

Estudio de Mercado Pescados, moluscos y crustáceos en conserva en Costa Rica.

abril 2016

TABLA DE CONTENIDO

II. RESUMEN EJECUTIVO	4
1. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.	4
2. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado	5
3. Recomendaciones de la Oficina Comercial.	6
4. Análisis FODA	6
III. Acceso al Mercado	8
1. Código y glosa SACH	8
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.	9
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.	10
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.	11
5. Regulaciones y normativas de importación	11
6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país.	12
7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.	12
IV. Potencial del Mercado	13
1. Producción local y consumo	13
2. Importaciones (<i>valor, volumen y precios promedio</i>) del producto últimos 3 (tres) años por país.	14
V. Canales de Distribución y Actores del Mercado	15
1. Identificación de los principales actores en cada canal.....	15
2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.	15
3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s).	16
4. Estrategia comercial de precio.....	17
5. Política comercial de proveedores.....	17
6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail.	17
.....	18
7. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.	18
VI. Benchmarking (Competidores)	19
1. Principales marcas en el mercado (<i>locales e importadas</i>).....	19
2. Segmentación de competidores (commodity, nicho, bestvalue, etc).	19
3. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: (links e imágenes).	20
VII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....	20
VIII. Fuentes de información relevantes.	21
IX. Anexos	22

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.

II. RESUMEN EJECUTIVO

1. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

Este documento se concentra en dar a conocer la situación actual del mercado de pescados, moluscos y crustáceos en conservas en Costa Rica; se hacen comentarios sobre las ventajas, fortalezas, y debilidades de los productos en comento y sobre las amenazas que podrían afectarlos. Además se incluye los requisitos para la exportación de estos bienes al mercado de Costa Rica, y los desafíos para contribuir a incrementar las exportaciones chilenas en valor y número de productos de este subsector y además servirá de guía para que las empresas chilenas, especialmente PYMES, comprendan y desarrollen estrategias y acciones para que logren ingresar con éxito al mercado de Costa Rica.

Destacamos que las costumbres alimenticias costarricenses no están basadas en el pescado, sino que se enfoca principalmente en carne de vacuno, pollo y cerdo. Sin embargo, el análisis realizado en este estudio apunta a que la demanda de pescados, moluscos y crustáceos está en auge en el mercado de Costa Rica, ante la necesidad del consumidor costarricense de contar con una alternativa práctica de comidas preparadas listas para servir y saludables. Revisando las marcas y variedades presentes en el mercado confirmamos que el atún y las sardinas son las categorías que tienen mayor demanda y que existe una amplia oferta en presentaciones, marcas, cantidad y productos con valor agregado del subsector.¹

A pesar de que las cifras totales de importación de este subsector muestran un decrecimiento en el valor total importado de un -58% en el año 2015 con relación al período anterior y de un -24% en el 2014 con relación al 2013,² las conservas de pescados, mariscos y crustáceos han ido cobrando importancia, el mercado está en franco desarrollo en algunas categorías de productos y además hay que aprovechar las oportunidades comerciales que se nos presentan con el TLC con Costa Rica que da a Chile una ventaja arancelaria de un 14% en el DAI (Arancel de ingreso), con relación a otros países proveedores como Ecuador, Indonesia, Marruecos, Tailandia y Vietnam, entre otros que no cuentan con esta ventaja arancelaria

Existen 3 grandes proveedores, El Salvador representando un 29% del total importado, ello obedece a que el Grupo Calvo de España instaló una planta conservera en este país a fin de abastecer a la región centroamericana. El segundo país en importancia es los Estados Unidos representando el 19% le siguió Ecuador y Tailandia con un 17%, cada uno y México con 13% entre otros países.³

La participación de Chile en las importaciones totales de Costa Rica representó un 0,59% en el 2015. Además, en este marco cabe destacar que el valor enviado por este país sudamericano ha venido en aumento, 2015 mostró un crecimiento de un 119%,⁴ con relación al 2013, esta situación se dio debido al incremento del 24% de otros mejillones en conserva, de un 294% de otros salmones en conserva, además se han identificado dos nuevas categorías de nuevo ingreso los caracoles en conservas y los demás invertebrados en conserva de origen chileno.

¹ Anexo No. 3

² IAnexo No. 2

³ IAnexo No. 1

⁴ Idem

Costa Rica no tiene oferta local de pescados en conserva que Chile produce, por ello el valor de participación de mercado que representó Chile en el año 2015, nos hace pensar que este mercado es poco conocido por el sector empresarial chileno toda vez que existe interés comprobado en las empresas importadoras locales para desarrollar el mercado de productos de conservas de pescados con mayor valor agregado y con elementos diferenciadores de la oferta local. En virtud de lo anterior, Chile tiene la posibilidad de incrementar su participación de mercado, la única marca existente es Ralun, antes existían productos de Camanchaca y Robinson Crusoe.

Los productos con mayor demanda de origen chileno son salmones en conserva, otros mejillones, jibias, calamares envasados y las dos categorías de nuevo ingreso antes mencionadas caracoles y otros invertebrados envasados.⁵

La oferta local de pescados, crustáceos, moluscos en conserva, el atún y las sardinas son los productos prioritarios; no obstante, desde hace algún tiempo en las góndolas de los supermercados, y otros puntos de venta existe oferta de mejillones, calamar, otros moluscos, almejas, caracoles, pulpos y salmones entre otros.

