

RAMBUTÁN

FICHA N°20/UE



INDICE

ABREVIATURAS Y SIGLAS	2
I. GENERALIDADES DEL PRODUCTO	3
II. PRODUCCION LOCAL	4
III. DINÁMICA COMERCIAL EN EL MERCADO EUROPEO	6
IV. DEMANDA ESTIMADA EN EL MERCADO EUROPEO.....	7
V. REQUISITOS DE ACCESO A LA UNIÓN EUROPEA.....	9
a) Clasificación arancelaria.....	9
b) Requisitos de exportación	10
c) Requisitos de acceso.....	11
d) Aranceles	14
e) Empaque.....	15
f) Transporte.....	15
VI. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y NIVELES DE PRECIOS.....	16
a) Canales de Distribución.....	16
b) Precios	17
VII. CONTACTOS UTILES.....	19
a) Contactos de Algunas Empresas de Transporte Marítimo	21
b) Contactos de Algunas Empresas de Transporte Aéreo	21
c) Empresas Certificadoras de Productos Orgánicos en Honduras.....	22
d) Mayores Distribuidores e Importadores UE	22
e) Información sobre Precios en diferentes Países de la Unión Europea.....	22
f) Ferias de Frutas Frescas y Vegetales en la Unión Europea	22
g) Otros Contactos:.....	22

ABREVIATURAS Y SIGLAS

AHPERAMBUTAN: Asociación Hondureña de Productores y Exportadores de Rambután.

BCH: Banco Central de Honduras

CBI: Centro para la Promoción de las Importaciones desde Países en Desarrollo.

CENTREX: Centro de Trámite de Exportaciones.

FAO: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

FHIA: Fundación Hondureña de Investigación Agrícola.

FPX: Federación de Agroexportadores de Honduras.

HACCP: Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control.

ITC: International Trade Centre.

INE: Instituto Nacional de Estadísticas.

IVA: Impuesto al Valor Agregado.

NMF: Nación más Favorecida.

SAC: Sistema Arancelario Centroamericano.

SAR: Servicio de Administración de Rentas.

SARAH: Sistema Automatizado de Rentas Aduaneras de Honduras.

SENASA: Servicio Nacional de Sanidad e Inocuidad Alimentaria.

SECEH: Sistema Electrónico de Comercio Exterior de Honduras.

SDE: Secretaría de Desarrollo Económico.

SIECA: Secretaría de Integración Económica Centroamericana.

EE.UU: Estados Unidos de América.

UE: Unión Europea.

I. GENERALIDADES DEL PRODUCTO

El cultivo de rambután (*Nephelium lappaceum* L.) es originario del continente asiático, específicamente de Indonesia y Malasia. Su nombre proviene del vocablo malayo “rambut” que significa “pelo”, en referencia a los espinaretes largos y suaves que cubren la superficie del fruto.

Fue introducido por primera vez en el hemisferio Occidental en Puerto Rico a principios del siglo pasado y las primeras plantas llegaron al trópico de Honduras en el año 1927, traídas por el legendario investigador agrícola Wilson Popenoe, las que fueron sembradas en el Jardín Botánico Lancetilla, ubicado en el sector de Tela, Departamento de Atlántida, a partir de las cuales se ha diseminado en Honduras y demás países centroamericanos¹.

Los árboles pueden alcanzar una altura de 25 metros, también hay cultivos más pequeños, lo que facilita la cosecha. La fruta es redonda a ovalada y de 3 a 6 cm de alto y 3 y 4 cm de ancho. Crece en racimos de 10 a 20 bayas. La piel de la fruta es espinosa y rojiza. El fruto mismo es blanco a rosa pálido y sabor dulce. El rambután se cultiva principalmente en el Sudeste de Asia y los países de América Latina. Aproximadamente se cultivan unas 100 especies comercialmente, la fruta se madura en el árbol. La vida útil del rambután fresco es limitada. Rambután está estrechamente relacionado con el lichi y el longan².

El rambután es una fruta de trópico húmedo, no soporta los suelos inundados, suelos fértiles con buena humedad, arenoso, limoso y arcillo – limoso. La cosecha se da entre los meses de julio a noviembre, pero los meses pico son septiembre y octubre. Esta fruta tiene un rendimiento de 1000 - 5000 frutos por árbol, de un solo árbol de rambután se pueden obtener hasta 400 cajas de frutas y de una hectárea cultivada se cosechan hasta cuatro mil cajas.

Algunas de las variedades comerciales de rambután son: See Matjan, Seelengkeng, See Konto.

Para su exportación cada fruta de rambután debe pesar un mínimo de 30 gramos, tener color rojo, una dulzura de un 18 por ciento en la escala de los grados Brix, que mide la relación de ácido dulzura, la semilla debe ser más pequeña que la parte comestible y que se desprege fácilmente³.

¹ Fuente: Boletín Rambután, AHPERAMBUTAN.

Fuente: <http://www.fhia.org.hn>.

² Fuente: <https://www.cbi.eu>.

³ Fuente: Ficha técnica del rambután, SAG.

II. PRODUCCION LOCAL

En 1997 la Fundación Hondureña de Investigación Agrícola (FHIA) inició el fomento del cultivo del rambután, creándose la Asociación Hondureña de Productores y Exportadores de Rambután (AHPERAMBUTAN) y la introducción de la propagación por parche, que permitió multiplicar el cultivo a escala comercial.

La Asociación AHPERAMBUTAN obtuvo su personería jurídica el 23 de septiembre de 2003, cuenta con más de 500 hectáreas de fincas, produce una fruta de alta calidad con un atractivo rojo y se cosecha manualmente. La Asociación, localizada en Tela (Atlántida) cuenta con aproximadamente 220 asociados, ubicados a lo largo de la costa atlántica, en los Municipios de Tela, Esparta, La Másica, San Francisco, La Ceiba y Sonaguera. Además, existen plantaciones en menor cantidad en las cercanías al Lago de Yojoa, en los Departamentos de Cortés y Colón.

A partir del 25 de junio de 2003, el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), otorgó a Honduras la autorización para exportar rambután hacia los Estados Unidos de América. Este permiso de admisibilidad también facilitó y abrió las puertas del rambután hondureño a Europa, las que se realizan por vía aérea, a través de puertos del Sur de los Estados Unidos como Houston y Miami⁴.

