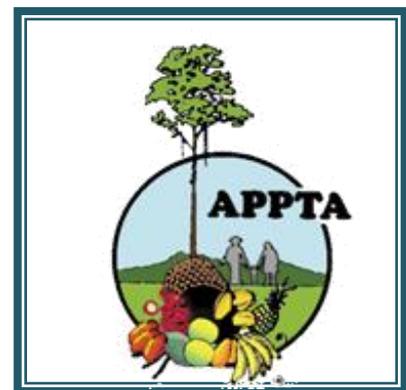


Proyecto MAP-Banano

SONDEO RÁPIDO DE MERCADO: pulpa de frutas



MSc. Adriana Escobedo Aguilar

2010

Contenido

I.	INTRODUCCIÓN	2
II.	OBJETIVO.....	2
III.	METODOLOGÍA.....	3
IV.	RESULTADOS	4
V.	CONCLUSIONES	15
VI.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	16

I. INTRODUCCIÓN

Entender las señales que provienen del mercado (*porqué la gente compra un producto, cambios en los precios, demanda y oferta*), es clave para que una empresa pueda elevar sus niveles de ventas. Además conocer y ajustarse a los cambios en la competencia y productos sustitutos que salen al mercado es crucial para la vida de las empresas.

Analizar el mercado es vital para generar información que lleve a un adecuado proceso de toma de decisiones, con lo que se reduce la incertidumbre y se minimiza el riesgo de la actividad productiva. Para generar esta información se puede usar una herramienta conocida como sondeo rápido de mercado, en donde una empresa define lo que desea saber y luego se procede a recolectar los datos base con visión de mercado y tendencias (precios, puntos de ventas, historiales, competidores, volúmenes, demanda, variaciones en tendencias de consumo).

La Asociación de Pequeños Productores de Talamanca comercializa pulpa de frutas de la región (guanábana, guayaba, carambola y arazá) para la exportación. Bajo el marco del Proyecto MAP-Banano del CATIE, se realizó un sondeo rápido de mercado sobre pulpa de frutas específicamente de arazá principalmente a nivel internacional y nacional con el objetivo de identificar información clave sobre productores, empresas, precios y volúmenes, así como de oportunidades para la comercialización. En este documento se presentan los resultados del sondeo de mercado.

II. OBJETIVOS

- Identificar información clave (productores, empresas, volúmenes) sobre el mercado internacional y nacional de pulpa de frutas con énfasis en arazá.
- Identificar mercados potenciales para la introducción de la pulpa de en el mercado nacional.

III. METODOLOGÍA

La investigación tuvo dos líneas de búsqueda de información para el mercado internacional y el mercado nacional.

En lo que se refiere al mercado internacional, se hizo una revisión de información secundaria y primaria sobre producción, empresas y tendencias del mercado de pulpa de frutas a nivel de países productores y principales mercados de exportación (Estados Unidos y bloque de la Unión Europea).

Para esto se recurrió a información estadística, estudios de mercados disponibles y se realizó una entrevista personal a Wilfredo Flores del CITA (Centro de Tecnología de Alimentos de la Universidad de Costa Rica) quien ha estado apoyando en la parte técnica a APPTA y ha trabajado en un proyecto anterior de la pulpa de arazá

El sondeo de mercado a nivel nacional se basó en el análisis de tres mercados meta que fueron los hoteles/restaurantes, Dos Pinos y Florida Bebidas. Los pasos que se siguieron en el sondeo rápido de mercado fueron los siguientes:

- a. Definición de objetivos y estrategias: para esta sección se definió el mercado meta y posibles clientes
 - i. Hoteles/Restaurantes (Caribe Norte, Caribe Sur, Valle Central y Zona Norte) en donde se generó una base de contactos de 193 hoteles (Anexo 1) que pertenecen a la Cámara Costarricense de Hoteles. Se elaboró una encuesta electrónica (www.encuestafacil.com) con 8 preguntas básicas dirigidos a los hoteles de la base de datos del total de hoteles hasta la fecha se han obtenido 10 respuestas (no es una muestra estadísticamente significativa) que pueden dar una idea general sobre la aceptación del producto
 - ii. Empresa Florida Bebidas: esta empresa es la que produce y comercializa la línea de jugos tropicales en Costa Rica y están interesados en el desarrollo de nuevas líneas de productos.
 - iii. Empresa Dos Pinos: esta empresa tiene un departamento de desarrollo en donde se abren espacios para la generación o mejora de productos en los que se podría usar al arazá como materia prima.
- b. Recolección de información secundaria y primaria

En lo que respecta a Dos Pinos y Florida Bebidas se hizo un contacto directo con los representantes de las respectivas áreas de desarrollo de productos (Laura Chinchilla y Oscar Barrantes respectivamente) para conocer el proceso de ingreso como proveedores y nivel de interés para probar los productos.

