

Tendencias del Mercado

# ALIMENTOS FUNCIONALES EN EL MERCADO DE COSTA RICA

Julio 2017

Documento elaborado por ProChile Costa Rica

**pro|CHILE**  
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



# I. RESUMEN EJECUTIVO

## 1. Descripción de la tendencia

Con relación al comercio entre Costa Rica y Chile, las exportaciones totales de Chile han mantenido un crecimiento del 5% en 2016 respecto al año 2015. Se observa un crecimiento en los envíos de productos agropecuarios, pasando de 60,7 millones de dólares exportados en el 2015 a 74,4 millones de dólares en el 2016.

Costa Rica tiene indicadores desfavorables de salud. Los altos índices de enfermedades como la obesidad, casi se cuadruplicó en 40 años, pasó del 6,3% de la población en 1975 al 23,7% en el 2014, y el número de personas con peso normal bajó de un 50,7% de la población en 1975 a un 34,4% en el 2014<sup>1</sup>. Como complemento a lo anterior, es importante señalar que el censo de peso y talla, realizado por los Ministerios de Salud y Educación de Costa Rica en 4.200 escuelas públicas y privadas del país, arrojó resultados alarmantes: La existencia de sobrepeso y obesidad infantil en más de 118.000 escolares. Esta situación se presenta por la falta de acceso a alimentos nutritivos, la pobre educación nutricional y a un entorno que favorece la adopción de patrones de alimentación insanos.

Dado los grandes problemas de salud detectados en la población costarricense, el Gobierno de Costa Rica tiene interés en favorecer la alimentación saludable, mediante diferentes campañas de sensibilización, es por ello que impulsa y fortalece, el Programa de Alimentación, Nutrición Escolar y Adolescente. Este decreto es impulsado por el Ministerio de Educación Pública (MEP) y pretende promover hábitos alimentarios saludables, mediante el reglamento para el Funcionamiento y Administración del Servicio de Soda (Quioscos o Casinos) en los Centros Educativos Públicos.

Para la definición de productos funcionales en este estudio, nos respaldamos en la nueva ley de etiquetado del Ministerio de Salud de Chile. En los siguientes links se puede consultar la ley en comento:

Ley 20606

[http://web.minsal.cl/sites/default/files/LEY-20606\\_06-JUL-2012.pdf](http://web.minsal.cl/sites/default/files/LEY-20606_06-JUL-2012.pdf)

Reglamento Ley 20606

[http://www.dinta.cl/wp-dintacl/wp-content/uploads/Decreto-13\\_Ley-super8\\_do-20150626.pdf](http://www.dinta.cl/wp-dintacl/wp-content/uploads/Decreto-13_Ley-super8_do-20150626.pdf)

---

<sup>1</sup> Escuela de Nutrición de la Universidad de Costa Rica

El Gobierno de Chile lo que está promoviendo con esta ley es una alimentación saludable, es decir, que tanto los adultos como los niños tengan una ingesta diaria de frutas y vegetales. La tendencia actual es lo que está perjudicando la salud de jóvenes, niños y adultos.

En Costa Rica se debe modificar ley de etiquetado. Las industrias siguen haciendo “publicidad engañosa”, en lo que se refiere a los beneficios de consumir algunos productos que comercializa.

Para efectos de este informe, se define como alimentos funcionales los que en forma natural o procesada contienen componentes que son benéficos para el organismo y cumplen una función específica, como mejorar la salud o prevenir alguna enfermedad. Los envases deben indicar claramente su contenido y los beneficios que se puede esperar con el consumo de dicho producto. Son alimentos sin aditivos, sin preservantes, sin azúcar añadida y que contienen determinados minerales, vitaminas, ácidos grasos o fibra alimenticia, los alimentos a los que se han añadido sustancias biológicamente activas, como los fotoquímicos u otros antioxidantes y los prebióticos que tienen cultivos vivos de microorganismos beneficiosos.<sup>2</sup>

Los alimentos funcionales son alimentos que forman parte de la dieta habitual, pero tienen compuestos beneficiosos para la salud y su beneficio ha sido comprobado fisiológicamente en un laboratorio certificado. Por ejemplo, pueden reducir la incidencia de ciertas enfermedades, bajar el colesterol o mejorar funciones gastrointestinales.

Dentro de este marco los alimentos diferenciados que brinden un beneficio relacionado a la salud, la vida deportiva, que ayuden a perder peso, que sean naturales, libres de organismos genéticamente modificados o bien, que faciliten una dieta especial son alimentos funcionales. La oferta chilena de alimentos relacionados con la salud y el bienestar está concentrada en las siguientes glosas arancelarias:

- 22029010      Bebidas a base de jugos de una sola fruta, legumbre u hortaliza, enriquecidos con minerales y vitaminas, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada
- 22029020      Bebidas a base de mezclas de jugos de frutas, legumbres u hortalizas, enriquecidos con Minerales o vitaminas, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada
- 08104029      Los demás arándanos azules o blueberry, frescos (desde 2012)
- 08109099      Las demás frutas u otros frutos, frescos (desde 2012)

---

<sup>2</sup> Cámara Costarricense de la Industria alimentaria de Costa Rica (CACIA)

08134091	Los demás frutos secos orgánicos y normales, excepto de partidas 0801 a 0806 (desde 2012)
20079990	Las demás confituras, jaleas y mermeladas, puré y pastas de frutas obtenidas
20089990	Los demás frutos y partes comestibles de plantas, preparados o conservados
20098090	Los demás jugos de frutas y hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol,
20099000	Mezclas de jugos, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante
20071000	Preparaciones homogeneizadas para alimento infantil o uso dietético

En virtud de lo anterior los productos bajo este estudio, son los señalados con anterioridad y se detalla las condiciones para comercializarlos en el mercado de Costa Rica.

## 2. Oportunidades para el sector /productos en el mercado

Se observa en este mercado un aumento en la demanda de productos funcionales debido a un mayor interés del consumidor costarricense por mantener un estilo de vida saludable. Los productos relacionados con la salud (sin azúcar, sin gluten, etc.), los que poseen materiales reciclados, los biodegradables o desarrollados bajo normas y estándares que conllevan el ahorro energético, los productos reutilizables y amigables con la capa de ozono, o los que cuentan con certificaciones de sus materias primas, relacionadas con el mejoramiento de la salud y el bienestar; constituyen una gran oportunidad para ingresar al mercado costarricense.