Por otra parte, los datos recopilados en este estudio nos indican que a nivel popular el consumo de las conservas de sardinas representan una demanda importante en el mercado de Costa Rica por su bajo costo y alto valor nutritivo, revisando la oferta chilena de este subsector se considera que las conservas de jurel al ser una categoría de bajo costo y que no hay producción local, podría convertirse en un sustituto del consumo de las sardinas en conserva. El jurel al ser un producto nuevo que se sugiere para ingresar a este mercado, se recomienda desarrollar una metodología de mercadeo de penetración de este producto, educando a la población sobre los beneficios de su consumo, entregando recetas de preparación de jurel y ejemplos de uso. Desde esta perspectiva hay dos elementos fundamentales que se sugiere implementar: las promociones y la educación al consumidor local.

2. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado

Las empresas chilenas interesadas en abrir o consolidar el mercado de Costa Rica, se les recomienda realizar visitas para que comprendan, desarrollen estrategias y acciones que les permitan ingresar con éxito a este mercado generando alianzas estratégicas entre empresas chilenas y locales. Los empresarios chilenos que han visitado este mercado a través de misiones comerciales y/o ferias comerciales han logrado establecer sus primeros contactos, han tenido la oportunidad de constatar que aunque los volúmenes de exportación no son muy altos es un mercado en crecimiento y muy dinámico en casi todas sus categorías, ello debido a la existencia de un nicho de la población con elevado nivel de educación, alto poder adquisitivo y gustos refinados.

La empresa chilena deben tener en cuenta que deben cumplir con las especificaciones acordadas y con los plazos de entrega de los productos acordados. Estas variables son claves para lograr la mayor química posible entre exportador y el importador local, compartir la rentabilidad del negocio, sacar un mayor provecho en la elaboración, calidad del producto, en la presentación del producto de acuerdo a las exigencias del consumidor y conveniencia del mercado.

⁵ Anexo No. 1

En este tema, la recopilación de datos ha demostrado que existe una tendencia por la demanda de presentaciones de 115 gramos a 120 gramos en lata formatos pequeños para uso personal.

3. Recomendaciones de la Oficina Comercial

El exportador chileno, debe efectuar degustaciones en puntos de venta tales como la cadena de supermercados “Auto mercado”, efectuar promociones a chefs en asociatividad con escuelas culinarias, realizar degustaciones y promociones a través de eventos como semanas gastronómicas.

Los empresarios de Costa Rica son abiertos, cercanos y accesibles en los negocios, por ello es importante ser cordial antes de iniciar la conversación de negocios, son de conversación fácil, por ello es importante dar espacio para entrar en confianza.

Es fundamental acercarse al mercado, las comunicaciones por correo electrónico, skype son viables, pero lo importante es el “cara a cara”.

Se requiere apoyar al distribuidor local con un mayor apoyo de mercadeo. Por ejemplo analizar la factibilidad de publicitarse en los principales medios especializados, uno de ellos es la revista Apetito la cual va dirigida a hoteles y restaurantes, realizar descuentos y promoción en puntos de venta (por ejemplo con recetas).

El exportador chileno debe manejar y tener claro el perfil del consumidor meta y darle acompañamiento a su estilo de vida, a objeto de lograr una propuesta de valor de la marca comercial. Además, debe tener información de todas las variables que influyen en la exportación (fletes, tiempos, aranceles, requisitos técnicos, etc.), Darle seguimiento a potenciales contactos comerciales

Realizar una gestión logística que le permita acortar los tiempos de entrega a los clientes. Todo en pos de la satisfacción al cliente, que valora cada vez más la capacidad de desarrollar nuevos productos o de mejorarlos en términos de facilidad de uso y seguridad del contenido.

4. Análisis FODA

	Factores Internos	
	Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de ingreso al mercado • Adaptación a tendencias • Aumentar competitividad • Estrategia ante competidores 	<ul style="list-style-type: none"> • TLC entre Chile y Costa Rica da ventaja arancelaria a Chile frente a otros importantes países proveedores tales como Tailandia, Marruecos, y Ecuador entre otros. • Chile cuenta con una oferta exportable diversificada en el subsector de pescados, moluscos y crustáceos en conserva con calidad, precios competitivos, valor agregado y es una industria complementaria a la oferta local. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lejanía del mercado obliga a los empresarios chilenos a tener un distribuidor local. • Las marcas de productos chilenos presentes en el mercado no realizan campañas publicitarias ni estrategias de promoción en los puntos de venta, lo que no permite posicionarse y expandirse en ventas. • Creciente competencia de países proveedores en conservas de pescados,

	<ul style="list-style-type: none"> • Existe la tendencia de consumir alimentos saludables y listos para servir • Compartir el mismo idioma y cercanía cultural. 	<p>crustáceos y moluscos con oferta igual a la chilena.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los costos más altos de traer productos de Chile, están relacionados con los fletes y el transporte, especialmente durante las temporadas altas debido a la dificultad de encontrar cupos entre las compañías que consolidan carga. 	
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Factores Externos</p>	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • La experiencia desarrollada por las marcas chilenas Robinson Crusoe, Geomar y Ralum facilita conocer los gustos y exigencias del consumidor costarricense, esto representa la oportunidad de incorporar nuevas empresas y productos, así ampliar la oferta exportara chilena en el mercado de Costa Rica 	<ul style="list-style-type: none"> • No hay producción local de la oferta chilena de conservas de pescados que exporta Chile • Inexistencia de barreras técnicas para ingreso al mercado de conservas de pescados chilenos • Existencia de Población educada, el Perfil del Consumidor 2015, señala que cada año son menos los consumidores fieles a un sola marca y se muestran mucho más abiertos a experimentar con el consumo de productos nuevos • Las conservas de jurel es una categoría de bajo costo y representa una opción muy saludable de consumo 	<ul style="list-style-type: none"> • La construcción de más puntos de venta para las cadenas locales tradicionales como Auto mercado, Walmart, Price Smart Gessa, entre otros han diversificado la oferta e incrementado la demanda por ello se ha incrementado la importación de conservas de pescados. • Chile representa únicamente un 0,59% de participación del mercado costarricense, cifras que nos confirman que las empresas chilenas de este subsector tienen oportunidad de crecer e incrementar sus ventas. • Las conservas de jurel es un producto desconocido en el mercado por lo que se debe realizar una estrategia de mercadeo para incentivar su consumo dando a conocer las bondades del producto asociado a su bajo costo y seleccionar puntos de venta en zonas de escasos recursos. Toda vez que producto está dirigido a un segmento de la población medio bajo.
	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • El mercado costarricense cuenta con una amplia oferta de conservas de pescados los cuales entran en muchos de los casos con arancel cero. • 	<ul style="list-style-type: none"> • Las degustaciones en los puntos de venta son estrategias efectivas para introducir nuevas marcas chilenas de conservas de pescados, crustáceos y moluscos, además de posicionar las existentes 	<p>El consumo de las conservas de atún en Costa Rica experimenta un fenómeno de expansión, las ventas al detalle de este producto aumentaron en un 35% en una década, lo que significa que es una de las proteínas más importantes para el costarricense, esta preferencia contribuye a incentivar el consumo de otras variedades de pescados, moluscos y crustáceos en conserva.</p>