IV. RESULTADOS

Para esta investigación no fue posible encontrar datos concretos sobre la comercialización del arazá a nivel internacional (área sembrada, producción mundial, número de empresas, productores, países destino), ya que es un cultivo que se ha manejado para la producción y consumo interno de los países en donde se produce. Por lo que en esta sección se presenta información general sobre el mercado de pulpa de frutas y en casos como Colombia y Costa Rica se detalla información concreta sobre la comercialización del arazá conocida también como guayaba brasileña o araçá-boi (portugués).

a) Análisis de Mercado Internacional

El arazá es originario del suroeste de la Amazonia (en donde se ha encontrado a mayor diversidad genética). Actualmente, se cultiva en Perú, Brasil, Ecuador, Colombia, Bolivia y Costa Rica, en estos países la producción representa una pequeña proporción con respecto a frutas tradicionales. El arazá principalmente se ha empleado en la mayoría de los países productores para el consumo interno y en menor medida para la exportación (Hernández *et al.* 2006).

En el caso de Colombia, el cultivo de arazá se encuentra específicamente en los departamentos amazónicos de Caquetá, Putumayo y Guaviare. Se estimó para el 2005 un área cultivada de 495ha con arazá (bajo sistemas agroforestales) las cuales están manejadas por 912 productores (as), según estudios de mercado, con la producción que se tiene no se cubre el potencial mercado nacional, por lo que los esfuerzos se han orientado al desarrollo de la producción para mercado interno y posterior a eso al mercado internacional (Hernández *et al.* 2006).

Una de las empresas colombianas que actualmente comercializa este tipo de pulpa (presentación congelada) es la Miscelánea y Comercializadora PACO LTDA¹, esta empresa ha sido líder en el desarrollo de mercado nacional, su área de impacto es Jamundí del Valle del Cauca (con productores de la zona). Se funda en el 2002 donde se tuvo una producción anual de 650kg (trabajando con 30 familias) y ya para el 2008 su producción se estimó en 30.000kg. En el Cuadro 1 se presentan los nombres de las empresas o asociaciones que están comercializando el arazá en Colombia y los productos derivados (FRUEXPO 2009).

Un aspecto importante de señalar es la variedad de productos que se están elaborando a nivel de país, ya que no sólo se usa como pulpa para la elaboración de

¹ Sitio web <http://www.arazadejamundi.com/>

jugos, postres o bebidas, sino que hay una amplia gama de productos de interés que APPTA puede explorar.

Cuadro 1. Organizaciones empresariales colombianas que procesan y comercian productos a base de arazá

Nombre de la empresa	Actividad	Municipio
Precooperativa Procesadora de Frutas del Amazonas (PRECOFRUTAM)	Producción de Mermeladas (Copoazú (<i>Theobroma grandiflorum</i>), arazá (<i>Eugenia stipitata</i>), Carambola (<i>Averrhoa carambola</i>) y cocona (<i>Solanum sessiliflorum</i>), Nueces cubiertas de chocolate y licor de Huito	Leticia (Amazonas)
ASOHECA www.asoheca.org asoheca@asoheca.org	Producción, transformación y comercialización de caucho y productos de arazá	Florencia (CAQUETÁ)
Mukatri http://www.mukatri.com/ info@mukatri.com	Producción de Confites, mermeladas y galletas de arazá, cocona y copoazú <ul style="list-style-type: none">• Mermelada de arazá• Galletas de arazá• Confites de arazá• Salsa agridulce de arazá• Salsa Picante de arazá	Florencia (CAQUETÁ)
PROAM Productos Amazónicos	Licor de Arazá	Puerto Asís (Putumayo)
Amazonia Lácteos	Yogur (copoazú, cocona, arazá, pomarrosa chontaduro, piña y guanábana amazónica)	Mocoa (Putumayo)
AGROPAS (Asociación Agropecuaria Ambiental y Social)	Arazá	Jamundí (Valle del Cauca)
Miscelánea y Comercializadora PACO LTDA www.arazadejamundi.com	Arazá congelada	Jamundí (Valle del Cauca)
Agrocomercial del Caquetá Nueva Esperanza www.paraisofruit.com nuevaesperanza3000@gmail.com	Caucho, Maderables, Arazá, Piña, Copo Azu, Carambolo 1kg de pulpa de arazá a US2.28 (mercado local)	Caqueté

Elaborado con información del Portafolio Verde, Colombia (2008)

En un estudio que realizó PROEXPORT-Colombia (2003) para el ingreso de frutas amazónicas al mercado estadounidense se recolectó información clave sobre producción de pulpa de frutas y observaciones generales de los países productores. Un resumen de los principales puntos se presenta en el Cuadro 2:

Cuadro 2. Resumen de la producción y exportación de frutas tropicales amazónicas en países productores de arazá