El mercado se ha ido diversificando y se buscan nuevas alternativas. Hay lugar para crecer, dado que los consumidores costarricenses cada vez más se preocupan por cuidar su estética y mejorar la salud.

Al analizar las glosas objeto de este informe; esta OFICOM considera que “El calafate” sería una interesante propuesta de negocio, nuevo y novedoso ya que esta fruta posee un altísimo contenido de antioxidantes y poli-fenoles, como también vitaminas C y E. Sin embargo, aún no se exporta a Costa Rica debido al desconocimiento de sus atributos nutritivos y usos.

Otra oportunidad de mercado que se visualiza es para el maqui liofilizado al ser el antioxidante más alto del mundo. Existe una tendencia muy grande del consumo hacia el encausamiento de productos como el maqui, la brócoli, y otros, Chile tiene amplia oferta para cubrir esta demanda.

Otros productos con gran potencial de mercado son las aguas minerales, saborizadas, alcalinizadas y los frutos secos (almendras, nueces), los arándanos, uva de mesa, cerezas,

ciruelas, chirimoya frescas, ciruelas deshidratadas, manzanas deshidratadas, truchas, salmón del Pacífico y del Atlántico; aguacates (Paltas), pasta y concentrado de tomate y algas, además de las diferentes presentaciones de los jugos y frutas con propiedades de alimentos funcionales.

Otro ejemplo interesante es el alga: agar-agar, que tiene muchos usos, es un alga muy beneficiosa para la salud. Además, el consumo de los omegas y aminoácidos está en franco crecimiento en el mercado de Costa Rica.

Dentro del contexto anterior, todos los productos enmarcados dentro de las glosas en estudio tienen amplísimas oportunidades de mercado.

Además, es importante señalar que al costarricense le encanta el queso, consume en promedio 199,1 kilogramos de lácteos al año, muy por encima del promedio de Centroamérica, que no llega a los 100 kilogramos<sup>3</sup>. Esta situación se convierte en una interesante opción de negocio, teniendo en cuenta la existencia de un competidor dominante en el mercado local (empresa Dos Pinos); al mercado costarricense logran llegar marcas importadas de quesos (cabe aclarar que habría que tener plantas habilitadas para la exportación de este tipo de productos y pagan arancel integro).

Es importante destacar que las ventas de yogurt lideran el mercado de alimentos funcionales, por sus propiedades pro-biótica y prebiótica. Una oportunidad que se presenta en el mercado de Costa Rica es la existencia de una empresa local que está interesada en una coinversión costarricense-chilena para la fabricación de yogurt, trayendo la materia prima de Chile con su certificación, para empacarla y comercializarla en Costa Rica.

Otra oportunidad observada en este mercado, es la existencia de una clase media emergente, la cual tiene mayores ingresos, se ha dado la creación de nuevas urbanizaciones para esta clase media, cabe destacar en especial como oportunidad la aparición de la participación de la mujer económicamente activa en el mercado, la cual sumó a más de 322.000 mujeres entre el 2000 y 2014.

Finalmente, se sugiere revisar la tabla de valores antioxidantes de las frutas, en [www.portalantioxidantes.com](http://www.portalantioxidantes.com), con base a datos de frutas, Chile tiene amplia oferta de frutas con valores antioxidantes muy altos, dado todo lo anterior estos productos tienen una alta demanda en la industria alimentaria local para la elaboración de productos

---

<sup>3</sup> el Financiero Costa Rica, 15 de mayo del 2017 sección de negocios

### 3. Análisis FODA

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover a Chile como proveedor confiable de alimentos relacionados con la salud y el bienestar</li> <li>• Adquirir las diferentes certificaciones requeridas según categoría que distinguen cualidad saludable (libre de gluten, producto natural, fortificados, altos en fibra, reducidos en grasa, relacionados con intolerancias, orgánicos, naturales, aumento de energía etc.</li> <li>• Los alimentos funcionales deben contemplar regulaciones específicas en tema de etiquetado</li> </ul>	<b>Factores Internos</b>		
	<b>Fortalezas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chile tiene amplia oferta de productos funcionales como: maqui, berries, algas, salmón, arándanos, nueces alimentos nativos como el maqui , concentrado de tomate entre otros</li> <li>• Chile es una fuente de información enorme y la Universidad Católica de Valparaíso tiene laboratorios muy bien equipados.</li> </ul>	<b>Debilidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de promoción sobre Chile, como proveedor confiable de alimentos funcionales y los atributos de estos</li> <li>• Desconocimiento del desarrollo chileno en la producción e investigaciones de productos funcionales.</li> </ul>	
<b>Factores Externos</b>	<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventajas arancelarias por TLC entre Chile y CR</li> <li>• Interés por los consumidores costarricenses por una alimentación y vida saludable</li> </ul> <b>Amenazas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chile es productor de calafate, Berry nativo del sur de Chile, con alto contenido antioxidante es una nueva alternativa de oferta</li> <li>• Chile está certificado y tiene el conocimiento</li> <li>• Existencia de ley de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer e impulsar los arándanos frescos y los berries de origen chileno como alimentos funcionales y los beneficios para la salud mediante degustaciones en supermercados y/o misiones comerciales y reportajes en la prensa.</li> <li>• Chile debe adquirir y aplicar las certificaciones requeridas internacionalmente</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconocimiento de la oferta exportable chilena de alimentos relacionados con la salud y el bienestar</li> <li>• Se requiere certificaciones de productos orgánicos, gluten free, natural, etc.</li> </ul>	<p>etiquetado en Chile que ampara las certificaciones de los productos funcionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existencia de oferta chilena exportable de materias primas e ingredientes naturales frutas con altos valores antioxidantes como es el caso del maqui</li> <li>• Las cadenas de comidas rápidas están haciendo un esfuerzo por variar el menú con buena alimentación.</li> <li>• Costa Rica es fuerte productor de productos orgánicos y ecológicos con valores nutritivos muy altos.</li> <li>• Existencia de marcas de otros países de alimentos funcionales muy posesionadas en el mercado</li> <li>• Costa Rica tiene indicadores desfavorables de salud, lo que hace que el consumidor costarricense se incline por el consumo de productos saludables y</li> </ul>	<p>según cualidad saludable que las empresas desean aplicar a sus productos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar investigaciones y darle seguimiento al surgimiento de nuevas tendencias</li> </ul>
--	---	--	--