Fuente: Elaboración propia con base a observación del mercado

III. Acceso al Mercado

1. Código y glosa SACH

CÓDIGO SACH	DESCRIPCIÓN
1604.110000	Preparaciones y conservas de salmones enteros o en trozos, excepto el picado.
1604.131200	Sardinias, sardineras y espadines con salsa de tomate
1604.141000	Atunes
1604.150000	Preparaciones y conservas de caballas entero o en trozos, excepto el picado
1604.160000	Preparaciones y conservas de anchoas entero o en trozos, excepto el picado
1604.190000	Las demás preparaciones y conservas de pescados enteros o en trozos, excepto el pescado picado
1604203000	Las demás preparaciones y conservas de salmón
1605101100	Jaibas
1605.291900	Los demás camarones, langostinos y demás decápodos manantía, preparados o conservados
1605.5300	Mejillones preparados o conservados
1605.540010	Jibias preparados o conservados
1605.561900	Las demás almejas preparadas o conservadas
1605.580000	caracoles
1605.599000	Los demás moluscos preparados o conservados
1605.690000	Los demás invertebrados acuáticos preparados o conservados

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas – Gobierno de Chile

2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.

CÓDIGO LOCAL	
1604-110090	Otros salmones envasados
1604130010	Sardina en salsa de tomate
1604149010	Atún en conserva
1604149090	Otros atunes
1604.150000	Preparaciones y conservas de caballas entero o en trozos, excepto el picado
1604.160000	Preparaciones y conservas de anchoas entero o en trozos, excepto el picado
1604190090	Otras truchas ahumadas y preparadas envasadas
1604200050	Salmón marinado y preparado envasado
1605100000	Cangrejos en conserva envasados
1605.290000	Los demás cangrejos preparados o conservados
1605.530010	Mejillones preparados o conservados
1605530090	Otros mejillones
1605540010	Jibias, calamares envasados
1605540090	Otros jibias
1605.560010	Almejas preparadas o conservadas
1605580010	Caracoles envasados
1605.590010	Los demás moluscos preparados o conservados
1605.690090	Otros invertebrados

Fuente: Arancel electrónico Editorial García de Costa Rica 2015

3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

El arancel general (DAI) de estas partidas para Chile es 0% por TLC. Los siguientes países también tienen DAI en 0% por TLC: En el siguiente cuadro se describe la situación arancelaria de las partidas seleccionadas en este estudio para los principales países proveedores de conservas de pescados que se analizan en este estudio

Glosa arancelaria	Descripción productos	Arancel General %	Arancel principales países proveedores 2016
1604-110090	Otros salmones envasados	14%	España y Estados Unidos 0%
1604130010	Sardina en salsa de tomate	14%	EEUU 0%, Tailandia 14%, y Ecuador 14%
1604149010	Atún en conserva	14%	Ecuador 14%, El Salvador 0%, China 14%, España 0% y México 0%
1604149090	Otros atunes	14%	Tailandia 14%, Ecuador 14%, Perú 0%, España 0%
1604.150000	Preparaciones y conservas de caballas entero o en trozos, excepto el picado	14%	Marruecos 14%, Estados Unidos 0% y España 0%
1604.160000	Preparaciones y conservas de anchoas entero o en trozos, excepto el picado	14%	Estados Unidos 0%, España 0%
1604190090	Otras truchas ahumadas y preparadas envasadas	14%	Estados Unidos 0%, Ecuador 14%
1604200050	Salmón marinado y preparado envasado	14%	China 6%, Estados Unidos 0%
1605100000	Cangrejos en conserva envasados	14%	Estados Unidos 0%, China 14%, Indonesia 14%
1605.290000	Los demás cangrejos preparados o conservados	14%	Vietnam 14%, Estados Unidos 0%, Ecuador 14%
1605.530010	Mejillones preparados o conservados	14%	Nueva Zelanda 14%, España 0%

1605530090	Otros mejillones	14%	Nueva Zelanda 14%, Estados Unidos 0%
1605540010	Jibias, calamares envasados	14%	España 0%, Estados Unidos 0%
1605540090	Otros jibias	14%	España 0% y Estados Unidos 0%
1605.560010	Almejas preparadas o conservadas	14%	España 0%, China 0% y Tailandia 14%
1605580010	Caracoles envasados	14%	Indonesia 14%, Estados Unidos 0%,
1605.590010	Los demás moluscos preparados o conservados	14%	España 0%,,
1605.690090	Otros invertebrados	14%	Estados Unidos 0%, España 0%

Fuente: Arancel electrónico Editorial García de Costa Rica 2015

4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

Con relación a otros impuestos y barreras no arancelarias el único impuesto adicional al pagar en el momento de ingreso del producto es el 1% de la ley 6946 pero los países con TLC como es el caso de Chile no paga este impuesto.