País	Aspectos de exportación	Destinos de la exportaciones y observaciones clave
BRASIL	<u>Frutas amazónicas²:</u> La exportación pasó de 108 TM en 1996 a 445 TM en el 2002 (crecimiento del 312%)	Países miembros del MERCOSUR (Paraguay, Uruguay y Argentina) Brasil desarrolla una campaña en pro del conocimiento de frutos amazónicos
	<u>Jugos y pulpas de frutas tropicales:</u> Las exportaciones pasaron de 5.700 toneladas en 1990 a 8.000 en el 2002 (crecimiento del 40,4%)	Estados Unidos e Italia consumen el 50% de las exportaciones de jugos y pulpas
ECUADOR	<u>Frutas amazónicas:</u> Antes del 2000 las exportaciones eran menos de 1TM, luego han crecido hasta alcanzar en el 2002 las 547 TM (crecimiento del 547%) En el 2007 se registró exportaciones por 2668TM (FAO 2008)	Principal destino para las frutas es Perú La proximidad de las zonas de cultivo entre países facilita la comercialización de las frutas
	<u>Jugos y pulpas de frutas tropicales:</u> Las exportaciones pasaron de 960 TM en 1990 a 13.948 TM en el 2002 (crecimiento del 1353%)	Principales destinos: Holanda, Estados Unidos y Bélgica (concentran el 81% de las exportaciones) Ecuador es el principal exportador de pulpa de maracuyá
PERÚ	<u>Frutas amazónicas:</u> La exportación es mínima reportándose 500 TM por un valor inferior a los 1.000 dólares (1997)	La producción en Perú es significativa, pero la mayor parte se destina al consumo local
	<u>Jugos y pulpas de frutas tropicales:</u> Entre 1990 y el 2002 se exportaron en promedio 3.000 TM	Estados Unidos (90%) y el Salvador (8%)
COLOMBIA	<u>Frutas amazónicas</u> En el 2001 se exportó 53.000 TM	España, Reino Unido, Holanda y Alemania
	<u>Jugos y pulpas de frutas tropicales:</u> En 1996 se exportó 567 TM aumentando a 3.976 TM en el 2001 (crecimiento del 601%)	Estados Unidos, Costa Rica y Venezuela (concentran el 75% de las exportaciones) Los jugos y pulpas más exportados son: mango, maracuyá y lulo

² Los frutos amazónicos que comercializa Brasil son principalmente: aguaje, anona, arazá, asaí, babasú, bacurí, caimitillo, caimito, camu- camu, copoazú, guaraná, huito, inayuga, tucuma, ubos, indano, lucma, lúcuma, palillo, pijuayo, sacha guayaba, sacha mango, y supucaia.

En todos los países productores de frutas amazónicas (incluido al arazá) la exportación de pulpa o jugo reportó importantes aumentos en los últimos 5 años, lo que evidencia el crecimiento de la demanda de los mismos (cuadro 2). Un punto importante que se señala en el estudio es el desconocimiento de frutas como el arazá los cuales se exportan en menor proporción pero que tienen un gran potencial en el mercado internacional por las ventajas comparativas y la diferenciación (características únicas).

Según las estimaciones de FAO para el 2008, se tenían 115.327ha sembradas con frutas tropicales en Suramérica, siendo Brasil y Colombia los países con mayor área de cultivos (80,7%) (Figura 1).

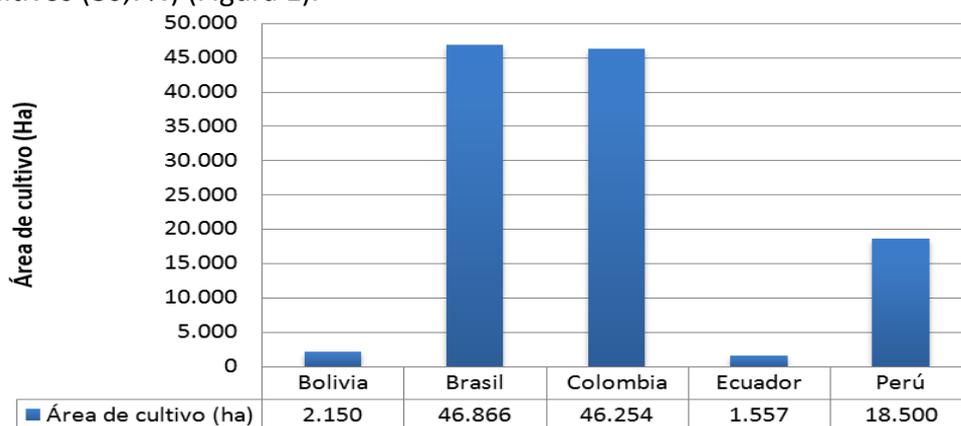


Figura 1. Área cultivada de frutas tropicales en Suramérica para el 2008 (Fuente: FAO 2008)

La producción para el 2008 de los cinco países se estimó en 1.511.228 TM de frutas tropicales en las que se encuentra el arazá (Figura 2). En ninguna de las fuentes de información revisada se pudo obtener valores pertenecientes solo al cultivo de arazá sino que está en conjunto con los demás frutos amazónicos.

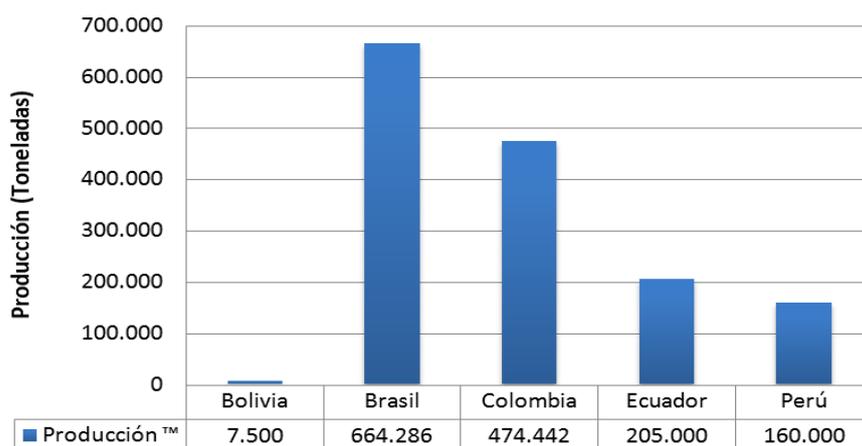


Figura 2. Producción estimada de frutas tropicales en Suramérica para el 2008 (Fuente: FAO 2008)

Como se muestra en la figura anterior, Brasil es el país en Suramérica con la mayor producción de frutas tropicales amazónicas (44%), seguido de Colombia, Ecuador, Perú y de último Bolivia.