		<p>funcionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento sostenido del turismo en Costa Rica en el año 2016 fue de 2.900.000 turistas procedentes de Europa, Norteamérica y de otros destinos.</li> <li>• El consumidor costarricense prefiere productos preparados, saludables y con responsabilidad ambiental.</li> <li>• El Movimiento Ecológico en CR ha tomado fuerza</li> <li>• El gobierno costarricense tiene alto interés en favorecer el consumo de productos saludables mediante la campaña Estilos de Vida Saludable.</li> </ul> <p>El consumidor costarricense tiene cierto nivel de formación y de información, son personas a las que les preocupa la salud</p>	
--	--	--	--



## II. SITUACIÓN

### 1. Situación del sector/producto en el mercado

#### 1.1. Identificación de forma utilización del producto

El consumo de alimentos, de bebidas relacionados con la salud y el bienestar, es una categoría de reciente desarrollo en el mercado de Costa Rica, estas se dividen en cuatro grandes categorías: fortificados/funcionales, reducidos en grasa, naturales y relacionados con la intolerancia.

Costa Rica se distingue en el mundo, por la protección del medio ambiente, con el ecoturismo, por no contar con un ejército, con un alto índice de alfabetismo, por los productos saludables y de calidad, la felicidad y la meta de convertirse en el primer país C-Neutral para el año 2021.

Las exportaciones costarricenses de la Industria Alimentaria crecieron un 5,6%, posterior a dos años de reducción o crecimiento muy bajo con un -0,5% y 1,2%, en el 2014 y el 2015 respectivamente<sup>4</sup>.

El consumidor en Costa Rica ha ido sofisticando su consumo, influenciados por el marketing de las distintas empresas, como por la alta presencia de extranjeros que residen en el país, esto último resultado de una agresiva estrategia de atracción de inversión extranjera por parte de Costa Rica, se han instalado una serie de empresas transnacionales como por ejemplo INTEL, HP, IBM, Procter & Gamble, DHL, etc., además de los adultos mayores que vienen a pasar su vejez (provenientes de Canadá y EE.UU principalmente).

Otro aspecto a considerar es la fuerte presencia de productos de Estados Unidos (en 2016 más del 40% de las importaciones de Costa Rica provinieron de éste mercado). Estos están presentes en todos los sectores, alimentos, bebidas, tecnología médica, ferretería, seguridad industrial, entre otros.

Dos ejemplos de empresas muy importantes en Costa Rica, que han ido marcando tendencia en el tema del uso de alimentos funcionales, una es “Dos Pinos” incorporando el omega y las vitaminas, a través de la pasteurización de sus productos, además de incorporar la leche deslactosada, que ha logrado ampliar el consumo de leche. Esta empresa es todo un ejemplo en Costa Rica (dada su naturaleza de Cooperativa costarricense). La otra Compañía es “Gerber”, la cual es una trasnacional que les ha dado trabajo a muchos profesionales

---

<sup>4</sup> CACIA (Cámara de la Industria Alimentaria de Costa Rica)

costarricenses, esta Compañía es la primera en cuidar los antioxidantes de las frutas. Ambas empresas son pioneras, en lo referente al uso de materias primas funcionales.

Otro ejemplo en el uso y fabricación de productos funcionales, es la nueva apuesta del Instituto Tecnológico de Costa Rica (ITCR), en producir snacks con altas concentraciones de vitamina A, indispensable para combatir el cáncer, las enfermedades cardiovasculares, prevenir las cataratas y fortalecer el sistema inmunológico.

Asimismo, hay otras empresas que, aunque no comercializan alimentos totalmente orgánicos, sí tienen un proceso cada vez más fuerte de inserción de esta línea, en sus productos finales y naturales. Tal es el caso de la empresa “Bioland”. Esta compañía, produce y vende productos con numerosos ingredientes orgánicos, casi todos estos alimentos contienen alguna proporción de materias primas cultivadas orgánicamente con su correspondiente certificación.

Algunos ejemplos reconocidos de alimentos funcionales y con importante presencia en el mercado costarricense, son los huevos enriquecidos con omega 3, los jugos enriquecidos con Calcio y Vitamina “D”, el pan con pro-bióticos y yogures enriquecidos con pro-bióticos y antioxidantes.

Los consumidores costarricenses ya no se interesan por saber cuál es el ingrediente, sino cuál es el beneficio para la salud. Se evidencia en el consumidor una tendencia en la búsqueda de propuestas más naturales y con adiciones como vitaminas, calcio y fibras.

## 2. Consumidor final

### 1. POBLACIÓN, CRECIMIENTO Y ESTRUCTURA ETARIA

Costa Rica, está situada en América Central, tiene una superficie de 51.100 Km<sup>2</sup> limita al:



- Noroeste con Nicaragua
- Sudeste con Panamá
- Este con el Océano Atlántico
- Oeste con el Océano Pacífico

Con relación a la estructura etaria de la población costarricense, se observa en el siguiente cuadro que este país tiene al 2016, una población total de 4.890.379 habitantes, de los cuales 2.467.829 son hombres (51,5%) y 2.422.551 son

mujeres (49,5 %), Costa Rica tiene una densidad de población media, de 95 habitantes por Km2. Los datos anteriores se reflejan en el siguiente cuadro.

**Cuadro No. 1: Población de Costa Rica por sexo y grupos quinquenales de edades**

Sexo y grupos quinquenales de edades	Crecimiento 2015-2016			
	2014	2015	2016	
<b>Total</b>	<b>4 773 130</b>	<b>4 832 234</b>	<b>4 890 379</b>	<b>1,20%</b>
Hombres	2 410 323	2 439 333	2 467 829	1,17%
Mujeres	2 362 807	2 392 901	2 422 551	1,24%
<b>Estructura etaria</b>				
0-4	365 956	366 604	370 618	1,09%
5-9	368 199	370 486	369 324	-0,31%
10-14	383 745	375 601	369 146	-1,72%
15-19	413 669	411 183	407 250	-0,96%
20-24	438 423	435 527	434 979	-0,13%
25-29	449 861	451 539	446 533	-1,11%
30-34	398 657	412 875	429 106	3,93%
35-39	343 362	356 449	368 572	3,40%
40-44	302 925	306 286	311 329	1,65%
45-49	295 503	293 970	293 007	-0,33%
50-54	275 229	279 933	283 246	1,18%
55-59	226 597	235 341	244 380	3,84%
60-64	169 868	180 803	191 320	5,82%
65-69	118 314	124 379	131 412	5,66%
70-74	85 025	88 849	93 006	4,68%
75-79	61 195	63 484	65 587	3,31%
80-84	40 768	41 643	42 824	2,84%
85-89	23 443	24 357	25 208	3,49%
90-94	9 288	9 781	10 272	5,03%
95-99	2 605	2 632	2 741	4,15%
100 y más	498	512	519	1,27%

Fuente INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

Costa Rica destaca porque un 26,9% de su población es millennials (quienes tienen entre 18 y 35 años), una cifra superior a la existente en otros países de Centroamérica y en Estados Unidos.