Para acceder al beneficio de no pagar el 1% se debe presentar el Certificado de Origen, que es llenado por el propio empresario (auto certificación), según formato definido para ello. Se sugiere revisar los link:

<http://www.sofofa.cl/comex/Origen/Formularios/CENTROAMERICA/RVERSOCERT.pdf>

http://www.comex.go.cr/tramites_servicios/certificado_origen.aspx

Además, todos los países deben pagar el Impuesto al valor agregado (IVA) que es de un 13%.

5. Regulaciones y normativas de importación

El Registro sanitario es la autorización administrativa previa que otorga el Ministerio de Salud de Costa Rica a toda persona natural 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.

La obtención de la firma digital es indispensable para poder realizar los trámites de inscripción de productos ante el Ministerio de Salud de Costa Rica ya que ahora se realizan de manera digital. En virtud de lo anterior, el exportador chileno debe contar con un representante legal en Costa Rica y que este responsable cuente con firma

digital. El poder a favor del representante legal debe estar apostillado o legalizado por el consulado de Costa Rica en Chile.

El distribuidor local debe estar inscrito en Costa Rica y con permisos aprobados por el Ministerio de Salud. El registro de estos productos se realiza por medio de la página www.registrelo.go.cr

Referente al poder de registro de productos en el siguiente link se presenta un modelo y el segundo hipervínculo contiene los requisitos necesarios para el registro de productos alimenticios ante el Ministerio de Salud de Costa Rica

[requisitos\Requisitos para el registro de productos alimenticios.docx](#)

La Vigencia del registro sanitario del producto tiene una duración de 5 años, y para ser entregado son 10 meses, el valor es de US\$500 más gastos de abogado US\$1.000. Si se comercializa con la marca del representante local la empresa asume el costo pero en la práctica lo que se usa es que estos registros sean de la empresa fabricante. ⁶

6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país.

A nivel de Centro América el Consejo de Ministros de Integración Económica (COMIECO) han adoptado una serie de reglamentos técnicos referentes a etiquetado general de alimentos previamente envasados, etiquetado nutricional de productos alimenticios, los cuales deben ser considerados para la comercialización de productos chilenos en esta región. En el siguiente link se encuentran los reglamentos en comento: [requisitos\reglamento 37295 Alimentos etiquetados y suplementos.docx](#)

7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.

Es importante mencionar que todos los procedimientos de importación, permisos sanitarios y etiquetado del producto lo tramita el importador en coordinación con el proveedor extranjero.

Las importaciones de productos pescados y moluscos y similares están sujetas a la NOTA TECNICA DE IMPORTACION No. 44. Y NOTA TECNICA DE IMPORTACION No. 50. La nota técnica 44 se refiere a que los productos importados alimenticios de origen animal requieren (Cumplimiento de requisitos zoonosanitarios previos). Verificación y aprobación fitosanitaria por parte de la Dirección de Salud Animal, del Ministerio de Agricultura y Ganadería, en el punto de ingreso, para el des almacenaje.

La nota técnica No. 50 se refiere a que para importar productos alimenticios envasados de origen animal se requiere obtener previamente un registro sanitario

Las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos es la Ventanilla única de Comercio Exterior de PROCOMER (Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica) www.procomer.com/contenido/ventanilla-única-de-comercio-exterior.html y Ministerio de Salud de Costa Rica www.ministeriodesalud.go.cr. En el siguiente link se encuentra información sobre el sistema de notas técnicas en línea de importación <http://procomer.com/es/notas>

⁶ Ministerio de Salud de Costa Rica

IV. Potencial del Mercado

1. Producción local y consumo

Los moluscos que se extraen en el Pacífico de Costa Rica son principalmente: conchas negras, almejas, ostras y mejillones. La actividad de extracción de moluscos es realizada de forma artesanal por comunidades de pescadores de la zona, en algunos casos la actividad es meramente un medio de subsistencia.

Su extracción y comercialización se encuentra escasamente regulada, los controles para garantizar el manejo sostenible, la adecuada distribución y venta del recurso son insuficientes, situación que contribuye a la informalidad del mercado, a la inestabilidad en los ingresos de los extractores y a la falta de seguridad para los consumidores.

De acuerdo a información de Inconexa (instituto de la Pesca de Costa Rica), las especies más producidas en el país son la tilapia, la trucha y el camarón. Otras especies que se cultivan son el pargo, las ostras, el “pez gato” y los langostinos de agua dulce. La producción de tilapia se estima en 24 mil, la trucha en 773 toneladas, la camarones en 3 mil toneladas métricas anuales.

En la producción de atún enlatado que es el producto del subsector de pescados enlatados con mayor demanda, la fabricante local Alimentos Pro Salud distribuye en el mercado de Costa Rica ocho marcas, entre las que se incluyen sardimar, Tesoro del Mar, Soplas y Pacífico Azul. De acuerdo a datos proporcionados por esta empresa acaparan el 70% del mercado de atún enlatado y Costa Rica es el cuarto consumidor per cápita de atún en el mundo.

Por su parte, Calvo de origen español y cuya planta en la región está en El Salvador afirma participar en un 16% del mercado con productos como Calvo o Gomes da Costa.

La competencia entre Sardimar y Calvo crece debido a la ampliación de sus mercados y la introducción de nuevos productos, siendo Costa Rica el primer lugar en ventas y consumo de productos en conservas de pescados, moluscos y crustáceos de toda la región centroamericana.