Mercado de Estados Unidos:

Uno de los destinos para las frutas tropicales (jugos y pulpas) es el mercado estadounidense. Los países productores tienen al mercado de Estados Unidos como su principal comprador.

En lo referente a la importación de jugos o pulpas de Estados Unidos, no hay una partida específica para el arazá, esta fruta está incluida en el rubro de otras frutas (exóticas o tropicales), por lo que no se puede identificar el comercio específico para las frutas en estudio, sin embargo estas estimaciones permiten comprender las dimensiones del comercio mundial de frutas no tradicionales.

Según estadísticas de USDA (2007) el consumo per-cápita de otras frutas (en este rubro se incluye otras frutas exóticas o tropicales) ha crecido en un 20,2% en el periodo del 2000 a 2007. Para el 2007, los estadounidenses tienen un mayor consumo per-cápita de Banano, Manzanas y Naranja en lo que corresponde a fruta fresca y de Naranja, Manzanas y uvas a lo que se refiere al consumo de jugo o pulpa como se muestra en el Cuadro 3.

Cuadro 3. Consumo per-cápita de las principales frutas y jugos de Estados Unidos para el 2007

Fruta	Fresco (kg/persona/año)	Jugo o pulpa (l/persona/año)
Manzanas	16,43	27,16
Uvas	8,01	6,38
Banano	25,93	n.d
Naranja	10,21	57,03
Toronja	2,84	5,71
Limón	2,81	3,60
Otros Cítricos	4,87	1,54
Durazno	4,47	3,53
Peras	3,09	2,30
Cerezas	1,25	0,13
Fresas	6,44	n.d
Piña	5,02	3,24
Otras frutas	5,85	2,65

Elaborado con datos estadísticos de USDA (<http://www.usda.gov>)

Con respecto a estos datos se puede resaltar que las otras frutas (tropicales o exóticas) tienen un consumo per-cápita anual de 5,85kg de fruta fresca y 2,65 litros de pulpa o jugo.

Para el 2002 los 4 principales países exportadores de las pulpas de otras frutas fueron las Islas Francesas del Pacífico con 2.018 TM (39,5%), seguida de República Dominicana con 1.036 TM (20,3%), Colombia con 986 TM (19,3%), e India con 367 TM (7,2%) (PROEXPORT 2003).

Al analizar los factores de compra o preferencia por parte de los consumidores estadounidense, se resalta que los productos con características ligadas a la salud, la calidad, la seguridad, la conveniencia, la disponibilidad, la selección, la novedad y los precios razonables, tienen una mayor demanda en el mercado. En lo referente a la calidad se señala que los criterios más importantes se relacionan a sabor, aspecto general, limpieza, grado de madurez, y valor nutritivo (PROEXPORT 2003).

En Estados Unidos la oferta de jugos o pulpas (relacionado con sabores) no es amplia, siendo los sabores preferidos la naranja, manzana, uvas y toronja (USDA 2007). Los atributos de este tipo de productos están vinculados a abundante contenido de pulpa, bajo contenido o sin contenido de pulpa, enriquecido con Vitamina A, B, C o Calcio y jugos con azúcar o sin azúcar, jugo tipo light (PROEXPORT 2003).

En el estudio de PROEXPORT un elemento clave que se señala es la limitación de la entrada al mercado del arazá, ya que es una fruta poco conocida (inclusive en los países productores), pero por sus propiedades puede (con algún tipo de campaña) incorporarse al mercado gourmet o étnico.

Mercado Europeo:

Europa es otro de los mercados de importancia para la exportación de pulpa de frutas tropicales (incluido el arazá). Para el caso específico del arazá la entrada a este mercado está limitada, ya que según el reglamento EC 258/97 esta fruta junto con otros productos es calificado como “*novel foods*”, esto hace referencia a que todos aquellos productos o ingredientes alimentarios que no hayan sido comercializados en volúmenes significativos para la comunidad europea antes del 15 de mayo de 1997 tienen acceso restringido (para entrar hay que hacer una aplicación para realizar estudios que garanticen la seguridad alimenticia) (Comisión Europea 2010).

La comunidad europea agrupa a 27 países que son destino (o pueden ser) de la pulpa de frutas tropicales como es el arazá, actualmente no se tiene información sobre los países que están importando arazá en la unión europea. En sus estadísticas no se diferencia la importación de arazá por lo que se tomaron los datos de la partida 20098097 que corresponde a jugo o concentrado de frutas tropicales no tradicionales. Los países europeos importaron en el 2008 un total de 26.215.465 TM de los diferentes jugos o pulpas de frutas tropicales no tradicionales los cuales representaron un valor de €109.765.213.659 un 8,5% más que en el año 2007 (Comisión Europea 2010).