Según los últimos datos publicados por la ONU, el 8,77% de la población de Costa Rica son inmigrantes; sus principales orígenes son: Estados Unidos, Colombia, Venezuela y Nicaragua.

Adicionalmente, Costa Rica se distingue por tener un crecimiento sostenido en el turismo. En los últimos dos años, fortalecidos por la llegada de nuevas aerolíneas y vacacionistas al país, con un incremento de un 10% en el crecimiento con relación a los registros del 2015. Los principales orígenes fueron: los Estados Unidos, Europa, América del Sur y Centroamérica. En el año 2016 se registraron un total 2.900.000 turistas.

En virtud de lo anterior, en el mercado de Costa Rica existe un fuerte desarrollo del Canal HORECA/Food Service, siendo la zona de Guanacaste (Costa Pacífica), la más desarrollada en relación a infraestructura hotelera, es precisamente en este canal que existe gran demanda por productos funcionales, toda vez que los turistas los demandan y tienen gran preferencia por el consumo de estos productos.

## 2. Insumos para industria procesadora

Más de 200 compañías de alimentos operan en Costa Rica; muchas de ellas multinacionales algunos ejemplos son:



Los principales insumos para el proceso de alimentos funcionales, son principalmente productos o materias primas fortificadas con vitaminas, bajas en sodio, productos naturales, con fibra, pre y pro-biótico, micronutrientes con vitaminas, minerales, antioxidantes y omegas, todos los productos que contengan estos ingredientes marcan la tendencia y son usados por la industria alimentaria local. Un ejemplo que ha tenido mucho éxito en el mercado de Costa Rica son los arándanos frescos que se usan como ingredientes para jugos, repostería y en los lácteos.

Las siguientes materias primas son las que más se utilizan para la elaboración de alimentos funcionales en Costa Rica: Coco como fruta con valor funcional; El pepino, el cual está en auge debido a su popularidad en bebidas; La miel, especialmente por su uso como endulzante natural; Jengibre, principalmente combinado con cítricos o con el Apio y espinaca; otra mezcla es la de la clorofila y la menta; Cúrcuma: asociada al segmento de bebidas funcionales, junto a la mezcla con frutas y vegetales; Almendra: especialmente incorporada de forma exitosa en productos lácteos; Las infusiones han ido creciendo principalmente en las bebidas listas para tomar.

Otro insumo son las proteínas incorporadas, las cuales pueden ser de origen animal, en donde las proteínas lácteas son las preferidas por su excelente perfil de sabor. Por su parte, el atributo “libre de gluten” se ha consolidado, pero todavía no ha alcanzado pleno desarrollo

### 3. Retail vs. Foodservice

Las principales cadenas de supermercados existentes en Costa Rica son los siguientes:



[www.walmart.com](http://www.walmart.com)

[www.megasuper.com](http://www.megasuper.com)

[www.peri.com](http://www.peri.com)

[www.automercado.co.cr](http://www.automercado.co.cr)

[www.pricemart.com](http://www.pricemart.com)

Estos supermercados son abastecidos en su mayoría por los importadores mayoristas y son muy pocos los productos que importan directamente o con marca propia (Ver más abajo lista de importadores mayoristas).

Además existen las cadenas de conveniencia que reciben a clientes que hacen compras promedio de unos nueve dólares. Se ubican en esquinas, barrios residenciales, carreteras de alto tránsito y plazas comerciales. Se enfocan en consumidores que deben hacer compras rápidas y pequeñas.

Las cadenas de tiendas de conveniencia más importantes presentes en el mercado de Costa Rica son las siguientes:



[www.facebook.com/VindiCostaRica](http://www.facebook.com/VindiCostaRica)

<https://www.facebook.com/musicostarica>

<http://delimartcr.com/nosotros.php>

<https://www.facebook.com/ampmcr>

<https://www.facebook.com/freshmarketcr>

Los principales importadores y distribuidores mayoristas de alimentos que abastecen tanto a los supermercados, tiendas de conveniencia y canal HORECA son los siguientes:

- **BELCA COSTA RICA**  
[www.belca.co.cr](http://www.belca.co.cr)
- **MAYCA**  
[www.mayca.com](http://www.mayca.com)
- **EXPORTADORA PMT S.A.**  
[www.pmtcr.com](http://www.pmtcr.com)
- **CARNES ZAMORA**  
[www.carneszamora.co.cr](http://www.carneszamora.co.cr)
- **GLOBAL PARTNESS**  
[www.gparteners.com](http://www.gparteners.com)
- **GOURMET IMPORTS**  
[www.delika.cr](http://www.delika.cr)
- **COMPROM**  
[www.comproim.com](http://www.comproim.com)
- **PRICE SMART**  
[www.pricesmart.com](http://www.pricesmart.com)
- **UNIVERSAL DE ALIMENTOS**  
[www.universal.co.cr](http://www.universal.co.cr)
- **UNILEVER FOODSOLUTIONS**  
[www.unileverfoodsolutionslatam.com/country.../ce\\_costa\\_rica/](http://www.unileverfoodsolutionslatam.com/country.../ce_costa_rica/)
- **FRUTA INTERNACIONAL**  
[www.frutainternacional.com](http://www.frutainternacional.com)
- **ALPISTE**  
[www.alpiste.co.cr](http://www.alpiste.co.cr)
- **GRUPO PAMPA**  
[www.grupopampa.com](http://www.grupopampa.com)
- **DISTRIBUIDORA ISLEÑA**  
[www.distribuidoraislena.com](http://www.distribuidoraislena.com)
- **FLORIDA BEBIDAS**  
[www.florida.co.cr](http://www.florida.co.cr)