La Fundación Hondureña de Investigación Agrícola (FHIA) impulsó en 1993 las variedades de R-134, R-162, R-167 de Malasia, “Jitle” de Singapur, R-156 de malasia y “Binjai” y “Seelengkeng” de Indonesia.

Las frutas de estas variedades presentan características que satisfacen los requerimientos del mercado de exportación para fruta fresca, que exige un arilo grande, dulce y que se desprende bien de la semilla más de 700 productores entre pequeños y grandes se dedican a la producción de rambután en Cortés y Atlántida.

Durante el periodo 2010-2014⁵, la producción de Rambután fue de 200,000 kilos en el 2012 y de 461,000 en el 2014, incrementándose en 130.5% (Véase Cuadro No. 1).

**Cuadro No.1: Honduras Producción de Rambután
Volumen en Kilos**

Años	Kilos
2010	200,000
2011	250,000
2012	340,000
2013	369,000
2014	461,000

Fuente: Elaborado en base a datos de FHIA y AHPERAMBUTAN

⁴ Fuente: <https://www.yumpu.com>; <http://www.fhia.org.hn>.

⁵ Al momento de la elaboración de este documento no se encontró información oficial para los años 2015 y 2016, por lo que se tomaron datos de 2014.

Esta fruta exótica se cosecha principalmente en los meses de agosto, septiembre, octubre y en menor intensidad en noviembre.

Honduras ocupa el primer lugar en la región en la producción de rambután y compite con fuertes mercados como el de México, que, a pesar de tener un mayor volumen e producción, no cuenta con la calidad, dulzura, textura y color que caracterizan a la fruta hondureña⁶.

Hasta principios de los años noventa la producción era vendida en el mercado local, luego su consumo se difundió hacia todo el mercado nacional, exportándose también a El Salvador y Guatemala, donde existe una creciente demanda y en menor proporción al mercado de los Estados Unidos de América.

Las exportaciones hondureñas de rambután durante el 2012 fueron de US\$ 367,526 dólares con destino a Canadá y Estados Unidos de América este último adquirió el 98% del total exportado (Véase Cuadro No. 2).

Las ventas al mercado internacional se incrementaron al 2016 en US\$ 2,861,435 dólares, lo que se traduce en un aumento del 678% con respecto al 2012. Lo anterior demuestra el potencial productivo del cultivo de esta fruta exótica y la expectativa que se presenta para atender la creciente demanda de mercado europeo.

En el 2016 las exportaciones de rambután se destinaron principalmente a los mercados de Estados Unidos, El Salvador y Nicaragua, que en conjunto adquirieron el 98% de las ventas totales. Otros mercados fueron Holanda, Italia, Canadá y Guatemala.

Cuadro No. 2: comparativo de Exportaciones de Honduras para el producto Rambután
Valor US\$

2012			2016		
Países	Valor US\$	Kilos ⁷	Países	Valor US\$	Kilos
Canadá	6,036.00	4,756.29	Canadá	2,016.00	572.00
EE.UU	361,490.00	277,188.96	EE.UU	1,776,721.10	850,003.67
			El Salvador	963,410.00	2,184,999.42
			Guatemala	1,000.00	19,500.00
			Holanda	18,288.00	4,572.00
			Italia	13,680.00	3,420.00
			Nicaragua	86,320.00	829,640.00
Total	367,526.00	281,945.25	Total	2,861,435.10	3,892,707.09

Fuente: Elaborado en base a datos del BCH.

Las importaciones de rambután en el 2012 por parte de Honduras, fueron de US\$110,276 cuyos proveedores fueron Costa Rica, Guatemala y Nicaragua, situación que ha cambiado en el 2016, al haberse reducido la importación a US\$ 49,085 (- 5.54%), las que se compraron a Costa Rica y Guatemala (Véase Cuadro No.3).

⁶ Fuente: <http://www.laprensa.hn>.

⁷ En Honduras la información se genera en kilos y en la UE en toneladas (1 tonelada = 1000 kilos).

Es importante señalar el cambio que se produjo con respecto a las importaciones, las que han sido sustituidas en gran porcentaje por el aumento en la producción nacional de este cultivo que le permite abastecer la demanda interna y realizar exportaciones a los países vecinos y al mercado externo.

Gracias al apoyo que la AHPERAMBUTAN ha tenido de parte de la SAG y la FHIA, le ha permitido al país posesionarse como el primer productor de rambután en la región

**Cuadro No. 3: Honduras Importaciones Rambután
Valor US\$**

Países	2012		Países	2016	
	Valor US\$	Kilos		Valor US\$	Kilos
Costa Rica	103,213.25	404,000.00	Costa Rica	38,825.00	153,500.00
Guatemala	3,650.00	121,000.00	Guatemala	10,260.00	72,232.00
Nicaragua	3,413.36	10,000.00			
Total	110,276.61	535,000.00	Total	49,085.00	225,732.00

Fuente: Elaborado en base a datos del BCH.

III. DINÁMICA COMERCIAL EN EL MERCADO EUROPEO

A continuación, se muestra información de las importaciones de frutas exóticas realizadas por la Unión Europea durante el año 2015⁸, entre las cuales se incluye el rambután, fruta de la pasión fresca, lichis, manzanas de anacardo, carambola, pitahaya, mangostán, kaki, cririmoya, durian, longan, entre algunas.

Todas las frutas descritas anteriormente pueden ser cultivadas en climas tropicales o subtropicales. Se consideran exóticas a los países europeos en el sentido de que no se producen en Europa y los volúmenes de consumo son limitados.

En 2015, los compradores europeos importaron más de 35 mil toneladas de frutas tropicales exóticas procedentes de países fuera de Europa, principalmente de países en desarrollo. Israel es el único país desarrollado no europeo con importantes exportaciones a Europa. Desde 2012, la importación de frutas exóticas frescas ha mostrado una tendencia al alza. El valor de las importaciones ha aumentado anualmente desde 2011 a poco más de 100 millones de euros en 2015.