Los principales países importadores (según el valor de la importación) de estos productos fueron Holanda (24,1%), Alemania (22%), Reino Unido (10%), Italia (6,2%), España (6,1%) y Francia (5,6%). En todos los casos el valor de las importaciones aumentó con respecto al año anterior lo que refleja el aumento de la demanda de este tipo de productos (Comisión Europea 2010).

En Europa la tendencia de consumo de productos considerados como saludables, es por esto que los jugos o concentrados de frutas que son naturales (sin altos contenidos de preservantes) han tenido un rápido crecimiento (se estima en 9% anual). Este crecimiento en el consumo de productos saludables se espera que continúe en el mercado europeo, esto abre una gran oportunidad para la entrada de las “súper frutas” (exóticas que contienen alto valor nutritivo o grandes beneficios para la salud) como el arazá (CBI 2009).

Según el estudio de tendencia de consumo del mercado europeo realizado por PROCOMER en el 2009, los consumidores y distribuidores europeos prefieren alimentos que contengan ingredientes beneficiosos para la salud, que sean orgánicos certificados, verdes, sostenibles y elaborados bajo la certificación de comercio justo. En lo referente a las bebidas, es la población adulta la que prefiere productos que garanticen beneficios (no así los jóvenes) respaldados por un mayor poder adquisitivo. En el estudio se señala que el gran reto para los países exportadores es alcanzar la competitividad económica de la mano de la justicia social y el respeto ambiental (El Financiero 2010).

b) Análisis del Mercado Nacional

En Costa Rica, la producción de pulpas de frutas tropicales es una actividad comercial importante tanto para el consumo de subproductos a lo interno y fuera del país. Por las características edafoclimáticas y ubicación geográfica del país, se pueden producir una amplia gama de frutas.

En lo que respecta específicamente a arazá, la zona donde está casi la totalidad de área sembrada es Talamanca, este cultivo es manejado en fincas de pequeños productores y productoras bajo manejo orgánico en sistemas agroforestales (con certificación de Eco-LOGICA). El procesamiento y la comercialización de esta fruta están en manos de APPTA, la cual hasta la fecha exporta el total de lo producido a Suiza.

En el país hay 5 empresas que exportan pulpa de frutas (con montos de exportación superiores a los \$US 2.000) (Cuadro 4).

Cuadro 4. Empresas exportadoras de pulpa de frutas en Costa Rica

Nombre de la empresa	Tipo de pulpa
Tropifrost, S.A.	Piña, papaya, mango y melón
Costa de Oro Internacional, S.A.	Piña, papaya y zanahoria
Tropicana fruits Tla, S.A.	Piña, guayaba, cas y mango
Asociación de Pequeños Productores de Talamanca	Arazá, guayaba, guanábana y carambola
FRUCTA, S.A.	Banano, piña y carambola

Estas empresas en el año 2008 exportaron un volumen total de 340,8 TM de diferentes frutas (Figura 4). Del total de exportaciones APPTA tuvo una participación del 11,3%, del volumen de pulpa exportado. El valor FOB de estas exportaciones alcanzó la suma de \$428.474,8 de los cuales la organización comercializó \$62.513 (14,6%).

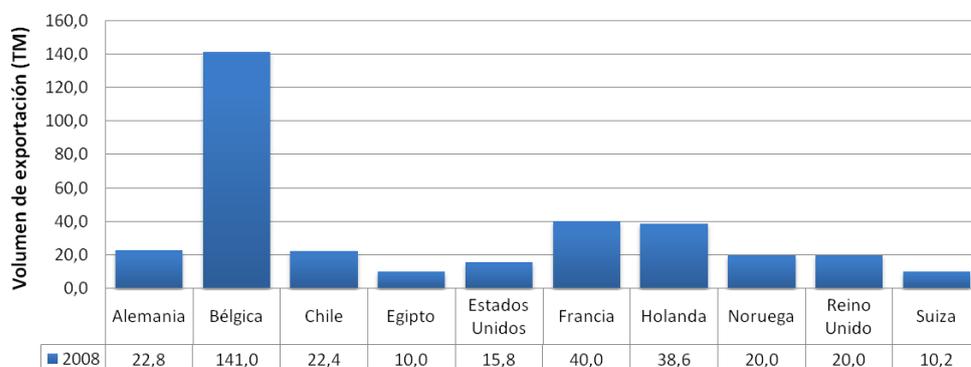


Figura 4. Ventas de pulpa de frutas según destino en el 2008 (Fuente: PROCOMER 2009)

Para el 2008 el principal país de destino de la pulpa de frutas comercializadas del país fue Bélgica absorbiendo el 41,4% del total exportado. La comercialización de pulpa de frutas es una actividad económica en crecimiento, la cual creció en un 406% del año 2007 al 2008, ya que en el 2007 sólo se comercializó 67,3 TM de pulpa de frutas.

Para el 2009, las exportaciones de jugos y concentrados de frutas al mercado europeo representaron el 6,5% del total de productos exportados (Cuadro 5).