Con relación al canal retail de los medicamentos naturales, estos se venden básicamente en farmacias y macrobióticas. Según el Colegio de Farmacéuticos, en Costa Rica hay 699 farmacias independientes y 285 farmacias de cadena. Las cadenas de farmacias más grandes y competitivas del mercado son: Fischel, Wall Mart (farmacia), Chavarría, La Bomba, Santa Lucía y Sucre. Además, existen 60 macrobióticas, destacándose BioSalud, Mundo Sano y El Mercadito. Además se suma la franquicia GNC Live Well, que cuenta con 33 establecimientos en el país. Con relación al abastecimiento tanto de las farmacias como de las macrobióticas, éstas se abastecen de importadores mayoristas, siendo los más importantes: Cefa Comercial, COFASA, Coprodisa, Distribuidora Alternativa, Farmanova, entre otros.

#### 4. Etiquetado

La oferta de alimentos diferenciados, debe cumplir con el procedimiento de importación de alimentos convencionales, además deben contemplar las regulaciones específicas en temas de etiquetado.

El departamento de Reglamentación Técnica del Ministerio de Economía Industria y Comercio, es la entidad encargada de regular el etiquetado de productos en Costa Rica, en el siguiente link se encuentra las disposiciones fundamentales para la confección correcta de las etiquetas de productos: <http://meic.go.cr/reglatec/>

## III. OPINIONES DE AGENTES RELEVANTES EN EL MERCADO SOBRE PRODUCTOS DE LA COMPETENCIA LOCAL Y EXTERNA

### 1. Importadores

Es importante que el exportador maneje muy bien la información de precios, características de los productos (bondades, propiedades, costeo de los productos, etc.) y el tema logístico del envío desde Chile, es vital facilitar el negocio al empresario local y asegurar el cumplimiento de los compromisos asumidos, por ejemplo: envío de muestras, material promocional, financiar o cofinanciar costo de los registros (cuando aplique), cumplir con las fechas de envío de los productos, responder ante cualquier problema que exista en calidad y/o cantidad de los productos.

## 2. Consumidor final

En general nos encontramos con un consumidor que tiene cierto nivel de formación y de información, son personas a las que les preocupa su salud. Para la toma de decisiones al comprar productos funcionales en el mercado de Costa Rica, existen dos segmentos:

- 1- Los consumidores que compran alimentos funcionales por decisión propia, para mejorar su salud y el bienestar
- 2- Los consumidores que compran alimentos funcionales bajo consejo de su médico, con la necesidad de aliviar o resolver algún problema de salud.

Hay una conciencia que se va generando en el consumidor costarricense, por el consumo de alimentos relacionados con la salud y el bienestar, pero hace falta todavía más información para que la gente entienda los beneficios de consumir estos productos.

Existe una creciente preferencia por la tienda de conveniencia debido al tráfico vehicular (tiempos de desplazamientos), como además la escases de tiempo del consumidor. Los consumidores hacen sus compras de una forma más inteligente, leen y analizan más sobre un producto antes de comprar. Ahora no solo se guían por el precio sino que también le dan importancia a la calidad de lo que van a comprar.

## IV. FUENTES DE INFLUENCIA EN REQUERIMIENTOS Y TENDENCIAS

### 1. Origen de la tendencia o requerimiento (ej.: inicios de la tendencia en los medios, factores que desencadenaron en la tendencia, zona o país)

“El censo, denominado Peso y Talla Costa Rica 2016”, presentado por autoridades del Ministerio de Salud y Educación Pública, reveló que de 347.379 niños analizados, el 34% presenta problemas de peso, de los cuales el 14% tiene obesidad, el 20% sobrepeso y un 2% presenta desnutrición.<sup>5</sup>

Costa Rica ocupa el lugar número 26 entre los países con dietas con más alimentos saludables, y el puesto 122 en la lista de las dietas con más alimentos perjudiciales para la salud<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> CACIA (Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria)

<sup>6</sup> IDEM



Desde esta perspectiva, existen múltiples factores que explican el origen de la tendencia por el consumo de alimentos funcionales; este cambio de actitud: envejecimiento de la población, mayor conciencia de las enfermedades crónicas, aumento en la información disponible sobre salud y nutrición, además del surgimiento de un rol más activo de los consumidores en relación al cuidado y manejo de la propia salud.

Los consumidores costarricenses continúan con el interés por consumir alimentos que contengan únicamente los ingredientes sanos y necesarios, se alejan de productos con ingredientes artificiales, impulsados esto por una generación de millenials que está más dispuesta a tomar acción.

Bajo este contexto, la industria alimentaria costarricense presenta las siguientes tendencias:

- 1- Productos naturales
- 2- Amigables con el medio ambiente
- 3- Más consumidores preocupados por la salud
- 4-

## **2. Demandas o requerimientos asociados (ej.: alimentos funcionales, orgánicos, naturales)**

Las demandas o requerimientos más importantes de los consumidores costarricenses son los siguientes:

- Reemplazo de colores artificiales por colores naturales: los colores naturales han evolucionado a ser ingredientes en lugar de aditivos, pues se tienen ahora en forma de extractos de zanahoria, remolacha, arándanos u otras frutas y vegetales.
- Reducción de la cantidad de ingredientes en etiqueta: Un ejemplo de esto es el yogurt, se utiliza el proceso de deslactosado mediante la adición de lactasa, con esto se incrementa el dulzor con la misma cantidad de azúcar y sin tener que colocar un edulcorante no calórico.
- Verde, verde y más verde: el verde domina el etiquetado de los alimentos independientemente de que sean de origen animal o vegetal. La incorporación de ingredientes que den un color verde en los productos también está de moda, bebidas con la incorporación de pepino, hierbabuena, jugos de frutas con hojas verdes como el apio, sabores de limón, etcétera, todo lo que justifique que el producto final sea verde resulta atractivo.

- Proteínas mejores para todos: la revolución de los productos altos en proteínas ya pasó de las macrobióticas a las góndolas de supermercado. El consumidor costarricense es consciente de que la proteína es importante para el crecimiento de los niños, para mantener la masa muscular en los adultos, para el control de peso pues da más saciedad y para los deportistas para evitar recuperación muscular luego de ejercicios intensos. :

En virtud de lo anterior; es indispensable que los productos presenten un etiquetado nutricional lo más completo posible y cabe resaltar que el movimiento ecológico, sigue tomando fuerza en el mercado de Costa Rica, por lo que el cliente muestra mayor preocupación sobre los materiales de los envases y el ciclo de vida de estos.

