782-MAG. <http://www.mag.go.cr/legislacion/2001/de-29782.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2019). Decreto No. 28471-COMEX. Reglamento Orgánico del Ministerio de Comercio Exterior. [https://www.comex.go.cr/media/1880/decreto\\_28471.pdf](https://www.comex.go.cr/media/1880/decreto_28471.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior. (2019). Política de Comercio Exterior e Inversión de Costa Rica. <https://www.comex.go.cr/media/7653/anexo-1-dm-pol-cei-pol%C3%ADtica-de-comercio-exterior-e-inversi%C3%B3n-de-costa-rica.pdf>

- Ministerio de Comercio Exterior. (2022). Estadísticas- Intercambio Comercial de Costa Rica con Canadá 2007-2021. <https://www.comex.go.cr/estad%C3%ADsticas-y-estudios/comercio-bienes/intercambio-comercial/>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2023). Capítulo 1: Disposiciones Iniciales y Definiciones Generales. [https://www.comex.go.cr/media/2195/00\\_-capitulo-i-disposiciones-iniciales-y-definiciones-generales.pdf](https://www.comex.go.cr/media/2195/00_-capitulo-i-disposiciones-iniciales-y-definiciones-generales.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior. (2023). TLC entre el Gobierno de la República de Costa Rica y el Gobierno de Canadá. <https://www.comex.go.cr/tratados/canada/>
- Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica. (2014). Plan Nacional de Desarrollo 2015-2018. “Alberto Cañas Escalante”. <https://documentos.mideplan.go.cr/share/s/L4VkAE53TyOWyPR9BAB-qA>
- Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica. (2018). Plan Nacional de Desarrollo y de Inversión Pública del Bicentenario 2019-2022. <https://sites.google.com/expedientesmideplan.go.cr/pndip-2019-2022/documentos?authuser=0>
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto. (2022). Ejes de Acción. <https://www.rree.go.cr/?sec=exterior&cat=ejes%20accion#:~:text=La%20pol%C3%ADtica%20exterior%20costarricense%20se,Humanos%20y%20libertades%20fundamentales.>
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto. (2022). Relación de Costa Rica con Canadá. <https://www.rree.go.cr/?sec=exterior&cat=politica&cont=522&pais=CA#:~:text=Canad%C3%A1%20y%20Costa%20Rica%20han,Canad%C3%A1%2DCosta%20Rica%20y%20otros>
- Ministerio de Salud. (2022). Registro de Alimentos. <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/28-tramites/registros/156-registro-de-alimentos>
- Mora, S. (2021). *Informe Comercio Exterior del Sector Agropecuario 2019-2020*. Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria. [http://www.sepsa.go.cr/docs/2021-003-Comercio\\_Exterior\\_2019-2020.pdf](http://www.sepsa.go.cr/docs/2021-003-Comercio_Exterior_2019-2020.pdf)

- Muñiz, I & Solórzano, D. (2020). *Análisis del acceso de mercados en el comercio internacional del rambután*. [Disertación de grado inédita, Universidad de Guayaquil]. Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/54881>
- O'Neal, K. (2017). ¡Coma Rambután de Forma diferente! *Noticias Universidad de Costa Rica* <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2017/09/07/coma-rambutan-de-forma-diferente.html>
- O'Neal, K. (2019). Jóvenes lanzan al mercado un producto antioxidante a base de cáscara de rambután. *Noticias Universidad de Costa Rica* <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2019/03/05/jovenes-lanzan-al-mercado-un-producto-antioxidante-a-base-de-cascara-de-rambutan.html>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2005). CODEX STAN 246.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (s.f). Capítulo 5: la calidad en frutas y hortalizas. <https://www.fao.org/3/y4893s/y4893s08.htm>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (s.f). CODEX Alimentarius. <https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/es/>
- Organización Meteorológica Mundial. (2022). El Niño y la Niña hoy. <https://public.wmo.int/es/el-ni%C3%B1o-y-la-ni%C3%B1a-hoy>
- Organización Mundial del Comercio (s.f). Normas y Seguridad. [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/whatis\\_s/tif\\_s/agrm4\\_s.htm#TRS](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/agrm4_s.htm#TRS)
- Organización Mundial del Comercio. (2019). Examen de Políticas Comerciales de Canadá. Informe Completo. [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/tpr\\_s/s389\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/s389_s.pdf)
- Organización Mundial del Comercio. (s.f). Aranceles. [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/tariffs\\_s/tariffs\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tariffs_s/tariffs_s.htm)
- Organización Mundial del Comercio. (s.f). La OMC. [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/thewto\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/thewto_s.htm)
- Organización Mundial del Comercio. (s.f). Medidas Sanitarias y Fitosanitarias. [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/sps\\_s/sps\\_s.htm#introduction](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/sps_s/sps_s.htm#introduction)
- Organización Mundial del Comercio. (s.f). Transporte Marítimo. [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/serv\\_s/transport\\_s/transport\\_maritime\\_s.htmv](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/transport_s/transport_maritime_s.htmv)
- Páez, G. (s.f). Transporte Internacional. <https://economipedia.com/definiciones/transporte-internacional.html#referencia>