Con relación a los principales productos de exportación del subsector pesca de Costa Rica se encuentran los filetes frescos o refrigerados de tilapia, otros langostinos congelados, dorados frescos o refrigerados, atunes de aleta amarilla frescos o refrigerados. Con relación a las conservas enlatadas el atún es el principal producto de exportación.⁷

Debemos destacar que la preferencia de los costarricenses, por el consumo por los productos marinos, se inclina principalmente por la sardina, el atún, los calamares y por último el salmón. Durante el resto del año, el atún y la sardina son bastante apetecidos, aunque otros como el pulpo, los mejillones y calamares generan una demanda

⁷ Procomer (Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica)

regular aunque de bajo volumen. Todos los productos anteriormente nombrados representan sustitutos muy fuertes del atún, en donde sin lugar a dudas el factor precio juega un papel relevante.

En cuanto al jurel en conserva, no existe producción local de este pescado y no se consume en la actualidad debido al desconocimiento de su valor nutricional y bajo costo, se podría esperar que este pescado se convierta en un producto sustituto a las sardinas, de la mano de promociones y educación del consumidor local para captar la atención del consumidor.

El acceso a crustáceos y moluscos para satisfacer la demanda de la población local depende de las importaciones siendo los principales países proveedores: Estados Unidos, Ecuador, México y España. Chile está creciendo en su participación de mercado en algunas categorías de conservas de pescados, moluscos y crustáceos en conserva, tales como salmones enlatados, otros mejillones, además con algunas categorías nuevas presentes en el mercado tales como los caracoles en conserva, pulpos y otros invertebrados.

2. Importaciones (*valor, volumen y precios promedio*) del producto últimos 3 (tres) años por país.

En el Anexo No. 1 de este estudio se pueden ver las partidas arancelarias importadas por Costa Rica de pescados, moluscos y crustáceos en conserva para los años 2013, 2014, y 2015; por país de origen.

El análisis de los datos expuestos en el anexo 1 permite afirmar que la competencia directa de Chile en pescados, moluscos, y crustáceos en conserva para el mercado de Costa Rica es El Salvador (inversión española de la empresa Calvo), Ecuador, Los Estados Unidos, España y Tailandia.

Además, estas cifras de los cuadros del anexo No. 1 nos permiten afirmar que Chile ha diversificado su oferta con la penetración de nuevos productos con mayor valor agregado mostrando un crecimiento de un 119% en el 2015 con relación al año 2014.

Además en el anexo No.1 se puede observar que el único producto de origen chileno que ha mostrado un crecimiento sostenido durante los últimos tres años es la categoría otros mejillones, en el 2015 crecieron un 84%, con relación al período anterior y en el año 2014 crecieron un 114% con respecto al 2013. También se visualiza el crecimiento que ha venido mostrando Chile en algunas categorías de productos de este subsector, en el año 2015 en salmones enlatados fue el segundo proveedor y representó un 10% de participación de mercado, en otros mejillones participó con un 68% siendo el primer país proveedor, y en caracoles un 47%, y segundo país proveedor.

En el cuadro del anexo No. 2 referente a las importaciones totales realizadas por Costa Rica de pescados, moluscos y crustáceos en conserva en los últimos tres años se muestra un decrecimiento en el valor importado producto de la crisis económica global, en el año 2013 se importó un valor de 168,332,529, en el año 2014 el valor importado bajó a 128,655,258 millones de dólares, mientras que en el año 2015 se redujo a US\$ 53,089,155 millones de dólares. Las cifras anteriores representaron una disminución de un -58% en el 2015 con relación al período anterior y de un -24% en el 2014 ⁸

⁸ Anexo No. 2

Por otra parte cabe mencionar, qué del conjunto de los productos en estudio, el de mayor monto importado por Costa Rica en el año 2015 fue el atún, representando el 87.57%, de participación de mercado, le siguió las sardinas en conservas con un 5,65% y el tercer producto en importancia fueron los cangrejos en conservas siendo su participación de mercado en un 1,66% en este mismo período.⁹

V. Canales de Distribución y Actores del Mercado

1. Identificación de los principales actores en cada canal

En el caso de las importaciones de pescados, moluscos y crustáceos en conserva, estos son usualmente importados por empresas mayoristas que ya cuentan con un sistema de distribución a nivel nacional, a su vez distribuyen a mercados informales como las pulperías, tiendas de conveniencia y supermercados, para llegar al consumidor final.

A nivel de retail los supermercados representan el 50% de la comercialización total del país y el restante 50% es manejado por los tradicionales pulperías, atendidos por la misma familia dueña del local.

Las pulperías, abastecedores y minisúper se han convertido en una alternativa para los consumidores, quienes compran de manera frecuente y en pequeños volúmenes en estos negocios.

El mercado costarricense lo componen ocho cadenas formalmente establecidas de supermercados. Siendo el actor dominante Wal-Mart de México y Centroamérica, seguido por Mega Súper, de capital colombiano, Price Smart, La Antorcha cadena de supermercados Hondureña y por cadenas de capital costarricense, como Auto Mercado y Peri mercados, entre otros. La cadena Wal-Mart tiene cobertura en todo Centroamérica y Price Smart en otros países fuera de la región. Las demás cadenas operan en el mercado nacional.

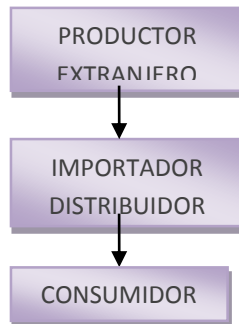
En relación a las tiendas de conveniencia las principales cadenas son AM/PM con sus formatos AM/PM y Fresh Market, Vindi de Auto Mercado y muy recientemente Grupo Florida con la marca Panaderías Musmani.

