

---

# Estudio de Mercado Jaleas y Mermeladas en Costa Rica

Julio 2012

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en San José

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	4
<b>3. Código Sistema Armonizado Local:</b> .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	4
<b>1. Arancel General, Arancel Preferencial Producto Chileno, Otros Países con Ventajas Arancelarias y Otros Impuestos:</b> .....	4
<b>2. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	5
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	5
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	5
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	7
<b>3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)</b> .....	8
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	9
<b>1. Estadísticas 2011</b> .....	9
<b>2. Estadísticas 2010</b> .....	9
<b>3. Estadísticas 2009</b> .....	10
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	10
<b>1. Potencial del producto</b> .....	10
<b>1.1. Formas de consumo del producto</b> .....	11
<b>1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)</b> .....	12
<b>1.3. Comentarios de los importadores</b> .....	12

<b>1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....</b>	<b>12</b>
<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto. ....</b>	<b>12</b>
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>13</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista.....</i>	<i>13</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia.....</i>	<i>14</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>14</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones .....</i>	<i>14</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>15</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto.....</i>	<i>15</i>

## PRODUCTO:

**1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:**

2008999000

**2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:**

Las demás frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas preparadas o conservadas, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol

**3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:**

Producto	Código
Otras frutas preparadas o conservadas	2008990090

## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

**1. ARANCEL GENERAL, ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO, OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS Y OTROS IMPUESTOS:**

Producto	Arancel general	Arancel Preferencial Chile	Otros países con ventaja arancelaria	Otros impuestos
Otras frutas preparadas o conservadas	14%	0%	México, Panamá, República Dominicana, CARICOM (*), Centroamérica. Canadá, EEUU, tienen un 0% de arancel y China la tabla de desgravación es la siguiente: 2012: 12%, al 2013 un 10.50%, al 2014 un 9%, al2015 un 7.50%, al 2016 un 6%, al 2017 un 4.50%, al 2018 un 3%, al 2019 un 1.50%, hasta llegar al 2020 con un 0%	1% ley 6946 Los países con TLC no lo pagan, entre ellos Chile  Sin excepción, todas las importaciones pagan el 13% de Impuesto de Ventas (IVA).

(\*)CARICOM vigentes con: Jamaica; Guyana; Barbados; Surinam y Trinidad & Tobago) y pendientes de ratificación: Antigua; Barbuda; Belice; Dominica; Granada; San Cristóbal; Nieves; Santa Lucía; Saint Vincent y Las Granadinas).

## 2. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

No se encontró ninguna barrera arancelaria

# III. REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

## 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

El Registro sanitario es la autorización administrativa previa que otorga el Ministerio de Salud a toda persona natural (física en CR) o jurídica que realice la importación, elaboración o comercio de alimentos de nombre determinado y bajo marca de fábrica en el territorio nacional, de conformidad con lo que se establece en la Ley General de Salud y los reglamentos vigentes para las diversas actividades económicas.

**Paso I - Solicitud del Pin para el trámite en línea** (una parte del registro se debe realizar en línea, la otra parte debe ser entregada en forma física ante el Ministerio de Salud de Costa Rica).

1. Ingresar a la página principal del Ministerio de Salud <http://www.ministeriodesalud.go.cr/>  
En el Menú principal ingresar a “Ministerio Virtual” y posteriormente a “Registro de Alimentos y Materias Primas”



2. Debe descargar los siguientes dos formularios en formato Word que se despliegan:

Sistema Web de Alimentos y Materias Primas

- Manual del Sistema
- Manual de fechas de confrontación
- Guía de Revisión de la Documentación para el Registro Sanitario de Alimentos.
- Guía de Revisión de la Documentación para Cambios Post-Registro de Alimentos
- Sistema RAMP
- Declaración Jurada
- Solicitud de Usuarios
- Sistema RAMP - Videos de Ayuda

• Declaración Jurada

• Solicitud de usuarios

Además se debe presentar otros documentos a saber:

- Fotocopia del permiso de funcionamiento (del local).
  - Original de la personería jurídica (persona jurídica) con no más de 3 meses de haber sido emitida o copia de cédula de identidad (persona natural) certificada por abogado.
3. Una vez se cuenten con estos cuatro documentos se debe de presentar ante el Departamento de Trámites y Registros para la solicitud del Pin. El Pin será dado después de 4 días hábiles.