- Pérez, C. (2012). *Empaques y Embalajes*. (1era ed). Red Tercer Milenio. [https://www.aliat.click/BibliotecasDigitales/comunicacion/Empaques\\_y\\_embalajes.pdf](https://www.aliat.click/BibliotecasDigitales/comunicacion/Empaques_y_embalajes.pdf)
- Promotora del Comercio Costarricense. (2016). Costa Rica Apuesta por el uso de certificaciones. *Noticias PROCOMER*. <https://www.procomer.com/noticia/certificaciones/>
- Promotora del Comercio Costarricense. (2016). *Guía Informativa sobre Temas de Comercio Exterior*. [https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/guia\\_informativa\\_sobre\\_temas\\_de\\_comercio\\_exterior2020-03-17\\_17-54-02.pdf](https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/guia_informativa_sobre_temas_de_comercio_exterior2020-03-17_17-54-02.pdf)
- Promotora del Comercio Costarricense. (2018). Mercado Ético de Canadá abre oportunidades para frutas exóticas de Costa Rica. *Comunicado de Prensa*. <https://www.procomer.com/noticia/mercado-etnico-de-canada-abre-oportunidades-para-frutas-exoticas-de-costa-rica/>
- Promotora del Comercio Costarricense. (2021). Anuario Estadístico. <https://www.procomer.com/exportador/documentos/anuario-estadistico-2020/>
- Promotora del Comercio Costarricense. (2022). Capacitaciones. <https://www.procomer.com/inicio/capacitaciones/>
- Promotora del Comercio Exterior Costarricense. (2023). ¿Qué es PROCOMER?. <https://www.procomer.com/sobre-nosotros/>
- Promotora del Comercio Exterior Costarricense. (2023). Resultados de exportaciones enero 2023. [https://www.linkedin.com/posts/procomer\\_seguimos-trabajando-para-generar-bienestar-activity-7034551863861518336-hZ5Y?utm\\_source=share&utm\\_medium=member\\_desktop](https://www.linkedin.com/posts/procomer_seguimos-trabajando-para-generar-bienestar-activity-7034551863861518336-hZ5Y?utm_source=share&utm_medium=member_desktop)
- Promotora del Comercio Exterior Costarricense. (s.f). Estrategia 2019-2022 Negocios con Propósito. [https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Plan\\_estrategico\\_PROCOMER\\_2019-2022.pdf](https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Plan_estrategico_PROCOMER_2019-2022.pdf)
- Ramberry CR. (2022). Ramberry CR. <https://www.facebook.com/RamberryCR>
- Ramberry. (s.f). Todos los productos. <https://www.ramberrycr.com/productos/>
- Real Academia Española. (2023). Calidad. En el diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/calidad>
- Real Academia Española. (2023). Clima. En el diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/clima>

- Real Academia Española. (2023). Comercio Exterior. Diccionario Panhispánico del Español Jurídico. <https://dpej.rae.es/lema/comercio-exterior>
- Real Academia Española. (2023). Derivado. En el diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/derivado>
- Real Academia Española. (2023). Dulce. En el diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/dulce>
- Real Academia Española. (2023). Error. En el diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/error>
- Real Academia Española. (2023). Liofilizar. En el diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/liofilizar>
- Real Academia Española. (2023). Perecedero. En el diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/perecedero>
- Real Academia Española. (2023). Plagas. En el diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/plaga>
- Real Academia Española. (2023). Política Exterior. Diccionario Panhispánico del Español Jurídico. <https://dpej.rae.es/lema/pol%C3%ADtica-exterior>
- Real Academia Española. (2023). Transporte. En el diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/transporte>
- Sarquis, A. (2002). *Barreras Arancelarias y No Arancelarias*. [Congreso de Relaciones Internacionales] <https://www.iri.edu.ar/images/Documentos/primercongreso/economia/sarquis.pdf>
- Secretaría de Desarrollo Rural de México. (2019). Productos orgánicos, naturalmente importantes. <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/productos-organicos-naturalmente-importantes#:~:text=Se%20le%20conocen%20como%20org%C3%A1nicos,fertilizantes%20artificiales%20entre%20otros%20qu%C3%ADmicos.>
- Servicio Fitosanitario del Estado. (2007). Guía técnica para la inspección y certificación de rambután (*Nephelium lappaceum*) para la exportación a Estados Unidos. [https://www.sfe.go.cr/GuiasTecnicasExportaciones/CF20\\_Guia\\_tecnica\\_para\\_rambutan.pdf](https://www.sfe.go.cr/GuiasTecnicasExportaciones/CF20_Guia_tecnica_para_rambutan.pdf)
- Servicio Fitosanitario del Estado. (2019). *Instructivo técnico para la inspección y certificación de rambután (Nephelium lappaceum) para la exportación a Estados Unidos*.