2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.

La cadena de comercialización es corta. El exportador le vende al importador mayorista. Este, a su vez, les vende a los detallistas como pulperías, supermercados y tiendas de conveniencia. Para atender estos canales los importadores mayoristas tienen vendedores especializados en categorías de productos estos atienden los pedidos de todo el país y son los encargados de despachar los pedidos a sus clientes. Los pedidos se realizan mediante internet (tienda virtual), visitas de ruteo.

⁹ IDEM

A continuación, se presenta el gráfico del flujo del producto desde el fabricante extranjero hasta el consumidor final en Costa Ric



3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s).

Los atunes y las sardinas son los productos más demandados por la población costarricense por su precio económico, los demás pescados, moluscos y crustáceos en conserva van dirigidos a un segmento de la población de clase media alta. Todas las categorías de productos se encuentran en las góndolas de los supermercados, en tiendas de conveniencia y pulperías . Las siguientes fotografías corresponden al punto de venta supermercado Auto mercado del segmento clase media alta. Todas las categorías de los productos en estudio se encuentran en el anaquel del supermercado juntas y están en franca competencia todas las marcas. Se destacan las sardinas y atunes de la marca sardimar.





4. Estrategia comercial de precio.

En los 3 puntos de venta visitados Wal Mart, Auto mercado y Pali así como en la tienda de conveniencia Fresh Market los precios de estos productos son similares. Además se observó que la mayoría de las categorías de estos productos tienen un descuento en el precio final hasta de un 35%.

5. Política comercial de proveedores.

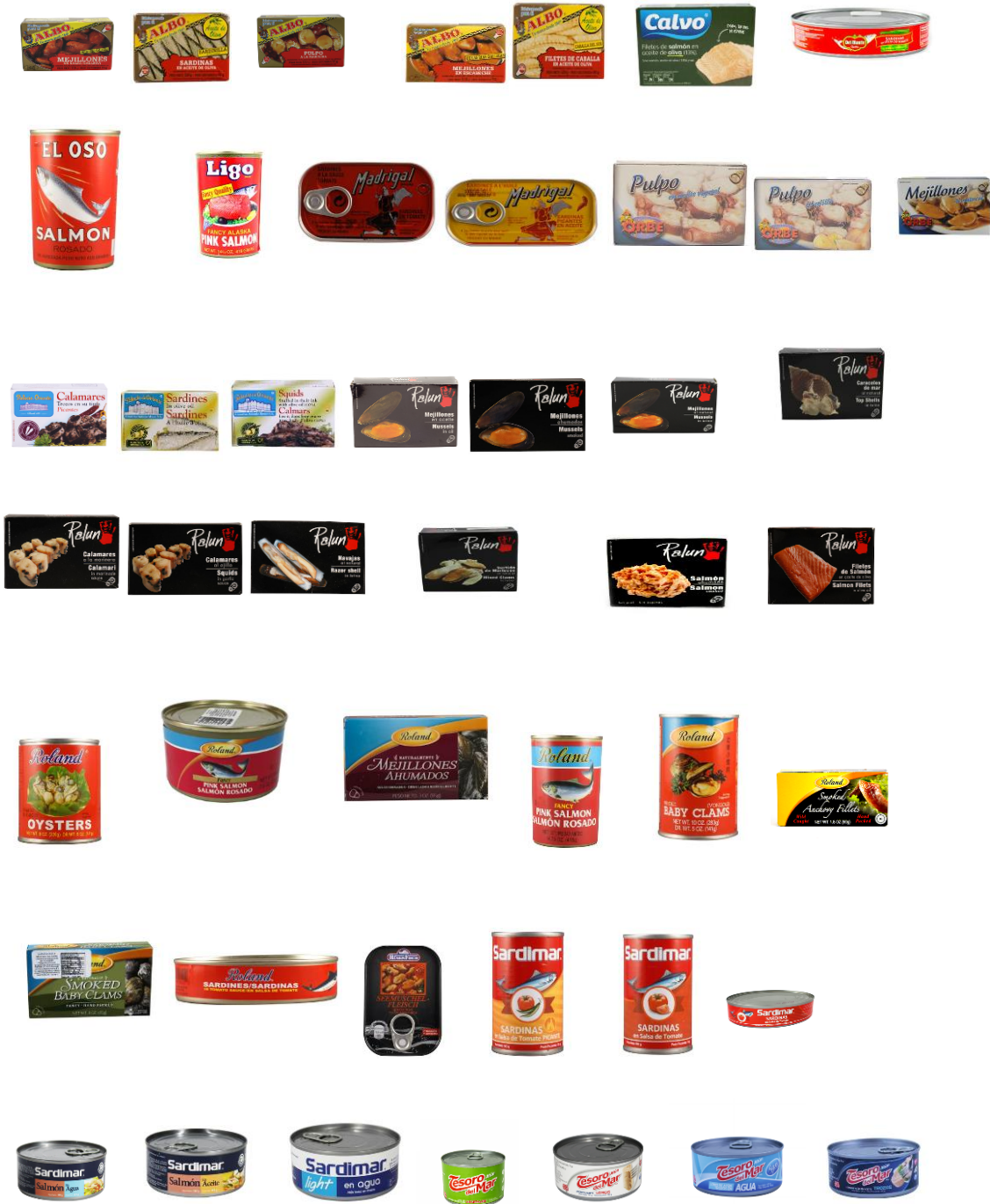
Entre las empresas importadoras mayoristas y los fabricantes nacionales de productos de pescados, moluscos y crustáceos proveen al canal de supermercados, tiendas de conveniencia y pulperías, así como minisúper no existen grandes diferencias en sus políticas comerciales. La mayoría de estas empresas dan una atención personalizada y realizan ruteo en todos los puntos de ventas para asegurar el abastecimiento en forma regular. Se apoyan en personal con amplia experiencia y con una sólida plataforma tecnológica y logística.