### **3. Identificar agencias o entidades con influencia en la tendencia (asociaciones, grupos independientes, médicos, medioambientalistas, etc)**

Algunas agencias o entidades costarricenses relacionadas con el consumo de alimentos funcionales son las siguientes:

- El Ministerio de Salud de Costa Rica crea sello de Garantía para alimentos fortificados
- Centro de Investigación en Biotecnología Instituto Tecnológico de Costa Rica
- Asociación Nacional de Productores, Industriales, Importadores y Comerciantes de Productos Naturales de Costa Rica.
- La Casita Natural es la cadena de Macrobióticas más grande de Costa Rica, con 11 tiendas ubicadas en distintos puntos de Costa Rica
- Unidad de Acreditación y Registro en Agricultura Orgánica del Servicio Fitosanitario del Estado (SFE)
- Green Center es un supermercado que ofrece productos, servicios y actividades relacionadas con el bienestar y la sostenibilidad ambiental: [www.greencentercr.com/supermercado-organico](http://www.greencentercr.com/supermercado-organico)
- Día Vida Asociación Pro Diabéticos

# V. DEFINICIÓN CONSUMIDOR Y MERCADO POTENCIAL

## 1. Tamaño del mercado para el/los productos

### 1.1. Consumo y ventas

Gracias a las preferencias arancelarias otorgadas por el TLC, se ha diversificado ampliamente la canasta de productos frutícolas y alimentarios exportados a este mercado.

Las exportaciones chilenas del sector agropecuario a Costa Rica, crecieron un 22% en el 2016 con relación al mismo período anterior. Los productos de este subsector y que son considerados alimentos funcionales, que mostraron un crecimiento en el año 2016 con relación al 2015 son: las paltas con un 60%, las manzanas frescas con un 17%, preparaciones para la fabricación de jugos con un 73%, salmón y trucha un 23%, uvas frescas un 7%, vino tinto un 131%, pulpa y mermeladas de frutas un 9%, duraznos un 1%, peras frescas un 37%, ciruelas frescas un 12%, ketchup un 75%, frutillas congeladas un 397%, espárragos congelados un 29%, manzanas deshidratada un 5%, maíz dulce congelado un 16%, arándanos frescos un 40%, plantas medicinales (hipérico, manzanilla y boldo) un 14%, frambuesas congeladas un 38%. Los productos mencionados con anterioridad se enmarcan dentro de las glosas de estudio, de este informe, por lo que se puede concluir que todos los productos y materias primas funcionales tienen alta demanda en este mercado.

La industria alimenticia de Costa Rica está compuesta por más de 1.300 industrias en todo el país, en un 98% micro y pequeña empresa, que generan más de 43.000 empleos directos. Con más de 100 años de experiencia ha desarrollado productos de alto valor agregado. Además, como ya se mencionó existen varias transnacionales que manufacturan en Costa Rica, alimentos y que son grandes demandantes de productos funcionales.

Los industriales de alimentos están apostando a la innovación de productos, diversificación de los canales de ventas, e incrementar su portafolio de productos a objeto de mejorar los márgenes de rentabilidad, ante esta estrategia los empresarios se ven obligados a innovar y adquirir materias primas certificadas, por lo que Chile representa una opción de país proveedor.

Cabe destacar, que en Costa Rica se encuentran varias plantas de producción de empresas que atienden el mercado centroamericano, como es el caso de Unilever, Galletas Pozuelo, Productos Jacks, Grupo Numar, Grupo Florida, CEFA, Demasa, entre otras compañías .

Según datos de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica el número de introducciones de nuevos productos funcionales ha aumentado en aproximadamente un 28% anual.

Con relación al consumo de los productos objeto de este informe, los valores importados por Costa Rica al 2016 fueron los siguientes en miles de dólares:

**Cuadro No. 2 Importaciones de productos seleccionados**  
(Cifras en miles de US\$)

GLOSA	PRODUCTO	Valor
22029010	Bebidas a base de jugos de una sola fruta, legumbre u hortaliza, enriquecidos con minerales y vitaminas, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada	29.000
22029020	Bebidas a base de mezclas de jugos de frutas, legumbres u hortalizas, enriquecidos con Minerales o vitaminas, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada	40.509
08104029	Los demás arándanos azules o blueberry, frescos (desde 2012)	443
08109099	Las demás frutas u otros frutos, frescos (desde 2012)	33
08134091	Los demás frutos secos orgánicos, excepto de partidas 0801 a 0806	390
20079990	Las demás confituras, jaleas y mermeladas, puré y pastas de frutas	2.691
20089990	Los demás frutos y partes comestibles de plantas	27.358
20098090	Los demás jugos de frutas y hortalizas	122
20099000	Mezclas de jugos sin fermentar, y sin adición de alcohol	1.761
20071000	Preparaciones homogeneizadas para alimento infantil o uso dietético	1.569

Fuente: Elaboración propia con datos de Procomer (Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica)

Del cuadro anterior se desprende que la partida más importante en las importaciones realizadas por Costa Rica en el año 2016 es la glosa 20079990 “Las demás confituras, jaleas y mermeladas, puré y pastas de frutas”, además podemos decir que todos los productos objeto de informe son demandados por este mercado.

## VI. COMPETIDORES O ACTUALES PROVEEDORES

### 1. Posición de competidores en el mercado (local e importado)

#### 1.1. Normativas

El Ministerio de Salud es la entidad responsable de otorgar los registros sanitarios para los siguientes productos: Alimentos y bebidas, cosméticos, medicamentos, estupefacientes, equipo y material biomédico.

Para el registro de productos alimenticios, productos naturales, el interesado debe ingresar al portal electrónico [www.registrelo.go.cr](http://www.registrelo.go.cr), donde podrá registrarse con su certificado de firma digital y luego podrá iniciar el trámite requerido ya sea: inscripción, renovación, cambios post registro, uso de registro o reconocimiento de productos de interés sanitario.