Cuadro 5. Principales productos exportados a la Unión Europea

Producto	% Participación
Banano	21,6
Piña	30,3
Partes para computadora	18,9
Jugos y concentrados de frutas	6,5
Prótesis de uso médico	4,7
Café oro	3,7
Follajes, hojas y demás	2,4
Equipos de infusión y transfusión de sueros	2
Purés y pastas de frutas	2
Plantas ornamentales	2
Melón	2
Otros dispositivos de uso médico	1
Alcohol etílico	1
Yuca	1
Partes y accesorios de cámaras cinematográficas	1
Otros	9

Elaborado con datos presentados por El Financiero (2010)

La exportación de jugos y concentrados de frutas ocupa el puesto número 4 en la lista de los principales productos exportados a la Unión Europea. El país destino que absorbe el mayor porcentaje de las exportaciones del país es Holanda (39%) seguido de Bélgica (20%). Un aspecto importante con la firma del tratado de Centroamérica

con Europa es el hecho de que los purés de banano, manzana y los jugos de frutas tienen libre acceso sin impuestos en el mercado europeo (excluyendo a los *novel foods*) (El Financiero 2010).

APPTA representa un pequeño porcentaje del mercado de pulpa de frutas para exportación, pero tiene un gran potencial en cuanto a producción y ventajas clave para el ingreso de un nuevo producto en el mercado nacional. En el 2009 se estimó que la producción potencial de arazá en Talamanca era de 279.763 kg de pulpa de los cuales solo el 8,4% del potencial fue producido y comercializado (por problemas de ingreso al mercado europeo) (Escobedo 2009).

Por lo anterior, analizar el mercado nacional es importante en la comercialización de este producto en mercados clave como hoteles, restaurantes y empresas como Florida Bebidas y Dos Pinos (elabora productos a base de frutas). Se debe tener en cuenta que este tipo de producto no es conocido por el costarricense fuera de Talamanca, esto implica limitaciones importantes al posicionarlo en el mercado. Por esto se realizó un primer contacto con las últimas empresas mencionadas para conocer el proceso de ingreso y su interés inicial sobre un producto nuevo en el mercado.

En ambas empresas los representantes comentaron disponibilidad para iniciar los estudios sobre la utilización del arazá en sus productos, pero para esto es necesario que APPTA haga el contacto directo y cumplir una serie de etapas que tienen establecidas para el ingreso de nuevos proveedores (Anexo 2).

Otro de los mercados de importancia para la organización son los hoteles y restaurantes, para esto se aplicó una encuesta que sólo fue respondida por 10 empresas hoteleras, si bien no es un número significativo de respuestas, los resultados son un primer acercamiento de las opiniones y disposiciones de compra de pulpa de frutas orgánicas que elabora APPTA.

En el Cuadro 6 se presentan los 10 hoteles que respondieron la encuesta en línea con la información para contactarlos:

Cuadro 6. Empresas hoteleras que respondieron las encuestas electrónicas

Hotel	Ubicación	Teléfono	Correo
Hotel Sabana B&B	San José	2296-3751	go@costaricabb.com
Le Bergerac Hotel	San José	2234-7850	bergerac@racsa.co.cr
B&B El Hipocampo de Oro	San José	2241- 0226	hdeoro@racsa.co.cr
Presidente Hotel	San José	2222-3022	fb@hotel-presidente.com
Arenal Rabfer Hotel	La Fortuna	2479-9187	roselia@arenalrabfer.com
Pachira Lodge	Tortuguero	2256-7080	sales@pachiralodge.com
Tetey Lodge Hotel	Cartago	2533-1335	info@teteylodge.com
Wagelia Espino Blanco Lodge	Turrialba	2556-1566	reservation@wageliaespinoblancolodge.com
Suizo Loco Lodge Hotel & Resort	Cahuita	2755-0349	gerencia@suizolocolodge.com

Todos los entrevistados comentaron que en sus hoteles brindan servicios de restaurante en los cuales se usa pulpa de frutas para elaborar las bebidas que se les da a sus clientes. Las principales pulpas que compran son la de piña, mango, cas, frutas y mora (Figura 5). Sólo en uno de los casos se encontró que usaba pulpa de arazá para la elaboración de bebidas en el negocio (Suizo Loco Lodge Hotel & Resort).

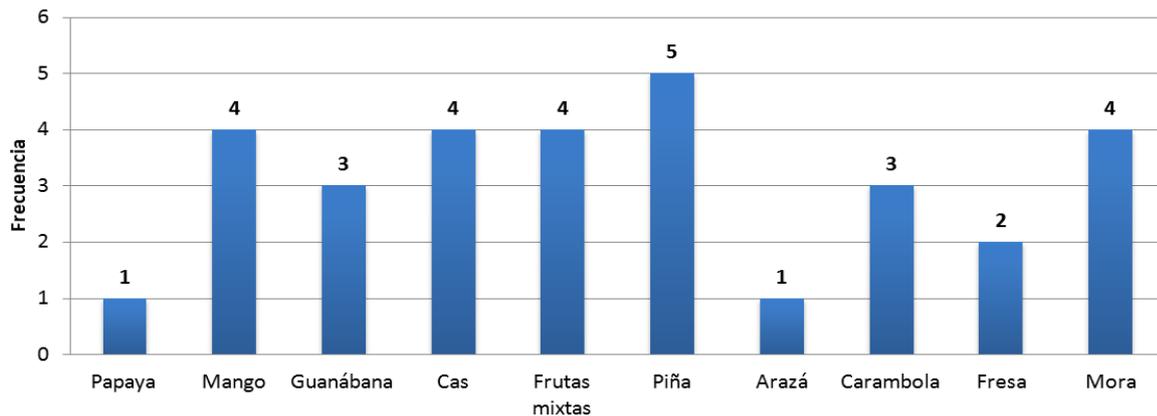


Figura 5. Pulpas usadas en los diferentes establecimientos y su frecuencia de elección