El impulso y promoción de marcas es muy importante, por ello se observó en los puntos de venta visitados descuentos y degustaciones.

Los supermercados trabajan con créditos de 30 hasta 60 días, dependiendo de las cantidades de compra, de los productos o de la negociación con el proveedor.

6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail.

La marca Ralun es importada directamente por la cadena de supermercados Auto mercado y únicamente es posible adquirirla en sus puntos de venta, Se ha observado que no existen marcas propias en el retail de las categorías de productos que incluye este estudio. Todas las marcas se encuentran en el mismo anaquel y muchas compiten en la misma posición. Cabe destacar que la empresa Sardimar en su oferta de atunes, que es su producto estrella hace la diferencia en el envase por color dependiendo de la marca e ingredientes. A continuación se muestran algunas fotos de marcas de origen de fábrica de productos comercializados en Costa Rica



7. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.

La dieta del consumidor local se enfoca principalmente en carne de vacuno, pollo y cerdo. Sin embargo, el análisis realizado en este estudio apunta a que la demanda de pescados, moluscos y crustáceos está en auge en el mercado de Costa ante la necesidad del consumidor costarricense de contar con una alternativa práctica de comidas preparadas listas para servir y a su vez saludables. Además reconoce las bondades de estos productos desde el punto de vista de su contenido de omega 3 y bajo en sodio, pero su decisión de compra está basada en aspectos como el precio relativo frente a otros productos disponibles.

Revisando las marcas y variedades presentes en el mercado confirmamos que el atún y las sardinas son las categorías que tienen mayor demanda y que existe una amplia oferta en presentaciones, marcas, cantidad y productos con valor agregado del subsector.¹⁰

La oferta de productos de esta categoría cuenta con alimentos cada vez más nutritivos y funcionales, además de más opciones, tales como light, bajo en sal y sodio, cuya estrategia pretende prevenir enfermedades que atacan a la población como diabetes, obesidad e hipertensión, entre otras.

En relación a los principales centros de consumo de conservas de pescado, estos pueden ser adquiridos en los principales supermercados, pulperías y tiendas de conveniencia de Costa Rica

Los jóvenes profesionales que cuentan con ingresos medios/altos, que tienen escaso tiempo para preparar alimentos muy elaborados, buscan productos nutritivos, bajos en grasa y fáciles de preparar por lo que las conservas de pescados, moluscos y crustáceos representan una opción de alimentación para este sector de la población.

VI. Benchmarking (Competidores)

1. Principales marcas en el mercado (*locales e importadas*)

En lo que se refiere a atunes se han encontrado varias marcas, las mejor posicionadas son: Sardimar, Tesoro del Mar, Splash y Pacífico Azul. De acuerdo a datos proporcionados por esta empresa acaparan el 70% del mercado de atún enlatado. En relación a las marcas en sardinas las más tradicionales son: Albo, Del Monte y Sardimar.

En relación a las marcas encontradas en los mercados y supermercados de las otras conservas de pescados, moluscos y crustáceos, se encuentran marcas como Palacio de Oriente, Calvo y Orbe de origen español, Roland procedente de Estados Unidos, Sardimar, Tesoro del Mar y Pronto de origen costarricense, y Ralún de Chile entre otras marcas. La competencia directa de Chile es la marca Calvo y Albo ambas de origen español ¹¹

2. Segmentación de competidores (commodity, nicho, bestvalue, etc).

¹⁰ Anexo No.3 .

¹¹ IDEM

En relación a los competidores, se pudo evidenciar que las marcas mejor posicionadas y conocidas son las de atunes y sardinas de las marcas Sardimar y Calvo. Dado sus bajos precios y la continua presencia en el mercado costarricense. Las otras marcas de pescados, moluscos y crustáceos están orientadas a la clase media en franca competencia que se diferencian por el precio o por el mayor contenido del producto.

Según los datos del cuadro anterior los pescados, moluscos y crustáceos de origen chileno, tienen un precio competitivo, los gramos (contenido del producto) se ajustan con la oferta local e internacional disponible, además se puede afirmar que las marcas predominantes en el mercado son Sardimar, Orbe, Albo, Calvo, Del Monte, Palacio de Oriente entre otras.

3. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: (links e imágenes).

Los competidores externos y productores locales realizan descuentos y degustaciones en los puntos de venta, lo que incentiva el consumo sobre todo de aquellas categorías de nuevo ingreso o de bajo movimiento.

Además en el anaquel se observa que los productos de origen chileno tienen buena posición y de fácil acceso a los consumidores.



VII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.

Chile tiene una oferta de la empresa Ralun con formatos adecuados a las necesidades del mercado con excelente calidad y costos competitivos, en algunas categorías de productos ocupa el primer lugar como país proveedor

Este mercado es poco conocido por el sector empresarial chileno, toda vez que existe interés comprobado en las empresas importadoras locales para desarrollar el mercado de conservas de pescados, de productos con mayor valor agregado y con elementos diferenciadores de la oferta local e internacional existente. La única marca actual en el mercado es Ralun, su importador directo y distribuidor exclusivo es la cadena de Supermercados Auto

Mercado, lo que limita el conocimiento, el consumo de las variedades y y el sabores las variedades de esta categoría de productos de origen chileno.