Para ingresar a este sistema el ciudadano requiere:

1. Contar con una firma digital.

Para mayor información de cómo se puede obtener la firma digital, o quienes pueden obtenerla, cual es el costo de ella y como esta se puede utilizar, se puede ver en el siguiente link: [http://www.bccr.fi.cr/sistema\\_pagos/servicios\\_sinpe/seguridad/firma\\_digital.html](http://www.bccr.fi.cr/sistema_pagos/servicios_sinpe/seguridad/firma_digital.html)

2. Registrarse en el sistema, autorizar a otras personas físicas o jurídicas a realizar trámites en la plataforma en su representación.

3. Completar el formulario electrónico y adjuntar los documentos requeridos según el producto a registrar.

Formatos/Envases/Empaques (Materiales)





## 1.2. Estrategias de posicionamiento

Se debe tener en cuenta que el importador juega un papel fundamental en el proceso de la tramitología anterior al ingreso del embarque. Es por ello, que el establecimiento de una relación transparente, conlleva al éxito en la inserción de un producto a este mercado.

Dependiendo de los productos, es fundamental apoyar al importador en la promoción de ellos, ya sea realizando eventos de lanzamiento, visitas de terreno a puntos de ventas, degustaciones o demostraciones de los productos y sus bondades, destacando la relación precio/calidad. Además, insertos en periódicos o revistas especializadas.

Es primordial que los empresarios chilenos respondan a los compromisos asumidos en sus reuniones de negocios, es vital responder a tiempo lo comprometido, en primera instancia puede ser “a la brevedad responderé o enviaré cotización, o la información de interés”. También aplica en caso de que la respuesta sea negativa.

Hay que tener presente el calendario de fiestas locales y de las vacaciones. Los períodos vacacionales más importantes son:

- Navidad y año nuevo: generalmente, las empresas y el gobierno cierran a partir del 15 de Diciembre y hasta el primer lunes Enero del siguiente año.
- Semana Santa: aunque los días feriados por Ley son el Jueves y Viernes Santos, es usual que las empresas y el gobierno cierren para disfrutar a la cuenta de vacaciones, el lunes, el martes y el miércoles Santo.
- Vacaciones Escolares: El periodo de vacaciones de verano es desde Diciembre hasta la segunda semana de Febrero, el periodo de vacaciones de invierno son las dos primeras semanas de Julio, además de la Semana Santa.

En relación al desarrollo del negocio el empresario chileno debe tener claro los siguientes puntos: proyección del largo plazo, conocimiento del producto, definición clara de los objetivos, mercado meta, abastecimiento adecuado y tener un precio competitivo en el segmento del mercado donde va a participar. Es fundamental que establezcan una relación comercial de “socios” que les permita crecer juntos.



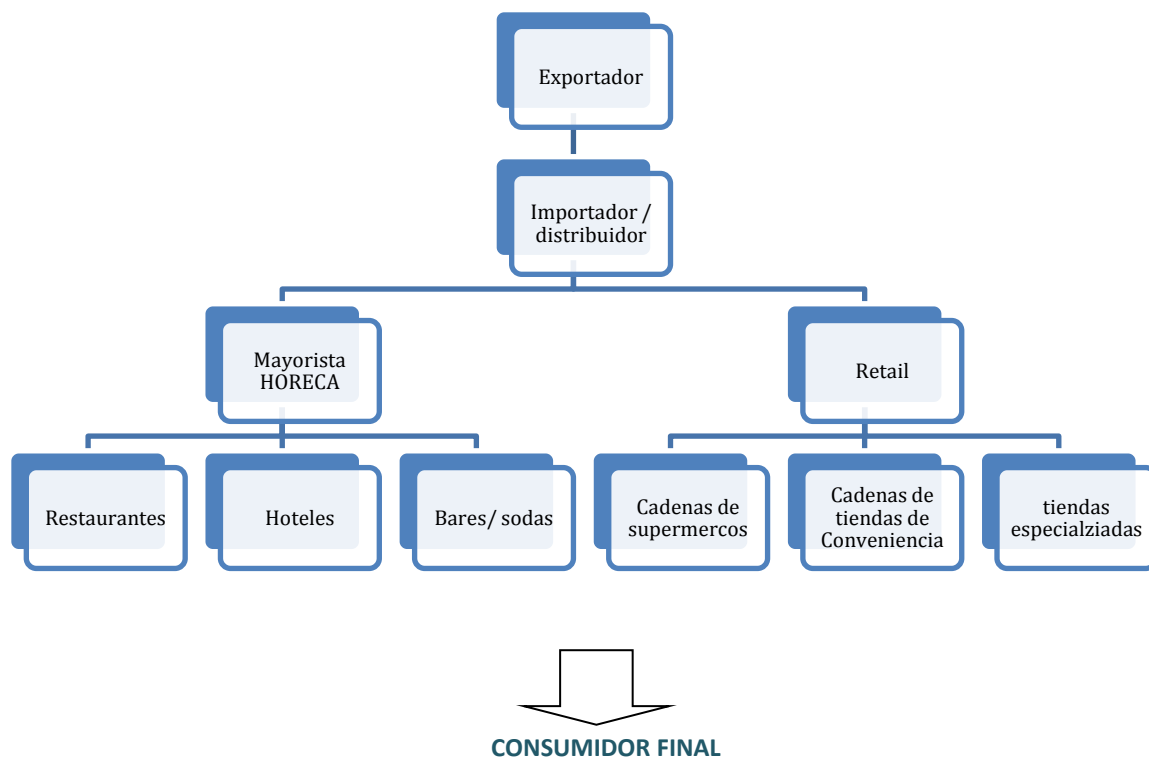
# VII. DISTRIBUCIÓN

## 1. Flujo del producto en el mercado

La cadena de comercialización es corta. El importador es el distribuidor a la vez mayorista, en algunos casos hasta llega a la venta al detalle, es por ello, que atiende los canales de supermercados, mayoristas, detallistas, farmacias, macrobióticas, restaurantes, hoteles (y tiendas de hoteles), tanto en las provincias como en los centros de población más importantes fuera de la capital (San Carlos, Santa Cruz, Cañas, Pacífico Central, Perez Zeledón, Palmar Norte, Guácimo y Limón). Es así como los grandes mayoristas e importadores distribuyen productos al por menor a los Minisúper o pulperías, tiendas de conveniencia, canal HORECA y Supermercados.