Los entrevistados prefieren comprar las pulpas a intermediarios (que brindan otros productos), algunos le compran a la empresa que los produce directamente o a intermediarios. Los hoteles tienen una frecuencia de compra semanal o mensual dependiendo de la temporada de visitación (alta o baja), 6 hoteles compran menos de 16kg de pulpa por mes, 3 de 38 a 45kg por mes y uno compra 400kg de pulpa de frutas por mes.

El precio pagado por kilogramo de pulpa depende de la fruta con que fue hecha, pero en promedio los hoteleros están pagando €1007/kg y compran principalmente en presentaciones por galón.

Uno de los aspecto clave a tomar en cuenta es el factor de decisión a la hora de comprar pulpa de frutas por parte de los hoteleros, según estos lo principal es la calidad y el precio, seguido de certificación orgánica y el tipo de pulpa; otros entrevistados señalaron que el periodo de vencimiento es importante a la hora de tomar decisiones.

Todos los entrevistados comentaron estar interesados en adquirir pulpa de frutas orgánicas certificadas, ya que muchos de ellos tienen un programa de responsabilidad social empresarial y ambiental. Asimismo todos expresaron su interés por consumir o probar la pulpa de arazá por ser exótica y por las propiedades que posee.

Otro de los mercados potenciales que se deben analizar, son las líneas de supermercados. En el Cuadro 7, se presenta información sobre productos similares que se encuentran en supermercados (pulpas o jugos de frutas).

Cuadro 7. Productos similares o sustitutos de pulpa de frutas presenten en supermercados

Producto	Marca	Presentación	Precio
Jugo D/Zanahoria Natural	Auto mercado	envase 930 ml	¢900
Jugo Naranja Natural	Auto mercado	envase 240 ml	¢435
Jugo naranja natural	Auto mercado	envase 3.785l	¢3,395
Jugo naranja natural	Auto mercado	envase 2 l	¢1,945
Jugo naranja natural	Auto mercado	envase 930 ml	¢1,030
Agua d/pipa	Fresquita	botella 1.89 l	¢1,990
Jugo naranja con zanahoria	Fresquita	envase 930 ml	¢1,110
2 fruits fresa-pina	Verdelli	botella 250 ml	¢850
2 fruits guanabana-naranja	Verdelli	botella 250 ml	¢850
2 fruits mango-mora	Verdelli	botella 250 ml	¢890
2 fruits mango-pina	Verdelli	botella 250 ml	¢660
2 fruits pina-kiwi	Verdelli	botella 250 ml	¢1,125
Pulpa d/fruta s/azucar d/cas	Verdelli	envase 1 l	¢2,210
Pulpa d/mango c/splenda	Verdelli	envase 1 l	¢2,060
Pulpa de maracuyá	Verdelli	paquete 1 l	¢2,180

Elaborado con información de Automercados (2010)

Como se presentan en el cuadro anterior, en una de las líneas de supermercados presentes en el país, no se ofrece un producto similar al que produce APPTA (no hay venta de arazá). En Automercado, los precios de las pulpas varían de acuerdo al tipo de fruta, estacionalidad y marca, según los datos recolectados es la pulpa de maracuyá la que tiene mayor precio por litro. La organización debe realizar un análisis de aceptación del producto y otro de costos para determinar la competitividad que pueda tener este en el mercado nacional.