### Paso II - Pago del registro

Costo: US\$100 por producto

Entidad: Banco Nacional de Costa Rica

Cuenta en dólares: 000-617477-5

**Nota:** Una vez se tenga el Pin es indispensable realizar el pago del producto, ya que una vez que se ingrese en el sistema, este pedirá el número de recibo.

### Paso III - Registro en línea

1. En el sistema Web de Alimentos y Materias Primas Ingresar al link “Sistema Ramp” y a continuación ingresar con el Pin y nombre de usuario previamente adquirido. Proceder a completar la información general de la empresa e información del producto.



2. Una vez completada la información se deberá adjuntar las imágenes de la etiqueta original (en idioma español) y el Certificado de libre venta <sup>1</sup>
3. Una vez adjuntados estos documentos el sistema le dará opción (según disponibilidad de fechas) de elegir una fecha de confrontación en la que usted deberá apersonarse nuevamente ante el Departamento de Trámites y Registro para la presentación física de los siguientes documentos:
  - Etiquetas
  - Certificado de Libre Venta

Nota: Tomar en cuenta que la presentación de la documentación debe realizarse en un folder con prensa, con su respectivo índice y debidamente foliado (empezando por la hoja # 1 de atrás hacia adelante).

Fuera del folder se debe indicar el # de pre registro que brinda el sistema.

Se requiere DUS (Documento aduanero), factura comercial y el certificado de origen.

**2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:**

Ventanilla única de Comercio Exterior de:

PROCOMER (Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica, [www.procomer.com](http://www.procomer.com))  
[www.procomer.com/contenido/ventanilla-única-de-comercio-exterior.html](http://www.procomer.com/contenido/ventanilla-única-de-comercio-exterior.html)

Ministerio de Salud de Costa Rica [www.ministeriodesalud.go.cr](http://www.ministeriodesalud.go.cr).

<sup>1</sup> Certificado de Libre Venta y Consumo: Es el documento expedido por la autoridad competente del país de origen, en el cual se indica que el producto tiene su registro vigente y que su venta para consumo humano está autorizada legalmente en ese país.

Es importante destacar que estos productos deben cumplir los requisitos de la norma técnica de importación No. 50.

### 3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS



#### FRUTAS



Higos en almibar

Kiwi en lata



Cereza roja, frasco  
Cód. 2845  
283g

# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

## 1. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos de América	986.619,92	3.233.453,00	62,87%
El Salvador	299.993,00	812.178,00	15,79%
Honduras	152.159,00	421.016,00	8.,14,%
México	165.668,00	285.042,00	5,54%
<b>Chile</b>	<b>176.026,00</b>	<b>178.309,00</b>	<b>3,47%</b>
China	66.001,00	98.238,00	1,91%
Colombia	18.094,00	64.443,00	1,25%
España	37,87	23.088,00	0,45%
India	18.800,00	14.902,00	0,29%
Guatemala	2.340,00	5.394,00	0,10%
Otros	5,428.13	9,574	0,19%
<b>Total</b>	<b>1.891,166</b>	<b>5.145,637</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Instituto nacional de Estadísticas y Censos. Costa Rica. 2011

## 2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos de América	958,201	2.729,809	67.%
El Salvador	203,098	566,032.00	14.%
Honduras	56,152	421.016,00	10.62%
México	166,746.89	277,637	7%
<b>Chile</b>	<b>75,956</b>	<b>51,244</b>	<b>1.28%</b>
Otros	80,298	4,041	0,10%
<b>Total</b>	<b>1,540,451.89</b>	<b>4.001,200</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Instituto nacional de Estadísticas y Censos. Costa Rica.

### 3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos de América	300,357	858,088	50%
El Salvador	166,432	476,030.00	28%
México	149,007	255,688	15%
Colombia	13,625.00	40,065	2%
China	3,961	29,682	1%
<b>Chile</b>	<b>2</b>	<b>28</b>	<b>0%</b>
Otros	162,019	62,092	4
Total	795,403.19	1,721,673	100.00%

Fuente: Instituto nacional de Estadísticas y Censos. Costa Rica.

En el año 2011 las importaciones totales registraron un aumento de un 28% con relación al año 2010 y con relación al año 2009 crecieron un 199%, ello demuestra el gran dinamismo que tiene esta categoría en el mercado de Costa Rica.

Además, en los 3 años analizados Estados Unidos es el principal país proveedor, le sigue El Salvador y Honduras. También, las estadísticas evidencian el crecimiento que ha tenido Chile como país proveedor al pasar de un 1.28% en el año 2010c al 3.47% en el año 2011.

