

Proyecto MAP-Banano

# Sondeo rápido de mercado: pulpa de frutas

Adriana Escobedo Aguilar



REAL EMBAJADA DE NORUEGA

Serie técnica.  
Informe técnico no. 312

Proyecto MAP-Banano

# Sondeo rápido de mercado: pulpa de frutas

Adriana Escobedo Aguilar



Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza, CATIE  
Turrialba, Costa Rica, 2012

CATIE (Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza) es un centro regional dedicado a la investigación y la enseñanza de posgrado en agricultura, manejo, conservación y uso sostenible de los recursos naturales. Sus miembros son el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), Belice, Bolivia, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, República Dominicana, Venezuela, España y el Estado de Acre en Brasil.

© Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE), 2012

**ISBN 978-9977-57-591-9**

634.77

E74 Escobedo Aguilar, Adriana  
Sondeo rápido de mercado : pulpa de frutas / Adriana Escobedo Aguilar. –  
1° ed. – Turrialba, C.R : CATIE, 2013.  
20 p. : il. – (Serie técnica. Informe técnico / CATIE ; no.312)

ISBN 978-9977-57-591-9

I. Arazá – Jugo de frutas 2. Jugo de frutas – Investigación de mercados  
I. CATIE II. Título III. Serie.

## **Créditos**

### **Autor**

Adriana Escobedo

### **Revisión técnica**

Marilyn Villalobos, Sith Yin Sánchez

### **Coordinación General**

Shirley Orozco

### **Diagramación**

Rocío Jiménez, Oficina de Comunicación e Incidencia

División de Investigación y Desarrollo

Sede Central, CATIE

[www.catie.ac.cr](http://www.catie.ac.cr)

## Contenido

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>5</b>
<b>OBJETIVOS</b> .....	<b>6</b>
<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>6</b>
<b>RESULTADOS</b> .....	<b>6</b>
a. Análisis de mercado internacional .....	<b>7</b>
b. Análisis de mercado nacional .....	<b>11</b>
Retos para APPTA .....	<b>14</b>
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>15</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>16</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>17</b>

## Introducción

Entender las señales que provienen del mercado, ¿Por qué la gente compra un producto?, ¿A qué se deben los cambios en los precios?, ¿Qué influye en la demanda y oferta?; es clave para que una empresa pueda elevar sus niveles de ventas. Además, conocer y ajustarse a los cambios que exige la competencia y los productos sustitutos que salen al mercado, es crucial para la vida de las empresas.

Analizar el mercado es necesario 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 usa una herramienta conocida como Sondeo Rápido de Mercado (SRM), en donde la empresa define lo que desea saber sobre el mercado y tendencias de consumo (precios, puntos de ventas, históricos, competidores, volúmenes, demanda y variaciones en tendencias de consumo).

La Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPTA<sup>1</sup>), Costa Rica, comercializa pulpa de frutas de la región para la exportación. Dentro de las frutas que procesa APPTA se encuentra el arazá (*Eugenia stipitata*), que es originario del suroeste de la Amazonia y posee características nutricionales excepcionales en cuanto

a su contenido de vitaminas, fibra y minerales. Se cultiva principalmente en Perú, Brasil, Ecuador, Colombia, Bolivia y Costa Rica (mayormente en Talamanca) y representa una pequeña proporción con respecto a las frutas tradicionales.

Para el caso de Costa Rica esta fruta es prácticamente desconocida por los consumidores nacionales, lo que representa un reto para APPTA al querer introducir este producto (además de las pulpas de guayaba, guanábana y carambola) en el mercado costarricense. Además, la organización enfrenta una situación similar en el mercado internacional (Europa y Estados Unidos) ya que fuera de los países productores no es conocida.

Bajo el marco del Fondo-Programa Agroambiental Mesoamericano (MAP) de investigación interactiva del CATIE (Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza), se realizó un Sondeo Rápido de Mercado sobre pulpa de frutas, específicamente de arazá, a nivel internacional y nacional. El objetivo de este sondeo es identificar información clave sobre productores, empresas, precios y volúmenes, así como de oportunidades para la comercialización de la pulpa de arazá para APPTA tanto en el mercado nacional (Costa Rica) como en el internacional.