Los principales mercados importadores de países no europeos son Bélgica y los Países Bajos. Estos países se han posicionado como centros para el comercio, representando casi el 80% de las importaciones europeas de productos exóticos. La exportación directa a Francia, Reino Unido, Alemania y otros mercados es mucho menor. Una gran cantidad de importaciones exóticas holandesas y especialmente belgas comprende lichis de Madagascar.

⁸ Al momento de la elaboración del presente documento no se dispone de datos oficiales sobre la producción mundial de rambután para el 2016 por lo que se toma como referente el año 2015.

En los últimos cinco años, los Países Bajos han seguido siendo el principal re exportador de frutas exóticas, siendo Alemania y Francia los principales destinos. Los Países Bajos comercializan una variedad de productos tropicales exóticos que se obtienen a lo largo del año, por ejemplo, de Colombia, Sudáfrica, Zimbabwe, Tailandia, Vietnam y Malasia. Bélgica aumentó significativamente su reexportación de lichis de Madagascar debido a las opciones logísticas. Es su principal importación exótica, especialmente durante diciembre y enero. España exporta otras variedades exóticas producidas localmente, como las granadas, la fruta kaki y la chirimoya.

Según estimaciones de datos comerciales, Alemania y Francia siguen siendo los principales mercados de destino final para las frutas exóticas como los lichis, el maracuyá, la pitahaya y la carambola. El Reino Unido continúa como tercer mercado de destino final. La mayoría de las frutas exóticas se pueden introducir mejor en los países del norte de Europa. Sin embargo, en otros países el consumo también se cree que está en expansión. En el sur de Europa, en España, por ejemplo, tiendas especializadas y mercados callejeros tienen surtidos de algunas de las variedades de frutas más exóticas⁹.

IV. DEMANDA ESTIMADA EN EL MERCADO EUROPEO

Con la suscripción del Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea y vigente para Honduras desde el 01 de agosto de 2013, se presenta la oportunidad de acceder a un mercado de consumo de más de 500 millones de personas en 28 países que la conforman y que poseen un alto poder adquisitivo, convirtiéndose en un destino atractivo para las exportaciones de rambután amparadas en las preferencias arancelarias que dicho Acuerdo otorga

El mercado europeo del rambután fresco es consumido mayormente por las etnias asiáticas residentes en ese Continente, es así que su demanda está aumentando en muchos países europeos, ofreciendo grandes oportunidades para los países en desarrollo productores de esta fruta.

Sin embargo, al estarse desarrollando este mercado las cifras sobre los volúmenes de mercado son difíciles de obtener. Se estima que las importaciones de la UE en los últimos años han sido de 500 toneladas y de aproximadamente €4.0 millones de euros.

El rambután es importado principalmente de: Tailandia, Malasia, las Filipinas, Indonesia, Vietnam. Entre los nuevos proveedores se encuentran: Ecuador, Honduras, Guatemala, Sri Lanka, Madagascar y algunos otros países en África oriental tropical.

El rambután está disponible en el mercado europeo todo el año. Sin embargo, la mayor parte del suministro se realiza en los meses de noviembre y marzo. Malasia abastece principalmente en diciembre, enero, mayo y junio. Las Filipinas entre marzo y julio y en octubre y noviembre. El rambután vietnamita se suministra anualmente.

⁹ Fuente: <https://www.cbi.eu>.

El rambután es una fruta exótica relativamente cara y un producto perecedero que madura muy rápido por lo que los proveedores que tienen acceso a un transporte aéreo de bajo costo tienen una ventaja competitiva importante¹⁰.

Los consumidores europeos están cada vez más conscientes de los problemas de salud y su dieta y al tener conocimiento de que el rambután es una fruta saludable es un fuerte aliciente para el éxito de las exportaciones hacia ese mercado.

Asimismo, gracias a la creciente atención hacia el medio ambiente, el consumidor europeo tiene interés en frutas y hortalizas producidas orgánicamente, lo que igualmente representa un importante nicho de mercado que resulta muy rentable.

El sabor es importante, ya que los consumidores europeos quieren que las frutas exóticas tropicales estén maduras cuando se compran, para que la fruta se pueda comer inmediatamente después de la compra. La fruta exótica es generalmente costosa, aumentando así la importancia del gusto. El sabor de rambután debe ser dulce, mientras que la textura de la fruta es firme.

En general, existe un creciente mercado para productos exóticos como el rambután por lo que las exportaciones pueden beneficiarse de esta tendencia, siempre que los productos se comercialicen de acuerdo a los requisitos exigidos por la UE ayudará a aumentar el consumo y por consiguiente la demanda de esta fruta.

En resumen, la globalización económica, el aumento de la diversidad étnica en Europa y mayor demanda de alimentos saludables y más diversos productos alimenticios han abierto una ventana de oportunidad para la producción y comercialización comercial de frutas tropicales, incluyendo rambután. Para el rambután, la población étnica asiática es importante. Los consumidores europeos están más familiarizados con la cocina asiática. Esto aumenta el mercado para rambután, siendo que los supermercados y los puestos de venta de verduras están ofreciendo una variedad más amplia de productos exóticos para satisfacer la tendencia de los consumidores hacia estos productos.

En algunas zonas como Malasia, los árboles de rambután pueden dar fruto dos veces al año, una vez en junio y con una temporada más corta que termina en diciembre. En otras áreas como Costa Rica, hay una sola temporada de frutas, con el inicio de la Floración estimulante de abril y la fruta está generalmente madura en agosto y septiembre.

No se dispone de datos sobre el consumo de rambután en Europa. Mientras que los consumidores en Indonesia comen alrededor de 4 kilogramos de rambutanes por año, el consumo europeo medio per cápita no excede de unos pocos gramos. Para la mayoría de la gente de origen europeo, el rambután es una fruta relativamente desconocida, la consumen mayormente las etnias de origen asiático, aunque un número creciente de consumidores europeos buscan frutas especiales o exóticas.

¹⁰ Fuente: <https://www.cbi.eu>. 2016.

Las cantidades vendidas son limitadas, aunque las tiendas especializadas en frutas frescas, los mercados al aire libre y las tiendas de alimentos étnicos comúnmente incluyen frutas como rambután en su oferta de frutas frescas.