V. CONCLUSIONES

- La producción y comercialización del arazá está concentrada en 6 países que son Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador y Perú. Esta fruta se comercializa principalmente en el mercado local y en menor medida para la exportación (con excepción de Costa Rica), puesto que no es conocida y no han desarrollado campañas de promoción a lo interno o externo de los países productores.
- Los países con mayor área de cultivos de frutas tropicales (en los que se incluye el arazá) son Brasil y Colombia con 46.866 y 46.254 ha sembradas respectivamente y al mismo tiempo son los mayores productores con 664.286 y 474.442kg de fruta producida anualmente.
- Actualmente son muy pocos los datos sobre la comercialización de esta fruta amazónica en particular (por los volúmenes bajos de comercialización y su peso en la economía de los países), siendo Colombia el país productor con mayor información disponible sobre la comercialización del cultivo.
- En esta investigación se identificaron 10 empresas que comercializan al menos un producto con arazá en Colombia. Un aspecto importante es la gama de productos derivados de esta fruta que puede ser de interés para que APPTA los desarrolle y analice su factibilidad.
- En general la comercialización de pulpa de frutas tropicales ha crecido en los dos mercados principales Estados Unidos (20,2% para el periodo 2000-2007) y Europa (8,5% para el periodo 2007-2008). En ambos mercados las tendencias de consumo muestran que los compradores cada vez más buscan productos que beneficien su salud y tengan compromisos sociales y ambientales.
- Para el caso de Costa Rica, la exportación de pulpa de frutas representó el 6,5% del total enviado a Europa en el 2009 (Alemania, Bélgica, Francia, Holanda, Noruega y Reino Unido), proyectándose como un mercado en crecimiento y con oportunidades de expansión. APPTA es la única organización empresarial que está produciendo y comercializando pulpa de arazá para la exportación (para el 2009 sólo vendió el 8,4% del total que puede procesar).
- Para APPTA la introducción de pulpa de arazá en el mercado nacional puede representar una oportunidad potencial, ya que en un primer acercamiento a empresas clave se expresó gran interés por saber más del producto y adquirirlo para pruebas. Esto es clave en la exploración de mercados para la organización, ya que el mercado puede consumir un importante porcentaje de lo producido.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Automercados. 2010. Precios de productos. (en línea) Consultado el 29 de julio del 2010. Disponible en: <http://www.automercado.co.cr/>
- Centre for the promotion of imports from developing countries (CBI). 2009. Market Survey: The Fruit Juices and Concentrates Market In The EU. 36p.
- Comisión Europea. 2010. Novel Food. (en línea) Consultado el 23 de julio del 2010. Disponible en: http://ec.europa.eu/food/food/biotechnology/novelfood/index_en.htm
- El Financiero. 2010. Conquiste el mercado europeo: Oportunidades y retos de la Unión Europea para productos costarricenses. Suplemento espacial de comercio exterior. 30p.
- Food and Agriculture Organization (FAO). 2008. Estadísticas de producción y área de frutas tropicales. Consultado el 20 de julio del 2010. Disponible en: <http://faostat.fao.org>
- FRUEXPO. 2009. Arazá De Jamundi. (en línea) Consultado el 23 de julio del 2010. Disponible en: <http://www.arazadejamundi.com/>
- Hernández, M; Barrera, J; Carrillo, M. 2006. Arazá. Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas- Sinchi. Bogotá, Colombia. 146p.
- Portafolio Verde. 2008. Consolidación de dos nodos regionales del observatorio nacional de Biocomercio- OBIO-. Colombia. 23p.
- PROCOMER. 2009. Estadísticas de exportación de pulpa de frutas de Costa Rica para el periodo 2007 y 2008.
- Proexport Colombia e Instituto Alexander von Humboldt. 2003. Estudio de Mercado, Frutas Amazonicas en el Estado de California – Estados Unidos. Convenio específico No. 197.1/2003 Proexport Colombia - Instituto von Humboldt . Bogotá, Colombia, 66 p.
- United State Department of Agriculture (USDA). 2007. Estadísticas de importación. Consultado el 20 de julio del 2010. Disponible en: <http://www.usda.gov>

ANEXOS

Anexo 1. Estructura de la encuesta aplicada a los hoteles/restaurantes del país

1. ¿El hotel ofrece servicio de restaurante o similar?
2. ¿Compran pulpa de frutas para uso en el restaurante-hotel?
3. ¿Cuáles tipos de pulpa de frutas compran? (puede marcar más de una opción)
4. ¿A quién compran la pulpa de frutas?
5. ¿Cuáles son los aspectos que toman en cuenta para comprar pulpa de fruta?
6. ¿Cada cuánto compran pulpa de frutas?
7. ¿Cuál es el volumen de compra de pulpa de frutas (kg) por mes?
8. ¿Cuál es el precio promedio por kilogramo de pulpa que compra?
9. ¿Estaría dispuesto en comprar pulpa de frutas orgánicas certificadas?
10. El precio de pulpa de frutas orgánicas comparado con las no orgánicas debe ser (mayor, igual, menor)
11. ¿Le gustaría probar una nueva pulpa orgánica de arazá (Eugenia Stipitata)?
12. Si está interesado en adquirir pulpa de frutas (arazá, guanábana, guayaba o carambola) orgánicas certificadas (Eco-Logica) e inocuas de la Asociación de Pequeños Productores de Talamanca, por favor colocar su correo y nos comunicaremos con ustedes

Anexo 2.Resumen del contacto con Florida Bebidas y Dos Pinos

Florida Bebidas: en esta empresa el objetivo sería venderles la pulpa (especialmente arazá) para que sea la base en la elaboración de los tropicales (ellos no compran la fruta), hablé con el encargado del departamento de desarrollo y proveeduría que se llama Oscar Bogantes (tel. 2437 6700), me dijo que le enviara más información por correo (oscar.bogantes@florida.co.cr) y que le va a dar seguimiento y se comunicará conmigo o con APPTA.

Dos Pinos: el objetivo es vender la pulpa de frutas, me contacté con Laura Chinchilla que es la ejecutiva de compras de materia prima, ella me comentó que el proceso para que APPTA entrara a vender a la empresa es el siguiente: primero el departamento de desarrollo debe pedir una lista de proveedores ya sea para crear un producto nuevo o mejorar uno existente, (ya APPTA está en esa lista por el correo que envíe), luego la empresa se contacta con los proveedores para que envíen muestras de los productos y si están de acuerdo con los resultados se procede a una contratación (mismo proceso que en florida bebidas). Los contactos de ella son tel. 24373000 y el correo lauchinchilla@dospinos.com (hay que estar a la espera a que los contacten en algún momento)