---

1 APPTA es una asociación de productores (as) de Talamanca, Costa Rica, que nace en 1987 con el objetivo de facilitar la comercialización de los productos agrícolas provenientes de fincas manejadas bajo un sistema orgánico (certificados por Eco-LOGICA). Poseen alrededor de 1200 asociados (as) de los cuales el 80% son indígenas de las etnias Bribri o Cabecar ([www.appta.org](http://www.appta.org)).

## Objetivos

- a. Identificar información clave (productores, empresas, volúmenes) sobre el mercado internacional y nacional de pulpa de frutas con énfasis en arazá.
- b. Identificar oportunidades de mercado para la colocación de las pulpas de frutas de APPTA tanto en el mercado nacional como internacional.

## Metodología

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

### a. 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 Unión Europea).

Para esto se recurrió a información estadística, estudios de mercado disponibles y se realizó una entrevista personal a Wilfredo Flores del Centro de Tecnología de Alimentos (CITA) de la Universidad de Costa Rica (UCR), quien ha brindado asistencia técnica a APPTA en este tema y ha trabajado en un proyecto anterior de pulpa de arazá.

### b. Mercado nacional

El sondeo de mercado a nivel nacional se basó en el análisis de tres mercados meta: i) Cadenas de hoteles y restaurantes, ii) Empresas industrializadoras nacionales (Dos Pinos y Florida Bebidas), iii) Cadenas de supermercados.

- i. *Hoteles y restaurantes (Caribe Norte, Caribe Sur, Valle Central y Zona Norte):* Se generó una base de contactos de 193 hoteles (Anexo 1) con información de la Cámara Costarricense de Hoteles. Se elaboró una encuesta electrónica con 8 preguntas básicas

dirigidas a estos hoteles. De 50 hoteles consultados, se obtuvieron solamente 10 respuestas, esta no es una muestra estadísticamente significativa que pueden dar una idea general sobre la aceptación del producto.

- ii. *Empresas industrializadoras:* En el mercado de alimentos del país se seleccionó a 2 grandes empresas que dentro de sus líneas de productos usan frutas o pulpa de frutas. Una es la empresa Florida Bebidas (línea de jugos Tropical) y la otra Dos Pinos (helados, yogurt y jugos). A estas empresas se les contactó vía telefónica y por correo electrónico y se les aplicó un cuestionario para evaluar la posibilidad del ingreso de los productos de APPTA.

- iii. *Cadenas de supermercados:* se recolectó información sobre los productos similares a los que ofrece APPTA (precio y presentaciones) y se recopilaron los requisitos que pide este mercado para ser un proveedor de productos.

Con la información recolectada se procedió a hacer un análisis de los principales actores del mercado del noni (nacional e internacional), así como sus estrategias, precios, presentaciones y productos.

## 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 éste es un cultivo que se ha manejado para la producción y consumo interno de los países en donde se produce.

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 arazá-boi (portugués).

### c. Análisis de mercado internacional

#### i. Mercados de países productores:

El arazá se ha empleado, principalmente, para el consumo interno, en la mayoría de los países productores 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 2005 un área cultivada de 495 ha con arazá (bajo sistemas agroforestales), manejadas por 912 productores y productoras, según estudios de mercado. Con esta producción 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 LTDA<sup>2</sup>, esta empresa ha sido líder en el desarrollo de mercado nacional, su área de impacto es Jamundí del Valle del Cauca (con productores y productoras de la zona). Se funda en 2002, donde la producción anual fue de 650 kg (trabajando con 30 familias) y ya para 2008 su producción se estimó en 30.000 kg. 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 en Colombia, ya que no sólo se usa como pulpa para la elaboración de jugos, postres o bebidas, sino que existe una amplia gama de productos de interés que APPTA puede explorar.

En un estudio que realizó PROEXPORT (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:

<sup>2</sup> Sitio web <http://www.arazadejamundi.com/>

**Cuadro 1.** Organizaciones empresariales colombianas que procesan y comercian productos a base de arazá (Elaboración propia con información tomada de FRUEXPO 2009)