Los restaurantes son también un destino importante para los rambutanes frescos, especialmente los de tipo asiáticos (tailandés, Indonesio). Estos restaurantes compran con frecuencia fruta tropical de los mayoristas especializados, aunque los puntos de venta al por mayor también venden las frutas tropicales incluyendo el rambután.

Los consumidores de los países nórdicos y de Europa Occidental están más abiertos a las especialidades a corto plazo que los consumidores en el este de Europa. Los consumidores del sur de Europa consumen más fruta tropical que otros consumidores europeos, pero tienden a centrarse más en la fruta producida localmente.¹¹

V. REQUISITOS DE ACCESO A LA UNIÓN EUROPEA

a) Clasificación arancelaria

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

De acuerdo al Sistema Arancelario Centroamericano (SAC) el rambután se clasifica dentro del capítulo 08 que corresponde a los “Frutos y frutas comestibles, cortezas de agrios (cítricos)”, con la partida arancelaria: **0810.90.70**. No obstante, debido a que el cultivo del rambután no es significativo a nivel mundial, de acuerdo al Sistema Armonizado utilizado en la Unión Europea se incluye dentro de la partida **0810.90.75** que incluye otras frutas, lo que dificulta obtener datos específicos para el rambután.

Cuadro No.4: Clasificación Arancelaria Centroamericana para el Rambután

PARTIDA	DESCRIPCIÓN
0810.90	- Los demás:
0810.90.10.00	- - Guanábanas (<i>Annona muricata</i>)
0810.90.20.00	- - Anonas (<i>Annona squamosa</i>)
0810.90.30.00	- - Maracuyá (<i>Passiflora edulis</i> var <i>flavicarpa</i>)
0810.90.40.00	- - Granadilla (<i>Passiflora edulis</i> var. <i>sims</i>)
0810.90.5	- - Pitahayas:
0810.90.60.00	- - Grosellas, incluido el casis
0810.90.70.00	- - Rambután (<i>Nephelium lappaceum</i>)

Fuente: Elaborado en base a información de la SIECA, 2017.

¹¹ Fuente: <https://www.cbi.eu>.

b) Requisitos de exportación

El exportador hondureño debe realizar una serie de trámites previos a la exportación de sus productos. El Centro de Trámites de Exportaciones (CENTREX) de la Secretaría de Desarrollo Económico (SDE) facilita al exportador la obtención en línea de los documentos de exportación para el despacho de sus productos, lo que reduce el tiempo y costos al sector privado y al Estado al simplificar la realización de dichos trámites reuniendo una serie de instituciones en una ventanilla única de exportaciones.

Para ello se ha establecido el Sistema Electrónico de Comercio Exterior de Honduras (SECEH) interconectado al Sistema Automatizado de Rentas Aduaneras de Honduras (SARAH) una plataforma electrónica que contiene una ventanilla única para realizar los procesos de exportación de una forma rápida eficiente y con menor costo.

Las instituciones que participan en el Sistema Electrónico de Comercio Exterior de Honduras (SECEH) normalmente llamada ventanilla única de CENTREX son:

Servicio Nacional de Sanidad e Inocuidad Alimentaria (SENASA).
Banco Central de Honduras (Departamento Internacional).
Secretaría de Desarrollo Económico (Dirección General de Trámites Empresariales).
Servicio de Administración de Rentas (SAR).
Instituto Hondureño de Geología y Minería (INHGEOMIN).

Actualmente, las cuatro primeras Instituciones se encuentran interconectadas de forma virtual, en el resto el trámite se efectúa de forma directa.

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

Cuadro No.5: Requisitos de Exportación

DOCUMENTO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	COSTO	FORMULARIO DISPONIBLE EN
Certificado Fitosanitario de Exportación para productos y subproductos de origen vegetal	Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG), ventanilla de origen CENTREX.	Para la exportación de plantas vivas, productos y subproductos de origen vegetal.	L. 450 Además: - Timbre de veinte y cinco Lempiras (L. 25.00) del Colegio de Agrónomos de Honduras. (Hasta 25000 kilos L. 450.00, de 25000 kilos a 250,000 L.650.00, de 250,000 a 1,000,000 L. 1300.00 y por cada millón de kilos adicionales L. 350.00). (Acuerdo Ejecutivo 001-2016/Reglamento de Tasas por Servicio.../SAG	www.prohonduras.hn

Registro de producción orgánica (No funciona como certificado de producción orgánica).	Departamento de Orgánica, SENASA, Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG).	Para la exportación de productos orgánicos.	De L.400.00-L.2000.00 depende si es productor independiente, Asociación, Cooperativa, Importador o Exportador	www.senasa-sag.gob.hn
Declaración de Exportación	Banco Central de Honduras, ventanilla CENTREX.	Para la exportación de cualquier producto.		www.bch.hn
Declaración de Ingreso de Divisas	Institución Bancaria con la que se hizo la operación.	En caso que las exportaciones de cualquier producto sean realizadas en forma de Anticipo o con Endeudamiento Externo (Inciso 1 y 2 del apartado G de la Declaración		

Fuente: www.prohonduras.hn y www.senasa-sag.gob.hn.

c) Requisitos de acceso

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

En el Cuadro No. 6 se describe la documentación que se necesita para el ingreso de cualquier tipo de producto a la Unión Europea:

Cuadro No.6: Documentos para el Despacho de Aduana

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Certificado de Circulación de Mercancías EUR1	<p>Dicho formulario asegura que el producto es originario del país y es requisito fundamental para beneficiarse de las preferencias arancelarias que otorga la Unión Europea en el marco del Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la UE.</p> <p>El formulario se obtiene en la Secretaría de Desarrollo Económico (Dirección General de Administración y Negociación de Tratados), previa presentación del recibo oficial de la Tesorería General de la República TGR-1 en el código 12121, por concepto de pago de la emisión de los actos administrativos, el cual puede ser bajado de la página Web: www.sefin.gob.hn y cancelar la cantidad de L.200.00 en cualquier institución bancaria nacional.</p> <p>Posteriormente la Dirección General de Integración Económica y Política Comercial, entregará el formato EUR.1 según lo solicitado por el exportador o su representante.</p> <p>El exportador o su representante deberán presentar el EUR.1 debidamente llenado y firmado, a efecto de que las autoridades de la Dirección General de Integración Económica y Política Comercial de la Secretaría de Desarrollo Económico procedan a la firma y sellado de la misma, acompañado de una solicitud que deberá ir en papel membretado de la empresa, adjuntando la información correspondiente.</p>
Factura comercial	<p>La factura comercial es un documento o prueba de la transacción entre el exportador y el importador, contiene la información básica sobre la transacción y siempre es necesaria para el despacho de aduana. No se exige ningún formato específico.</p> <p>La factura comercial debe expedirla el exportador al importador para el cobro de las mercancías cuando estas se han puesto a disposición del importador, según la práctica comercial habitual y debe presentarse el original y al menos una copia. Puede ser presentada en cualquier idioma, pero se recomienda una traducción al inglés.</p>
Documentos de transporte	<p>Son proporcionados por la compañía de transporte que el exportador contrate. En función de los medios de transporte utilizados, para despachar las mercancías es necesario presentar los siguientes documentos a las autoridades aduaneras del Estado miembro de la Unión Europea donde se realiza la importación:</p> <p>Conocimiento de Embarque (B/L) (marítimo) Conocimiento de Embarque FIATA (es un documento creado por la Federación Internacional de Asociaciones de Expedidores de Carga (FIATA) para el transporte multimodal o combinado y que es negociable.) Conocimiento Aéreo (AWB), se trata de un documento que atestigua el contrato de transporte entre el remitente y la compañía aérea.</p>

<p>Lista de carga (Packing List)</p>	<p>La lista de carga (P/L) es un documento comercial que se adjunta a la factura comercial y los documentos de transporte. Facilita información sobre los artículos importados y las particularidades de cada bulto (peso, dimensiones, instrucciones de manipulación, etc.). Es necesaria para el despacho de aduana y tiene el valor de inventario de la mercancía entrante. No se exige un formato específico. La lista de carga debe ser elaborada por el exportador según la práctica comercial habitual, debiendo presentarse el original y al menos una copia. Puede presentarse en cualquier lengua, pero se recomienda una traducción al inglés.</p>
<p>Declaración del valor en aduana</p>	<p>La declaración del valor en aduana es un documento que debe presentarse a las autoridades aduaneras (en la UE) cuando el valor de las mercancías importadas excede de €10,000. La declaración debe redactarse de conformidad con el modelo I impreso DV 1, que figura en el anexo 28 del Reglamento (UE) No. 2016/341 “The UCC Transitional Delegated Act”, que establece disposiciones de aplicación del Código Aduanero de la Unión Europea, y debe presentarse junto con el Documento Único Administrativo (DUA).</p> <p>La finalidad principal de este requisito es establecer el valor de la transacción para fijar el valor en aduana (base imponible) sobre el que se aplican los derechos arancelarios. El valor en aduana corresponde al valor de las mercancías, incluidos todos los costos (por ejemplo valor en factura, transporte y seguro), hasta el primer punto de entrada en la Unión Europea. Para establecer el valor en aduana se utiliza habitualmente el valor de transacción (precio pagado o por pagar por las mercancías importadas).</p>
<p>Seguro de transporte</p>	<p>El seguro es un contrato por el cual se indemniza al asegurado en caso de daños causados por un riesgo cubierto en la póliza. El seguro de transporte es de suma importancia porque las mercancías están expuestas a riesgos comunes durante su manipulación, carga y transporte, pero también a riesgos menos frecuentes como disturbios, huelgas o actos de terrorismo. En el contrato de seguro de transporte se dejan a discreción del titular los riesgos cubiertos, la compensación o la indemnización. Al efectuar el despacho de aduana, el justificante del seguro sólo se exige cuando en la factura comercial no aparecen los datos de la prima pagada para asegurar la mercancía.</p>
<p>Documento Único Administrativo (DUA)</p>	<p>Todas las mercancías importadas en la Unión Europea deben declararse a las autoridades aduaneras del Estado miembro de que se trate mediante el Documento único Administrativo (DUA), que es el documento común para efectuar la declaración de importación en todos los Estados miembros, establecido en el Código Aduanero de la Unión Europea publicado en el Reglamento (UE) N° 952/2013 aplicable a partir del 1 de mayo de 2016. Para mayor información en el documento de orientación de la UCC en DUA.</p> <p>La declaración debe completarse en una de las lenguas oficiales de la UE aceptada por las autoridades aduaneras del Estado miembro en el que se lleven a cabo las formalidades.</p>

Fuente: Elaborado en base a información de Export Helpdesk for Developing Countries.

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

- Las importaciones de rambutanes frescos de terceros países a la UE deben ajustarse a las normas generales de frutas y vegetales. Estas normas se ajustan al Estándar CODEX Alimentarius (CODEX STAN 246/2005).
- Ley general de alimentos: Establece los principios y requisitos generales de la legislación alimentaria. Reglamento (CE) No.178/2002.
- Normas generales para el etiquetado de Productos Alimenticios: Normativa relacionada a las condiciones de empaque y sus derivados (tipo de tratamiento, certificación, entre otros). Directiva 2000/13.
- Control Fitosanitario: Establece las normas para el control fitosanitario de los alimentos que ingresan a la EU. Directiva 2000/29/EC.
- Regulación (EC) No. 834/2007, regulaciones para la producción, promoción, calidad, procesamiento, etiquetado, empaque y transporte de productos orgánicos.
- Regulación (EC) No.1235/2008, reglas detalladas para las importaciones de productos orgánicos desde terceros países.
- Condiciones microbiológicas en alimentos: Regulación EC No. 2073/2005
- Residuos de pesticidas permitidos (MRL), Directiva 76/895/EEC (para algunas frutas y vegetales) y Directiva 90/642/EEC (frutas y verduras)
- Reglamento (CEE) No.315/93 y Reglamento (CE) No.1881/2006: sobre el contenido máximo de contaminantes en los productos alimenticios.
- Reglamento No.396/2005: relativo a los límites máximos de residuos de plaguicidas en alimentos y piensos de origen vegetal y animal.
- Normativa para empaques y residuos de empaques, Directiva 94/62/EC.
- Certificado de conformidad con los estándares de comercialización de frutas y vegetales frescos, (EC) No.1148/2001

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

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

d) Aranceles

Las “Normas de Origen” son el instrumento negociado en un acuerdo comercial para determinar el lugar de producción o cultivo de los productos, con el fin de asegurar que únicamente los originarios de la región del Acuerdo de Asociación, tengan derecho a las preferencias arancelarias. Las Normas de Origen son condicionantes para poder beneficiarse de las preferencias arancelarias negociadas en el Acuerdo de Asociación que Honduras como parte de Centroamérica ha suscrito con la Unión Europea, uno de los principales mercados de destino de los productos hondureños.