## V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

### 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Cabe señalar, que por el TLC entre Chile y Costa Rica las jaleas y mermeladas tienen arancel 0% versus el que debe pagar los productos originarios de otros países que no tienen TLC con Costa Rica, como es el caso de Colombia y España que deben pagar un 14% de arancel general, esta situación nos da una ventaja competitiva y las oportunidades del mercado están dadas.

El potencial de mermeladas y jaleas en el mercado de Costa Rica es muy grande, especialmente porque la importancia del sector turismo en este país es altísima, representando el 6% del PIB del país en el año 2011; con

más de dos millones de visitantes en ese año. Adicionalmente, Chile tiene la capacidad de ofrecer algo diferente, una solución para quienes buscan alimentos listos, nutritivos y con buen sabor.

Si bien es cierto, que Costa Rica tiene producción local de jaleas y mermeladas, entre las principales empresas productoras Tricopilia, Ujarrás y El Ángel, ninguna de éstas está orientada al sector gourmet y predomina en el mercado sabores de frutas locales tales como guayaba, fresa, mora, piña, maracuyá y naranja. Chile puede ofrecer otros sabores, que no se dan en Costa Rica, como por ejemplo: durazno, damasco, guindas, ciruelas, entre otros. Además de acuerdo a las estadísticas de importación analizadas más arriba se evidencia que la oferta no puede abastecer la demanda local y al no existir barreras arancelarias para la importación de productos de origen chileno en este subsector se da la ventaja competitiva que podría tener Chile.

Existe un nicho potencial para las mermeladas y jales 100% naturales endulzados con sucralosa toda vez que existe una campaña del gobierno de Costa Rica para consumir productos más sanos y bajos en azúcar, además existen personas jóvenes y ejecutivas interesadas en el consumo de productos gourmet y exigentes con la calidad de los mismos, existe mucho Interés de la población en consumir productos con ingredientes naturales y orgánicos.

Por otra parte, hay algunas personas a las que corresponde, en época navideña, comprar varios regalos que envía su compañía a clientes importantes. Entre los mejores recibidos están, sin duda, las canastas con productos alimenticios, por esta razón las mermeladas gourmet es un producto a considerar para este segmento de cliente.

Entre las marcas extranjeras presentes en el mercado de Costa Rica se encuentran: Swiss Chalet de Estados Unidos, Roland de Estados Unidos, St. Dalfour de Francia.

Costa Rica es un importante mercado para la exportación de empresas PYMES, (no es un mercado de volúmenes) y los productos chilenos están bien posicionados con alta calidad y competitividad. Además las similitudes culturales generan un ambiente propicio para los negocios.

### 1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Las jaleas y mermeladas importadas del sector gourmet se comercializan en envases de vidrio de 550, 280 300,250 y 330 gramos la unidad. Además existen presentaciones de envasado en “sachet” el cual permite entregar el producto a un precio menor, orientado al sector HORECA (Hoteles y restaurantes). Otro dato interesante es que en las mermeladas importadas se encuentran sabores de albaricoque, cereza negra, pera y arándanos e higo. Una de las marcas presentes en el mercado comercializa las mermeladas en caja de cartón con 4 unidades de sabores diferentes, como se aprecia en la siguiente foto



El producto final va a depender de los requerimientos del cliente: supermercados, horeca o industrial por lo tanto existen diversas formas de consumir el producto en estudio.

### 1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

En sus envases se menciona el alto porcentaje de fruta que contienen y la calidad de esta, al ser gourmet se comercializa en envases de vidrio.

### 1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES

Costa Rica es un mercado muy competitivo donde el precio es la variable clave para avanzar en el negocio además del apoyo en la estrategia comercial. Chile tiene sabores que no existe oferta local por ello existe interés en conocer la oferta de verduras y frutas chilenas como nuevas alternativas de productos naturales con nuevos sabores y texturas a objeto de seducir al consumidor local y empresarios internacionales residentes en Costa Rica con altos ingresos.