[https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:hznVMHPpAcUJ:https://www.sfe.go.cr/DocsExportaciones/Indice\\_Certificaci%25C3%25B3n\\_Fitosanitaria.docx&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=cr](https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:hznVMHPpAcUJ:https://www.sfe.go.cr/DocsExportaciones/Indice_Certificaci%25C3%25B3n_Fitosanitaria.docx&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=cr)

Servicio Fitosanitario del Estado. (2023). ¿Qué hace el Servicio Fitosanitario del Estado?

<https://www.sfe.go.cr/SitePages/QuienesSomos/InicioQuienesSomos.aspx>

Servicio Fitosanitario del Estado. (2023). Tarifas por Servicios del Servicio Fitosanitario del Estado. <https://www.sfe.go.cr/Tarifas1/Tarifas%202023.pdf>

Singer, A. (2021). Los 6 tipos de costos logísticos que necesitas para optimizar tu gestión.

<https://maplink.global/blog/es/tipos-de-costos-logisticos/#:~:text=Los%20costos%20de%20transportaci%C3%B3n%20son,%2C%20distribuci%C3%B3n%2C%20recolecci%C3%B3n%20y%20entrega.>

Sistema Costarricense de Información Jurídica. (2008). Reglamento Orgánico del Ministerio de Salud. N° 34510.

[http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=63251](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=63251)

Sistema Costarricense de Información Jurídica. (2018). Reglamento Orgánico del Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG. N° 40863.

[http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=85882&nValor3=111197&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=85882&nValor3=111197&strTipM=TC)

Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales. (s.f). Glosario-Tratado de Libre Comercio. <https://www.subrei.gob.cl/glosario/t>

Tulu Store. (s.f). Yellow-Detox Cream. <https://www.tulucr.com/tienda/Yellow-Detox-Cream-250-ml-p436394986>

Ulloa, E. (2017). *Oportunidades de Comercialización de productos agrícolas incipientes*. Dirección de Inteligencia Comercial de la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica.

<http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Oportunidades%20de%20comercializacion%20de%20productos%20agricolas%20incipientes-Informe.pdf>

Ulloa, E. (2018). *Mercado de Frutas Exóticas en Canadá*. Dirección de Inteligencia Comercial de la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica.

[http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Mercado%20de%20frutas%20exoticas%20en%20Canada%20con%20 analisis%20logistico\\_Agosto%202018.pdf](http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Mercado%20de%20frutas%20exoticas%20en%20Canada%20con%20 analisis%20logistico_Agosto%202018.pdf)

Ulloa, E. (2019). *Evaluación de Opciones de Valor Agregado para Rambután y Bambú*. Dirección de Inteligencia Comercial de la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica.

<http://sistemas.procomer.go.cr/DocsSEM/6A910023-65E0-4517-A92F-A8604413BC97.pdf>

Universidad de Costa Rica. (2017). ¿sabía que el verdadero nombre del mamón chino es rambután?

<https://www.facebook.com/UniversidadCostaRica/posts/1527090357329493/>

Universidad de Costa Rica. (2021). Centro Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos. Proyecto DAIR. <https://cita.ucr.ac.cr/proyecto-dair>

Virgilio, V. (2020). El proceso productivo agrícola y su contribución en el desarrollo de una cadena exportadora del rambután en Satipo-Junín 2019. [Disertación de licenciatura inédita, Universidad de San Martín de Porres]. Universidad de San Martín de Porres.

[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7278/virgilio\\_rar.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7278/virgilio_rar.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Westreicher, G. (2020). Política Comercial. <https://economipedia.com/definiciones/politica-comercial.html>

## APÉNDICES

En este apartado se incluyen las preguntas utilizadas de guía para los diversos entrevistados. Se dividen según el área de conocimiento y además se debe de recordar que al ser las entrevistas abiertas las preguntas solo constituyen un marco general de los temas necesarios de abarcar.