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

Para que las exportaciones de rambután procedentes de Honduras se beneficien del arancel del 0% establecido en el Acuerdo de Asociación, deberán ir acompañadas siempre del Certificado de Circulación de Mercancías EUR1. El formulario para la emisión de dicho certificado lo extiende la Secretaría de Desarrollo Económico (Dirección General de Administración y Negociación de Tratados), caso contrario se aplicará el arancel establecido para la categoría de Nación Más Favorecida (NMF) del 9.6%.

No obstante, es importante señalar que si el valor de la exportación es menor a €600.00 euros sólo se requiere la factura comercial; si el valor es mayor a €600.00 euros pero menor a €6,000.00 euros, únicamente se adjunta a la factura comercial la declaración en factura del exportador debidamente firmada, garantizando que los productos son originarios; si el valor es mayor a €6,000.00 euros la documentación requerida es la factura comercial, acompañada del certificado de origen (EUR1) o la declaración en factura, firmada por un exportador autorizado por las autoridades públicas competentes del país exportador.

Se denomina exportador autorizado al que efectúa exportaciones frecuentes de productos al amparo del Acuerdo de Asociación y es autorizado a extender declaraciones en factura independientemente del valor de los productos que correspondan. Un exportador que solicite dicha autorización deberá ofrecer, a satisfacción de las autoridades públicas competentes, todas las garantías necesarias para verificar el carácter originario de los productos, así como el cumplimiento de los demás requisitos que exige el Acuerdo.

Las autoridades públicas competentes podrán revocar la autorización en todo momento y cuando el exportador autorizado no ofrezca las garantías o condiciones establecidas o utilice incorrectamente la autorización.

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

e) Empaque

El rambután se debe embalar libremente en una caja de cartón de 22 x 31 x 9 centímetros (fuerza de 175 libras/pulgada), en filas uniformes con el mismo tamaño, el color y la madurez. También puede ser empaquetado para servicio individual y luego en caja de cartón. El peso neto de la caja varía a partir 2 a 4 kilogramos dependiendo de requisitos del importador.

f) Transporte

El envío debe ser por aire (representa un costo más elevado que otros medios de transporte), no más que 24 horas después de la cosecha y preferiblemente en refrigeración. El rambután se puede almacenar por seis días en 12°C antes de que ocurra la descoloración de la piel. La exposición a temperaturas más altas o más bajas da lugar

a la pérdida rápida de calidad. Las descoloraciones de la piel ocurren en 3 días en la temperatura ambiente tropical (26°-30°C).

Las pérdidas significativas del peso también se mantienen en almacenajes largos, aunque el daño puede ser reducido almacenando en temperaturas más bajas y envolviendo la fruta en bolsas de polietileno sellado o perforado.¹²

VI. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y NIVELES DE PRECIOS

a) Canales de Distribución

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

Importador / Mayorista: estas empresas compran los productos del extranjero y los venden a los minoristas (retailers) o los re-exportan hacia otros países, sobre todo dentro de Europa. Además, se encargan de los trámites administrativos y aduaneros y muchas veces brindan otros servicios como empaquetado, transporte, almacenamiento, entre otros.

El contacto con estas empresas es una de las mejores maneras de ingresar al mercado europeo, no sólo porque poseen una amplia cartera de clientes, sino que también mantienen fuertes relaciones (además de duraderas) con sus clientes, por lo que conocen muy bien las exigencias de cada uno de estos. En algunos casos, estos importadores / mayoristas utilizan agentes para que estos les faciliten algunas transacciones, los que normalmente trabajan por comisión.

Empresa prestadora de servicios post-cosecha.: Los procesos post-cosecha incluyen clasificación del producto, limpieza, corte (de ser necesario, empaquetado, embalaje y etiquetado. Estos procesos, definitivamente, van a depender del tipo de producto y de los requisitos del comprador.

Empresa re-empaquetadora: luego de ser importados en Europa, algunos de los productos deben ser re-empaquetados en presentaciones o formatos especiales para la venta en los canales retail. Muchas veces, esta tarea es realizada por los mismos mayoristas o por las tiendas especializadas.

Supermercados: En Europa, estos están divididos en grandes cadenas como Carrefour, Rewe o Ahold, y en tiendas más pequeñas independientes. Estas tiendas representan el mayor volumen en ventas del mercado y muchas veces poseen sus propias centrales de compra y de distribución. Sin embargo, por lo general dependen de los servicios de

¹² Fuente: Estudio de Sector: Rambután. FPX-SAG, 2007.

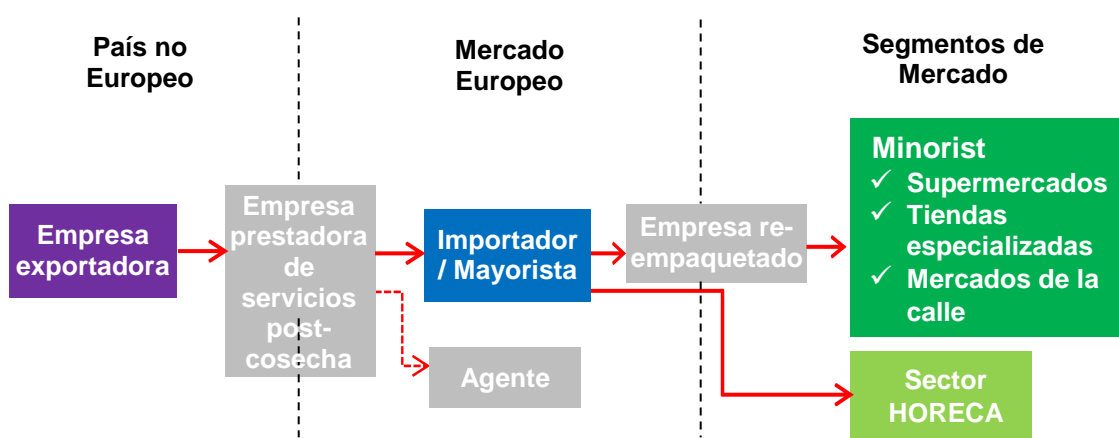
importación de mayoristas y proveedores de servicios logísticos que se encargan de la mayor parte del proceso de abastecimiento y distribución por cuenta del supermercado.