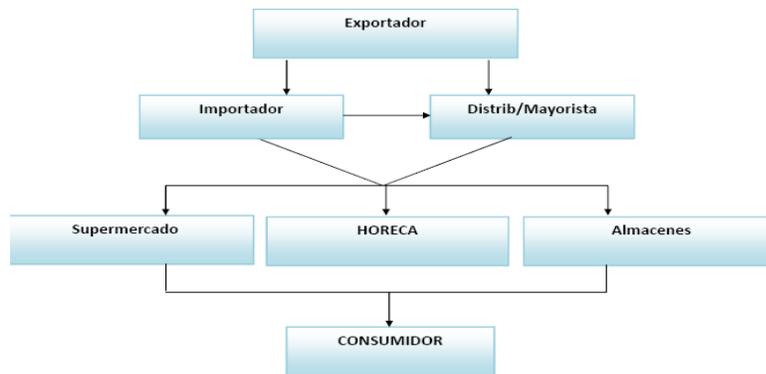
### 1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

Dada la naturaleza de este tipo de productos la demanda es sostenida a lo largo de todo el año.

### 1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Los principales centros de consumo para este tipo de productos son el sector HORECA (Hoteles y Restaurantes), así como supermercados segmento ABC1.

## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN



En relación a los supermercados Costa Rica tiene las siguientes cadenas: Walmart con sus diferentes formatos Más x Menos, Palí, Wal-Mart (antes Hipermás) y Maxi Pali (antes Maxi Bodega), cadena de supermercados AM-PM, Grupo Gessa es dueño de Peri, Súper Compro, Saretto, Turribásicos y Jumbo y Saretto, cadena Auto mercado y cadena de supermercados Megasuper.

## VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Precios Retail (Cadena de Supermercados Automercado)

Marca	Producto	Precio en US\$
Smuckers	Jalea de fresa baja en azúcar de 250 gramos	US\$4.36
Norka	Jalea picante con mango en frasco de 250 gramos	US\$4.40
Norka	Jalea diet mora silvestre frasco de 250 gramos	US\$4.61
Schwartau	Jalea (puré de ciruela) en frasco de 330 gramos	US\$5.35

## VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

La principal estrategia es el permanente contacto con los potenciales clientes (importadores/distribuidores), adecuándose a los requerimientos de las distintas empresas.

Otra estrategia utilizada por la competencia es la participación en ferias de la industria Alimentaria a realizarse en Costa Rica, promoción y degustación en los puntos de venta, publicación en prensa escrita y revistas especializadas, lanzamientos de productos en hoteles y restaurantes así como supermercados.

A nivel de retail (supermercados), es fundamental la promoción en los puntos de ventas.

## IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Se venden en envases en frascos de vidrio y enlatados.

## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Costa Rica quiere tener más oferta chilena y tener contacto con proveedores de mermeladas y jaleas por ello se sugiere que las empresas realicen más visitas a este mercado y sean más agresivas.

A lo largo de los últimos años, Chile ha venido construyendo una sólida plataforma comercial con una excelente imagen dentro del entorno de negocios, sobre la calidad y competitividad de los productos chilenos en el mercado de Centroamérica de ahí la importancia de cumplir con los compromisos adquiridos como por ejemplo el envío de muestras, material promocional, cumplir con las fechas de envíos de los productos y responder ante cualquier problema que exista en calidad / o cantidad de los productos y lograr una atención personalizada al cliente.

# XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

## EXPOCACIA 2013

Fecha: 28 y 29 de mayo 2013

Organiza: Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria –CACIA

Página Web: <http://cacia.org>

Contacto: Mario Montero, Director Ejecutivo

Teléfono: (506) 2220-3031

# XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Información gubernamental

**Ministerio de Hacienda:** contiene información arancelaria y código de cada producto.

<http://www.hacienda.go.cr/tica/consultas/hdbaranc.aspx>

**Ministerio de Comercio Exterior:** aporta información sobre Tratados de Libre Comercio y acuerdos suscritos por Costa Rica.

<http://www.comex.go.cr/acuerdos/Paginas/default.aspx>

**Banco Central de Costa Rica:** se encuentra toda la información económica del país, sobre el tipo de cambio y demás indicadores económicos actualizados.

[http://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.

<http://www.inec.go.cr/>

**Procomer:** aporta datos e información relacionada con el comercio exterior de Costa Rica.

<http://www.procomer.com>

**Icafé:** Instituto Costarricense del Café: aporta información sobre la industria del café en Costa Rica

[www.icafe.go.cr](http://www.icafe.go.cr)

#### **Otras instituciones**

Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria (CACIA)

<http://www.cacia.org>

Cámara de Comercio Exterior de Costa Rica y de representantes de casas extranjeras (CRECEX)

<http://www.crecox.com>

Documento Elaborado por: ProChile Costa Rica [prochile@prochile.gob.cl](mailto:prochile@prochile.gob.cl)