Nombre de la empresa	Actividad	Municipio
Precooperativa Procesadora de Frutas del Amazonas (PRECOFRUTAM)	Producción de Mermeladas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• copoazú (<i>Theobroma grandiflorum</i>)</li> <li>• arazá (<i>Eugenia stipitata</i>)</li> <li>• carambola (<i>Averrhoa carambola</i>)</li> <li>• cocona (<i>Solanum sessiliflorum</i>),</li> </ul> Nueces cubiertas de Chocolate Licor de Huito	Leticia (Amazonas)
ASOHECA <a href="http://www.asoheca.org">www.asoheca.org</a> <a href="mailto:asoheca@asoheca.org">asoheca@asoheca.org</a>	Producción, transformación y comercialización de caucho y productos de arazá	Florencia (CAQUETÁ)
Mukatri <a href="http://www.mukatri.com/">http://www.mukatri.com/</a> <a href="mailto:info@mukatri.com">info@mukatri.com</a>	Producción de Confités, mermeladas y galletas de arazá, cocona y copoazú. Además, salsa agrídulce de arazá y salsa picante de arazá	Florencia (CAQUETÁ)
Productos Amazónicos (PROAM)	Licor de arazá	Puerto Asís (Putumayo)
Amazonia Lácteos	Yogurt: <ul style="list-style-type: none"> <li>• copoazú</li> <li>• cocona</li> <li>• arazá</li> <li>• pomarrosa</li> <li>• chontaduro</li> <li>• piña</li> <li>• guanábana amazónica</li> </ul>	Mocoa (Putumayo)
Asociación Agropecuaria Ambiental y Social (AGROPAS)	Arazá	Jamundí (Valle del Cauca)
Miscelánea y Comercializadora PACO LTDA <a href="http://www.arazadejamundi.com">www.arazadejamundi.com</a>	Arazá congelada	Jamundí (Valle del Cauca)
Agrocomercial del Caquetá Nueva Esperanza <a href="http://www.paraisofruit.com">www.paraisofruit.com</a> <a href="mailto:nuevaesperanza3000@gmail.com">nuevaesperanza3000@gmail.com</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caucho</li> <li>• Maderables</li> <li>• Arazá</li> <li>• Piña</li> <li>• Copoazú</li> <li>• Carambolo</li> </ul> (1kg de pulpa de arazá a es vendido a US\$2.28 en el mercado local)	Caqueté

Elaborado con información del Portafolio Verde, Colombia (2008)



**Cuadro 2.** Resumen de la producción y exportación de frutas tropicales amazónicas en países productores de arazá (Elaboración propia con información tomada de PROEXPORT 2003)

País	Aspectos de exportación	Destinos de la exportaciones y observaciones clave
Brasil	<b>Frutas amazónicas<sup>3</sup>:</b> La exportación pasó de 108 TM en 1996 a 445 TM en el 2002 (crecimiento del 312%)	Países miembros del Mercado Común del Sur (MERCOSUR), Paraguay, Uruguay y Argentina. Brasil desarrolla una campaña en pro del conocimiento de frutos amazónicos
	<b>Jugos y pulpas de frutas tropicales:</b> Las exportaciones pasaron de 5.700 toneladas en 1990 a 8.000 en 2002 (crecimiento del 40,4%)	Estados Unidos e Italia consumen el 50% de las exportaciones de jugos y pulpas
Ecuador	<b>Frutas amazónicas:</b> Antes del año 2000 las exportaciones eran menos de 1TM, luego han crecido hasta alcanzar en 2002 las 547 TM (crecimiento del 547%) En el 2007 se registró exportaciones por 2668TM (FAO 2008)	El principal destino para las frutas es Perú  La proximidad de las zonas de cultivo entre países facilita la comercialización de las frutas
	<b>Jugos y pulpas de frutas tropicales:</b> Las exportaciones pasaron de 960 TM en 1990 a 13.948 TM en 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	<b>Frutas amazónicas:</b> La exportación es mínima reportándose 500 TM por un valor inferior a los 1.000 dólares en 1997	La producción en Perú es significativa, pero la mayor parte se destina al consumo local
	<b>Jugos y pulpas de frutas tropicales:</b> Entre 1990 y 2002 se exportaron en promedio 3.000 TM	Estados Unidos (90%) y el Salvador (8%)
Colombia	<b>Frutas amazónicas</b> En 2001 se exportaron 53.000 TM	España, Reino Unido, Holanda y Alemania
	<b>Jugos y pulpas de frutas tropicales:</b> En 1996 se exportaron 567 TM, aumentando a 3.976 TM en 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.

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 su demanda (cuadro 2). Un punto importante que señala el estudio es el desconocimiento de frutas como el arazá, los cuales se exportan en menor proporción pero que tienen gran potencial en el mercado internacional por las ventajas comparativas y la diferenciación (características únicas).