Agentes aduanales y asesores comerciales:

1. ¿Cuál fue el proceso que se llevó a cabo para la exportación del rambután?
2. ¿Cómo se desarrolla el proceso de exportación aérea para el rambután?
3. ¿Cuáles han sido los principales errores en el proceso de exportación del rambután?
4. ¿Cuáles serían las fortalezas de exportar rambután vía aérea?
5. ¿Cuáles son algunos requisitos indispensables para que los productores puedan exportar el rambután vía aérea el rambután?
6. ¿Cuáles han sido los principales problemas u obstáculos a la hora de exportar rambután vía aérea?
7. ¿Cuáles son los principales costos que involucra el proceso de la exportación aérea para el rambután?

Asesores comerciales:

1. ¿Cuáles son las principales barreras no arancelarias en productos agrícolas?
2. ¿Qué medidas no arancelarias pueden aplicar para el caso del rambután?
3. ¿Cuáles son las barreras arancelarias establecidas en el TLC de Costa Rica y Canadá para el caso del rambután?
4. El rambután se clasifica en una subpartida de “los demás” en el capítulo 08. ¿Esto dificulta la aplicación de medias arancelarias y no arancelarias para esta clase de mercancías? ¿Por qué?
5. ¿Cuáles son los principales retos en materia arancelaria y no arancelaria para pequeños productores que quieran exportar rambután?
6. ¿Qué otros requisitos puede solicitar un país como Canadá al productor o al exportador que sean considerados como barrera de ingreso?

7. ¿Qué certificaciones podrían darle un valor agregado a la exportación de rambután costarricense?
8. ¿Cuáles son algunos de los retos u obstáculos que pueden tener los productores que deseen exportar rambután en cuanto a la clasificación arancelaria?
9. ¿Cuáles son algunas de las consecuencias de la clasificación incorrecta del rambután a la hora de ser exportado?
10. ¿Cuáles son las ventajas de tener un TLC con Canadá para la exportación del rambután?

#### Productores y exportadores de rambután:

1. ¿Cuál ha sido su experiencia exportando? Si no ha exportado, ¿por qué no lo ha hecho?
2. ¿Cuáles son las formas de rambután que comercializan?
3. ¿Han pensado en algún valor agregado para el rambután fresco? Como jugos, jaleas, etc. ¿Cuál?
4. ¿Cómo ha sido el acceso a la información para producir, comercializar e incluso exportar el rambután fresco o algún derivado?
5. ¿Cuáles certificaciones tiene su producción? Si no tienen ¿por qué no han adquirido certificaciones? Ej: Marca País, orgánico etc.
6. ¿Cuáles son los principales retos que han tenido exportando?

#### Internacionalistas y diplomáticos:

1. ¿Cuáles son las ventajas que tiene Costa Rica al exportar frutas exóticas a Canadá?
2. ¿Cuáles son algunas características del consumidor canadiense que lo hacen idóneo para consumir el producto costarricense?
3. ¿Cuáles son algunas de las ventajas que tienen los productos costarricenses al entrar a Canadá por tener un TLC?
4. ¿Cuáles son algunos de los datos sobresalientes de las relaciones internacionales entre Costa Rica y Canadá?

### Ingenieros agrónomos y tecnólogos de alimentos

- 1- ¿Cuáles son las ventajas de suelo, clima y temperaturas que tiene Costa Rica que le permiten producir rambután?
- 2- ¿Cuáles son algunas plagas que se pueden encontrar en frutas como el rambután?
- 3- ¿Cuáles son los problemas que generan estas plagas?
- 4- ¿Cómo afectan las plagas la calidad del rambután?
- 5- ¿Cómo afecta el suelo la calidad de las frutas como el rambután?
- 6- ¿Cuáles otros productos se podrían hacer como derivados del rambután?
- 7- ¿De cuáles formas se pueden combatir las plagas manteniendo el producto orgánico?
- 8- ¿Quiénes se encargan de controlar el tema de las plagas en Costa Rica?
- 9- ¿Cuáles productos podrían derivarse del rambután fresco que sean recomendables/aptos para la exportación?
- 10- ¿Cuál sería el valor agregado que brindan los productos mencionados en el punto 1?

### Ingenieros industriales

1. En términos de calidad, ¿por qué es importante la realización de muestreos en lotes de producción?
2. ¿Cuáles son los beneficios que se obtienen ante la realización de muestreos?
3. ¿Cuáles son los principales retos para pequeños productores que quieran implementar sistemas de calidad en el proceso de cosecha?
4. ¿Por qué mejorar la calidad de productos agrícolas como el rambután es una ventaja para obtener mejores precios en los mercados?