A continuación se presenta un gráfico del flujo del producto desde el fabricante extranjero hasta el consumidor final

**GRAFICO No. 1 Flujo en el canal de distribución**



Fuente: Elaboración propia ProChile Costa Rica

# VIII. POSICIÓN Y OPORTUNIDADES PARA EL PRODUCTO CHILENO

## 1. Oportunidades detectadas

Dado los altos índices de enfermedades como la obesidad y los programas gubernamentales, que impulsan una alimentación sana, ello favorece un escenario favorable para las ventas de alimentos funcionales.

Con relación al canal Food-Service, existe una amplia oferta de productos saludables en los hoteles, el turismo es muy fuerte hay una oportunidad de mercado muy grande, por la gran demanda de productos funcionales en este nicho de mercado.

La comida preparada con alimentos funcionales, es cada vez más apetecida por los consumidores costarricenses, abriendo una oportunidad de negocio, existe una creciente demanda por este tipo de alimentos en el país. Y las cadenas de comida rápida insertan dentro de su menú recetas con alimentos funcionales y también existen restaurantes orgánicos.

En definitiva, se ha observado en el mercado de Costa Rica, un aumento en la demanda de productos funcionales, dinamizados por un mayor interés de los costarricenses en mantener un estilo de vida saludable, por lo que se puede concluir, que Chile tiene grandes oportunidades para la comercialización de insumos y productos del sector agropecuario con valor agregado (productos funcionales) en el mercado de Costa Rica.

### Necesidades de adaptación/mejoras del producto chileno en el mercado de acuerdo a los requerimientos

Los productos chilenos que se comercializan en Costa Rica en su etiqueta debe distinguirse la cualidad saludable, mostrar información del producto, además de ofrecer al importador local ofertas y promociones para dar a conocer los productos en los puntos de venta. Además las empresas chilenas con oferta de productos funcionales deben cumplir con los requisitos y estándares internacionales con relación a las certificaciones.

# IX. FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS O CONTACTOS CON EXPERTOS EN EXTRANJERO

- Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica: [www.comex.go.cr](http://www.comex.go.cr)  
Es la entidad encargada de la formulación, planificación y la dirección de las políticas de comercio exterior, de inversiones y de cooperación económica externa, en materia de comercio exterior.
- Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria: [www.cacia.org](http://www.cacia.org)  
Es la entidad privada que agrupa a la industria alimentaria de Costa Rica.
- Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER). [www.procomer.com](http://www.procomer.com)  
Es la entidad homóloga a ProChile.
- Ventanilla Única de Comercio Exterior: Creada bajo acuerdo presidencial en 1988, pertenece a la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), es conocida por sus siglas VUCE, es la oficina que integra en un punto físico único, a delegados de las diferentes instituciones involucradas en el otorgamiento de permisos y autorizaciones de importación: [www.procomer.com/contenido/ventanilla-%C3%BAnica-de-comercio-exterior.html](http://www.procomer.com/contenido/ventanilla-%C3%BAnica-de-comercio-exterior.html)
- Sistema de notas técnicas de comercio exterior en línea. Es un sistema creado con el fin de que los permisos, tanto de importación como de exportación, puedan solicitarse de forma expedita por vía electrónica, a través de la página de PROCOMER. El sistema es gratuito y puede ser utilizado, tanto por agencias de aduanas como por empresas importadoras y/o exportadoras, utilizando el “Formulario de Autorización de Des almacenaje (FAD)”. Se sugiere consultar el sitio:  
Para consultar cada una de las NOTAS TECNICAS DE IMPORTACIONES, favor ver el sitio: [www.procomer.com/contenido/descargables/MANUAL\\_DE\\_NOTAS\\_TECNICAS\\_DE\\_IMPORTACION.pdf](http://www.procomer.com/contenido/descargables/MANUAL_DE_NOTAS_TECNICAS_DE_IMPORTACION.pdf)
- Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG): [www.mag.go.cr](http://www.mag.go.cr) contiene la información reglamentaria para la introducción de productos Silvio agropecuarios.

- Servicio Fitosanitario del Estado (SFE): su página es: [www.sfe.go.cr/importaciones](http://www.sfe.go.cr/importaciones), Para los trámites y facilitarle la búsqueda de información, hay una guía para que ingrese en el Catálogo Nacional de Trámites, en el que encontrará una descripción de cada una de las gestiones que se puede realizar en el SFE: <http://www.sfe.go.cr/tramites>, Para consultas de Manual de Procedimientos de SFE: [www.sfe.go.cr/importaciones/PROCEDIMIENTOS.pdf](http://www.sfe.go.cr/importaciones/PROCEDIMIENTOS.pdf)  
Y para consultar los requisitos Fitosanitarios de un determinado producto:

[www.sfe.go.cr/SFECuarentena/asp/RequisitosImportacion/ConsultarRequisitosImportacion.aspx](http://www.sfe.go.cr/SFECuarentena/asp/RequisitosImportacion/ConsultarRequisitosImportacion.aspx)

- Para consulta de requisitos zoonosanitarios, se sugiere visitar el sitio: [www.senasa.go.cr](http://www.senasa.go.cr)
- Ministerio de Salud en su sitio pone a disposición del usuario, el sistema de información especial para las empresas, el cual facilita a los interesados, el acceso a servicios que brinda esta institución: [www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/menu-superior-empresas-ms/menu-superior-empresas-servicios-ms](http://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/menu-superior-empresas-ms/menu-superior-empresas-servicios-ms)
- Los reglamentos nacionales, técnicos, leyes, decretos, resoluciones y otra legislación nacional, aplicable a diversos sectores nacionales: [www.reglatec.go.cr/regNacionales.htm](http://www.reglatec.go.cr/regNacionales.htm)
- Banco Central de Costa Rica: se encuentra toda la información económica del país, sobre el tipo de cambio y demás indicadores económicos actualizados: [www.bccr.fi.cr/flat/bccr\\_flat.htm](http://www.bccr.fi.cr/flat/bccr_flat.htm)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: es posible obtener estadísticas relevantes en cuanto a las importaciones realizadas por Costa Rica: [www.inec.go.cr](http://www.inec.go.cr)

Ministerio de Hacienda: contiene información arancelaria y código de cada producto: [www.hacienda.go.cr/tica/consultas/hdbaranc.aspx](http://www.hacienda.go.cr/tica/consultas/hdbaranc.aspx)

El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.