Tienda especializada: existen muchas tiendas especializadas en la venta de frutas y vegetales a lo largo de todo el territorio europeo, aunque su participación en el mercado ha disminuido en los últimos años en alrededor de un 10%. Muchos de estos establecimientos son empresas familiares. Además, compran, principalmente a los mayoristas locales.

Mercados de la calle: casi todas las ciudades europeas tienen mercados de frutas y verduras en sus calles (diarios o semanales). La mayoría de los comerciantes que venden en estos lugares, se abastecen de productores locales o de mayoristas de su localidad. Cabe señalar que la participación de estos mercados ha disminuido en casi todos los países europeos.

Sector HORECA: Este incluye restaurantes, hoteles, caterings y hospitales. Normalmente, estas compañías compran frutas y vegetales frescos de mayoristas locales. Este canal representa, aproximadamente, entre el 10% y 15% del mercado en lo que a frutas se refiere, y alrededor de 20% si hablamos de vegetales.

Figura No.1 Canal de Comercialización y Distribución de las Frutas Frescas



Fuente: Elaborado en base a información de CBI

b) Precios

La producción mundial del rambután es volátil y los suministros al mercado europeo variaron mucho en el pasado. La sobreoferta temporal tiene un gran impacto en los precios. En los últimos años, los precios del Rambután han sido relativamente estables, ya que no hay muchos nuevos proveedores de rambután ingresando en el mercado.

La mayoría de los rambutanes frescos en los canales minoristas europeos se venden a través de tiendas especializadas en comestibles y productos asiáticos. Estas tiendas pueden ser menos poderosas que las grandes cadenas minoristas de supermercados,

pero todavía requieren sólo la mejor calidad. Para frutas tropicales y exóticas, límites Máximos de Residuos (LMRs), calidad durante la cosecha y envío y responsabilidad social corporativa (CSR) (por ejemplo, las condiciones de trabajo) son cada vez más importantes, al igual que la transparencia de la cadena de suministro y el intercambio de información. Los compradores de la UE buscan asociaciones a largo plazo para garantizar el suministro y la calidad del producto.

La certificación y el cumplimiento de los requisitos legales y no legales constituyen un obstáculo importante para los productores y exportadores que desean entrar en el mercado europeo. La certificación se aplica a las buenas prácticas agrícolas, los requisitos a los LMR, las cuestiones fitosanitarias y la inocuidad de los alimentos. Para el rambután fresco, la calidad de la fruta es uno de los principales problemas: vida útil, color, sabor.

En la última década ha aumentado la diversidad de frutas y hortalizas suministradas al mercado europeo, las frutas exóticas compiten con otras frutas, pero también pueden complementarlas. Se distinguen por un precio más alto, imagen exclusiva y beneficios percibidos para la salud.

El rambután fresco experimenta competencia principalmente de lichis, longan, y fruta similar, pero también de otras frutas exóticas como fruta estelar, fruta de sharon y fruta de dragón (pitahaya). Además, los rambutanes frescos se enfrentan a lichis conservados y rambután (latas y jarras).

Los precios del rambután son generalmente un poco más altos en los países escandinavos como Suecia y Noruega y algo menores en Holanda y Bélgica, así como en los países de Europa meridional y oriental.

Los precios del rambután al por mayor de los envíos aéreos procedentes de Tailandia y Vietnam suelen variar entre 7 y 9 euros por kilogramo. Los precios al por menor varían entre 18 y 22 euros por kilo, dependiendo de la disponibilidad y calidad.

Los precios de otras frutas tropicales exóticas frescas que se consumen y comercializan en el mercado europeo son por ejemplo:

Cuadro No.7: Precios por Kilo Bruto

Productos	Precio en Euros por kg/unidad
Pitahaya	€3-6 euros por kg.
Fruta de la Pasión	€ 0.60-0.70 euros por kg.
Carambola	€ 1.50-2.50 euros la unidad
Lichis	€11-13 euros por kg.
Rambután	€ 7-9 euros por kg.

Fuente: Elaborado en base a datos de CBI.

VII. CONTACTOS UTILES

Cuadro No.8: Instituciones Públicas y Privadas que Facilitan Información Comercial, Promueven la Inversión o Incentivan las Exportaciones

Institución	Descripción	Teléfono	Correo Electrónico
Fundación para la Inversión y Desarrollo de Exportaciones (FIDE)	Institución privada sin fines de lucro que promueve la inversión en el país e incentiva el desarrollo de las exportaciones.	Tegucigalpa: (504) 2239-6417/18. San Pedro Sula: (504) 2566-3040	www.fidehonduras.com
Secretaría de Desarrollo Económico (Dirección General de Administración y Negociación de Tratados)	Institución del Gobierno responsable de promover e incrementar las exportaciones e inversiones, identificar actividades productivas con potencial exportador, elaborar información para la publicación de documentos relacionados con las exportaciones e inversiones, asesorar e informar en materia de oferta y demanda de exportaciones e importaciones, así como apoyar a los empresarios nacionales en la búsqueda de mercados	(504) 2235-8383 /2235-5047	www.prohonduras.hn
Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP):	Cuenta con una unidad ejecutora de acciones en materia de comercio exterior que tiene como fin primordial contribuir a mejorar el flujo comercial de bienes y servicios, apertura de nuevos mercados y la atracción de inversiones hacia Honduras.	(504) 2235-3336	www.cohep.com
Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa	Institución que Asesora a todos sus socios sobre los trámites de exportación y el acceso a mercados.	(504) 2232-4200	www.ccit.hn
Cámara de Comercio e Industria de Cortés	Asesora a todos sus socios sobre los trámites de exportación y el acceso a mercados	(504) 2566-0345 Línea gratuita: 800-566-0333.	www.ccichonduras.org
Cámara de Comercio e Industria de Copán	Asesora a todos sus socios sobre los trámites de exportación, y el mercado de artesanías	(504) 2662-0843	www.camaracopan.com
Cámaras de	Son punto de contacto		