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

La producción de los cinco países para 2008 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 consultadas se identificaron valores exclusivos del cultivo de arazá sino que está en conjunto con los demás frutos amazónicos.

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

*ii. 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

<sup>3</sup> Los frutos amazónicos que comercializa Brasil son principalmente: aguaje, anona, arazá, asaí, babasú, bacurí, caimitillo, caimito, camu- camu, copoazú, guaraná, huito, inayuga, tucumã, ubos, indano, lucma, lúcuma, palillo, pijuayo, sacha guayabá, sacha mango, y supucaia.



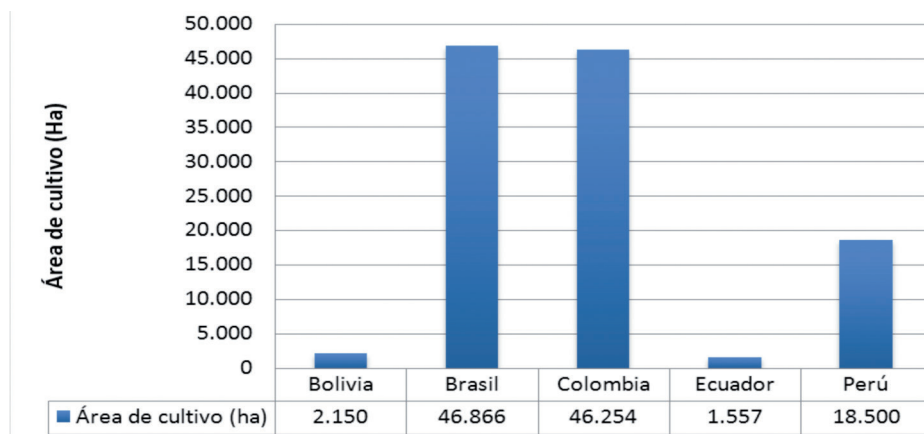


Figura 1. Área cultivada de frutas tropicales en Suramérica para el 2008 (Fuente: FAO 2008)

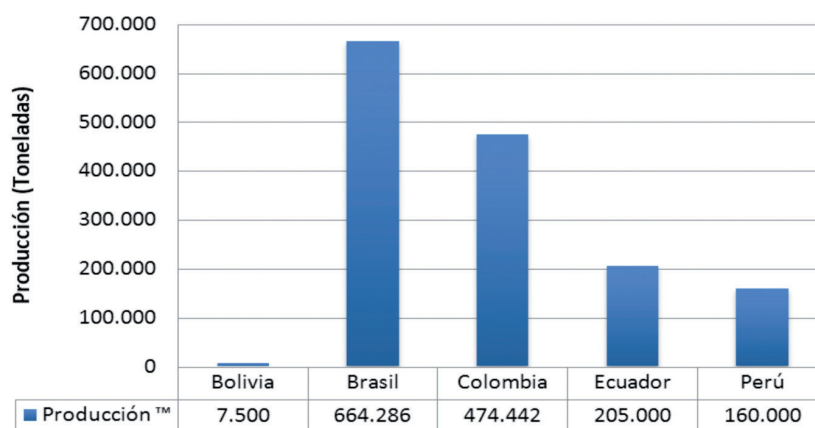


Figura 2. Producción estimada de frutas tropicales en Suramérica para el 2008 (Fuente: FAO 2008)

(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 del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (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 de 2000 a 2007. Para 2007, los estadounidenses tienen un mayor consumo per-cápita de banano, manzana y naranja, en lo que corresponde a fruta fresca y de naranja, manzana y uva en lo que se refiere al consumo de jugo o pulpa, como se muestra en el Cuadro 3.

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

Para 2002, los cuatro principales países exportadores de las pulpas de otras frutas fueron las Islas Francesas del Pacífico con 2.018 TM (39,5%), seguidas 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

**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)
Manzana	16,43	27,16
Uva	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
Pera	3,09	2,30
Cereza	1,25	0,13
Fresa	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>)

calidad, la seguridad, la conveniencia, la disponibilidad, la selección, la novedad y los precios razonables, tienen mayor demanda en el mercado. En lo referente a la calidad se señala que los criterios más importantes se relacionan con 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, uva y toronja (USDA 2007). Los atributos de este tipo de productos están vinculados a abundante contenido de pulpa, enriquecido con Vitamina A, B, C o Calcio y jugos con azúcar, sin azúcar o 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.

### iii. 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 del 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 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, va en aumento, 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). Se espera que este crecimiento en el consumo de productos saludables continúe, lo que 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 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).

**a. 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.

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

**Cuadro 4.** Empresas exportadoras de pulpa de frutas en Costa Rica<sup>4</sup>

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 Lta, S.A.	Piña, guayaba, cas y mango
Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPTA)	Arazá, guayaba, guanábana y carambola
FRUCTA, S.A.	Banano, piña y carambola

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.

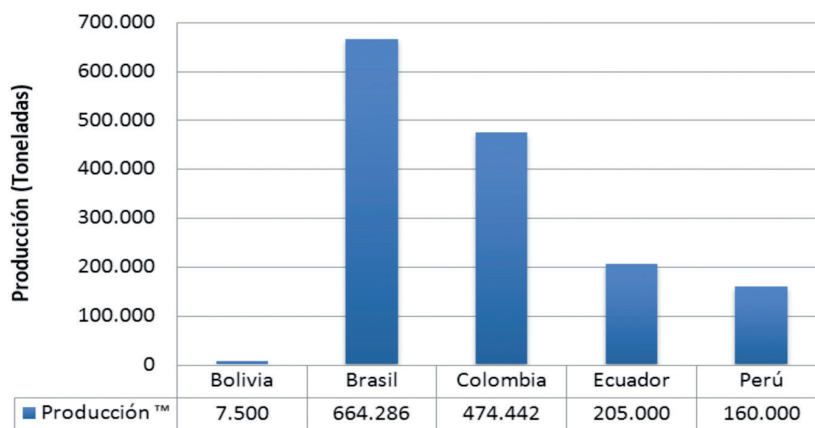
En el país hay cinco empresas que exportan pulpa de frutas (con montos de exportación superiores a los US\$ 2.000) (Cuadro 4).

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

Para 2008, el principal país de destino de la pulpa de frutas comercializada 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 a 2008.

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

La exportación de jugos y concentrados de frutas ocupa el puesto número 4 en la lista de los principales productos



**Figura 3.** Ventas de pulpa de frutas según destino en el 2008 (Fuente: PROCOMER 2009)

<sup>4</sup> Blanco, G. 2009. Estadísticas de exportación de pulpa de fruta de Costa Rica (correo electrónico). San José, Costa Rica. PROCOMER. (E-mail: info@procomer.com)

**Cuadro 5.** Principales productos exportados a la Unión Europea

Producto	% Participación
Piña	30,3
Banano	21,6
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 información tomada de El Financiero (2010)

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 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).

*i. Cadena de hoteles y restaurantes*

Para analizar este mercado, 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:

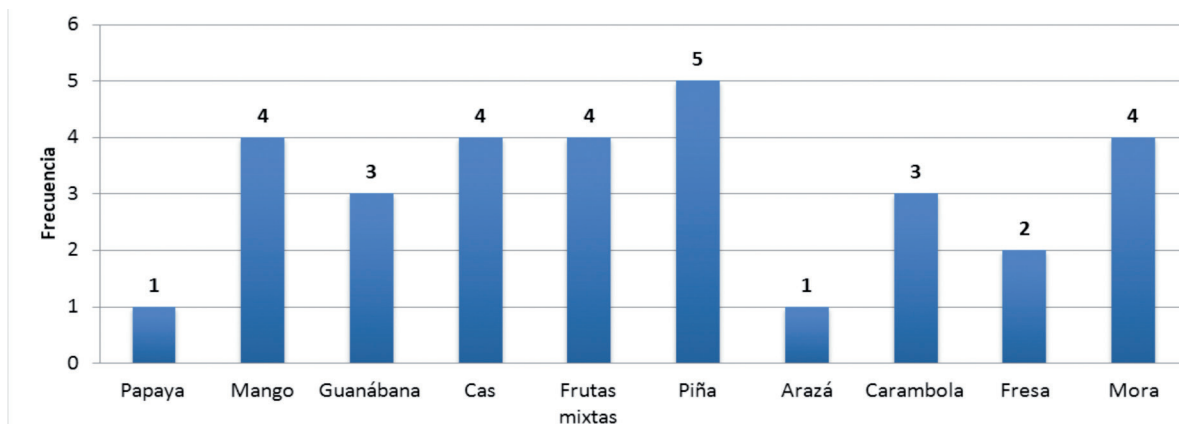
Todos hoteles brindan servicios de restaurante en los cuales se usa pulpa de frutas para elaborar las bebidas que se les da a sus clientes. Las principales pulpas que compran son la de piña, mango, cas, frutas y mora (Figura 4). Sólo en uno de los casos se encontró que se usaba pulpa de arazá para la elaboración de bebidas en el negocio (Suizo Loco Lodge Hotel & Resort).