Comercio e Industria regionales	importante para el exportador, se recomienda ponerse en contacto con la Cámara de Comercio más cercana.		
Centro para la promoción de las importaciones desde países en desarrollo (CBI)	Ofrece información actualizada sobre leyes, normas, estudios de mercado, y documentos útiles para el exportador hacia el mercado de la Unión Europea.		www.cbi.eu
International Trade Centre (ITC):	organización de apoyo a los exportadores de países en desarrollo		www.intracen.org
Servicio de ayuda para el exportador	Servicio en internet prestado por la Comisión Europea para facilitar a los países en desarrollo el acceso a los mercados de la Unión Europea. Gratuito y de fácil utilización, este servicio proporciona información a los exportadores de los países en desarrollo interesados en suministrar el mercado de la UE		www.exporthelp.europa.eu/index_es.html
Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la alimentación (FAO):	Tiene dentro de sus páginas información sobre frutas y vegetales.		www.fao.org
Guía comercial	Útil para encontrar información de contacto sobre importadores en la Unión Europea		www.europages.es
GreenTrade.Net (Market Place)	Referencia comercial para el Mercado de productos orgánicos y ecológicos		www.greentrade.net
FreshPlaza	Portal de noticias sobre el mercado, comercialización y precios de frutas y vegetales frescos		www.freshplaza.com
Agribusiness Intelligence	Portal de información especializada sobre la industria agrícola mundial		www.agra-net.com
Fruitnet	Portal de noticias sobre el mercado, comercialización de frutas y vegetales frescos.		www.freshinfo.com www.fruitnet.com
División de estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas	Ofrece estadísticas de comercio a nivel mundial		http://comtrade.un.org/db/

(COMTRADE)			
Foodmarketexchange	Punto de encuentro virtual para el intercambio de bienes de alimentos		www.foodmarketexchange.com
Agromarket	Mercado virtual para la compra y venta de productos frescos.		www.agromarketplace.com
EUR-LEX	Información sobre cualquier normativa de la Unión Europea.		http://eur-lex.europa.eu/es/index.htm
Codex Alimentarius			http://www.codexalimentarius.org/codex-home/en/

a) Contactos de Algunas Empresas de Transporte Marítimo

EMPRESA	CONTACTO	TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO
Sercogua	Mirtha Bonilla	(504) 2566-4300/04	managerhonduras@sercogua.com
APL	Fany Acosta	(504) 2561-8100	fany_acosta@apl.com
Anave	Jackeline Mena	(504) 2544-0450	sachlexasa@gmail.com
MSP	Jehime Lagos	(504) 2280-3240 (504) 2266-0933	jlagos@grupomsp.hn
Honducargo	Alejandra Rosales	(504) 2566-2210 (504) 2566-0644 (504) 2566-0677 (504) 2266-0933	alejandra.rosales@honducargo.hn sales@honducargo.com
Sicarga	Miriam Gutiérrez	(504) 2559-9860 (504) 2559-4424	ventas2@sicarga.net

b) Contactos de Algunas Empresas de Transporte Aéreo

EMPRESA	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO
DHL	(504) 2264-1300 (504) 2508-1300	hn.callcenter@dhl.com
FEDEX	(504) 2552-1252	gboxmallpb@gboxmall.com gboxmallpb2@gboxmall.com bnunez@gboxusa.com
TNT	(504) 2239-1790 (504) 2520-7109	sarahi.romero@tnt.com
TRANS EXPRESS SULA	(504) 2235-9965	admon@transexpress.hn.com
HONDUCARGO	(504) 2566-2210	sales@honducargo.com

c) Empresas Certificadoras de Productos Orgánicos en Honduras

EMPRESA	TELÉFONO	SITIO WEB/ CORREO ELECTRÓNICO
BIOLATINA	(504) 2772-9128 (504) 9795-6675	www.biolatina.co
MAYACERT	(504) 2773-8227	www.mayacert.com
ECOHONDURAS	(504) 2773-2318 (504) 9795-6675	ecohonduras@yahoo.es

d) Mayores Distribuidores e Importadores UE

- Dole Fresh Fruit Europe). URL: www.doleeurope.com
- The Greenery-Holanda. URL: www.thegreenery.com

e) Información sobre Precios en diferentes Países de la Unión Europea

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

f) Ferias de Frutas Frescas y Vegetales en la Unión Europea

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

g) Otros Contactos:

- Asociación Hondureña de Productores y Exportadores de Rambután. URL: www.ahperambutan
- Fundación Hondureña de Investigación Agrícola. URL: www.fhia.org.hn
- Bud Holland: importadores de frutas que a la vez re-exportan. URL: www.bud.nl
- FTK: importadores de frutas que a la vez re-exportan. URL: www.ftk.nl
- Univeg: importadores de frutas que a la vez re-exportan. URL: www.univeg.be
- Cobana Fruchtring: importadores de frutas que a la vez re-exportan. URL: www.cobana-fruchtring.com
- Exofarm: importadores de frutas que a la vez re-exportan. URL: www.horticom.com

Para mayor información sobre esta ficha, favor contactar a la División de Promoción de Exportaciones de FIDE:

Correo electrónico: dpe@fidehonduras.com

Tel. +504 2239-6417-18, +504 2235-9113

www.fidehonduras.com

Este material ha sido posible gracias al apoyo técnico y financiero del Gobierno del Japón, a través del Proyecto: "Fortalecimiento Comercial de Empresas, Promoción de Exportaciones e Inversiones" ejecutado por FIDE.