Los entrevistados prefieren comprar las pulpas a intermediarios (que brindan otros productos) y algunos le compran a la empresa que los produce directamente. Los hoteles tienen una frecuencia de compra semanal o mensual, dependiendo de la temporada de visitación (alta o

**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
Ave del Paraíso Hotel	San José	2283-6017	info@hotelavedelparaiso.com

\*Elaboración propia



**Figura 4.** Pulpas usadas en los diferentes establecimientos y su frecuencia de elección (Elaboración propia)

baja), 6 hoteles compran menos de 16 kg de pulpa por mes, 3 de 38 a 45 kg por mes y uno compra 400 kg 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 aspectos 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.

#### *ii. Empresas industrializadoras*

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 mostraron 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 las empresas establecen para el ingreso de nuevos proveedores (Anexo 2).

#### *iii. Cadenas de supermercados*

Es importante mencionar, que al analizar el perfil de los productos de APPTA la cadena de supermercados que resulta de mayor interés para la organización es Automercado, ya que es a esta que acuden las personas que poseen un mayor poder adquisitivo y son los que demandan productos orgánicos y socialmente responsables. Es por esto, que sólo se acudió a esta cadena para hacer un sondeo rápido de los productos similares (Cuadro 7).

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. Tras la visita y la encuesta con los encargados, este supermercado no ofrece pulpas orgánicas certificadas y no han tenido la experiencia de comercializar productos a base de arazá, pero expresaron su interés en abrir un espacio para este tipo de productos.

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

Producto	Marca	Presentación	Precio
Jugo de zanahoria natural	Automercado	Envase 930 ml	¢900
Jugo naranja natural	Automercado	Envase 240 ml	¢435
Jugo naranja natural	Automercado	Envase 3.785l	¢3,395
Jugo naranja natural	Automercado	Envase 2 l	¢1,945
Jugo naranja natural	Automercado	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 de fruta sin azucar (de cas)	Verdelli	Envase 1 l	¢2,210
Pulpa de mango endulzada con splenda	Verdelli	Envase 1 l	¢2,060
Pulpa de maracuyá	Verdelli	Paquete 1 l	¢2,180

Elaboración propia con información de Automercado (2010)

## Retos para APPTA

- 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.
- Se debe definir la estrategia de comercialización de la línea de productos tomando en consideración los requerimientos que demanda cada tipo de mercado (precio, presentación, volumen y cadena de distribución).
- A pesar que los consumidores están más informados sobre los productos saludables, sigue siendo un reto que el costarricense promedio busque o este dispuesto a pagar un precio justo por productos de calidad y con certificaciones.

## 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 se 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 474.442 kg 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 buscan cada vez más 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 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 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 la disposición de 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.



## 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](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. San José, Costa Rica. Grupo Nación.30p.
- Escobedo, A. 2009. Alternativas de escalonamiento para organizaciones empresariales de pequeños productores es una cadena de producción de Talamanca, Costa Rica. Tesis (Mag. Sc). CATIE. 156p.
- 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-. Bogotá, Colombia. 23p.
- 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 por 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 vender 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, señor Oscar Bogantes (tel. 2437 6700), quién solicitó mayor información por correo electrónico ([oscar.bogantes@florida.co.cr](mailto:oscar.bogantes@florida.co.cr)), el daría seguimiento y se comunicará con APPTA.

**Dos Pinos:** el objetivo es vender la pulpa de frutas, me contacté con Laura Chinchilla, ejecutiva de compras de materia prima, ella comenta 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). El número telefónico es el 2437-3000 y el correo [lauchinchilla@dospinos.com](mailto:lauchinchilla@dospinos.com).

CATIE (Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza) es un centro regional dedicado a la investigación y la enseñanza de posgrado en agricultura, manejo, conservación y uso sostenible de los recursos naturales. Sus miembros son el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), Belice, Bolivia, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, República Dominicana, Venezuela, España y el Estado de Acre en Brasil.



Programa Agroambiental  
Mesoamericano

ISBN: 978-9977-57-591-9