La competencia es muy fuerte porque existen marcas como Calvo, Albo y Orbe, compitiendo de tú a tú con la oferta chilena y no existe gran diferencia de los producto entre una marca y otra. Por ello la calidad, el esfuerzo en la promoción, descuentos y degustaciones en puntos de venta son elementos que deben ser considerados por los exportadores chilenos como apoyo a su distribuidor local.

VIII. Fuentes de información relevantes.

Ministerio de Salud www.registrello.go.cr contiene toda la información para registrar los productos alimenticios envasados. El Ministerio de Salud de Costa Rica es el ente rector encargado de dictar las normas, políticas y reglamentos que se deben cumplir para la producción e importación de cosméticos. Primero se registra la marca y luego el registro sanitario.

Ministerio de Economía, Industria y Comercio: www.meic.go.cr

Ministerio de Hacienda: www.hacienda.go.cr Este sitio web tiene toda la información arancelaria y las partidas correspondientes de cada producto.

Banco Central de Costa Rica: información económica del país y el tipo de cambio actualizado.

http://www.bccr.fi.cr/flat/bccr_flat.htm

PROCOMER: Entidad homóloga a ProChile. El sitio contiene toda la información relacionada con el comercio exterior. www.procomer.go.cr y las normas técnicas que deben cumplir los productos para comercializarlos en costa Rica.

Supermercado Auto mercado: www.automercado.co.cr , sitio web de una de las cadenas de retail más grande del país. En el sitio se pueden hacer compras por Internet.

IX. Anexos

- **ANEXO No. 1** cuadros de importaciones de Costa Rica por principales países de origen años 2013 al 2015 de los productos que incluye este estudio de mercado.

1604110090: Otros salmones

Principales Países de Origen	2013		2014		2015	
	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)
Estados Unidos	36,737	216,488	124,389	491,322	46,983	261,429
Chile	1,416	10,029	5,222	44,745	3,377	30,897
Colombia	1,142	4,708	0	0	0	0
España	0	0	3,192	15,311	469	2,100
Otros países	0	0	1,170	4,775	1.914	23,376
TOTAL	39,295	231,225	133,973	556,153	52,743	317,802

1604130010: Sardinias en salsa de tomate

Principales Países de Origen	2013		2014		2015	
	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)
Tailandia	247,020	463,604	516,331	980,843	730,788	1,322,630
Estados Unidos	2,292	3,930,485	2,885,796	9,706,434	196,161	704,296
Ecuador	357,880	800,232	425,461	965,711	236,418	607,886
Otros países	50,239	330,724	95,551	312,482	114,843	364,402
TOTAL	657,431	5,525,045	3,923,139	11,965,470	1,278,210	2,999,214

1604149010: atún en conserva solo o con vegetales

Principales Países de Origen	2013		2014		2015	
	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)
El Salvador	2,908,451	11,976,797	3,319,323.13	13,026,767	4,268,484	15,479,138
Estados Unidos	85,351	349,773	24,110,042.29	85,583,647	2,054,046	8,066,162
México	111,523.39	440,589	774,457	2,815,065	1,987,410	6,882,937
Tailandia	922,641	3,513,089	1,464,602.75	4,859,718	2,583,406.2	7,345,764

Ecuador	1,306,373	6,168,557	1,487,593	6,392,557	2,160,766	8,247,902
China	198,649	135,244,920	59,881	201,350	1,121	5,947
Otros países	164,873.12	1,930,833	323,474.06	1,193,915	122,793	464,378
TOTAL	5,697,861.12	159,624,558	31,539,373.23	113,871,669	13,178,026	46,492,228

1604149090: Otros atunes

Principales Países de Origen	2013		2014		2015	
	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)
Tailandia	0	0	0	0	24,021	105,849
España	789	3,918	30	621	0	0
Honduras	0	0	7	50	0	0
Ecuador	0	0	1	20	0	0
Chile	864	4,912	0	0	0	0
Perú	14	1,461	0	0	0	0
Otros países	17,21	312	3	27	0	0
TOTAL	1,684.21	10,603	41	718	24,021	105,849

1604150000: caballas

Principales Países de Origen	2013		2014		2015	
	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)
Marruecos	0	0	0	0	2,526	10,711
España	150	1,737	147	1900	425	3,616
Estados Unidos	0	0	54	186	116	778
Italia	0	0	0	0	2	9

Ecuador	0	0	5	85	0	0
Otros países	0	0	1	26	1	0
	150	1,737	207	2,197	3,069	15,114

1604160000: Anchoas

Principales Países de Origen	2013		2014		2015	
	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)
Estados Unidos	736	3,022	1,810	9,382	2,205	26,014
España	366	1,403	200	2,276	211	2,206
Italia	0	0	0	0	10	103
Marruecos	5,469	23,513	777	2,959	0	0
Canadá	0	0	28	105	0	0
TOTAL	6,571	27,938	2,815	14,722	2,426	28,323

1604190090 Otras truchas ahumadas envasadas

Principales Países de Origen	2013		2014		2015	
	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)
Estados Unidos	79,176	331,981	40,906	180,211	47,144	226,840
Ecuador	0	0	0	0	1,491	19,039
España	1,088	6,101	743	4,983	662	4,682
TOTAL	80,264	338,082	41,649	185,194	49,297	250,561

1604200050: salmón marinado y preparado

Principales Países de Origen	2013		2014		2015	
	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)
Estados Unidos	43,580	195,579	26,327	114,919	38,063	171,254
China	0	0	0	0	5,043	19,328

TOTAL	43,580	195,579	26,327	114,919	43,106	190,582
-------	--------	---------	--------	---------	--------	---------

1605100000: cangrejos envasados

Principales Países de Origen	2013		2014		2015	
	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)
China	98	391	18,400	43,211	32,907	74,308
Indonesia	2,421	10,427	902	21,676	1,741	45,088
Chile	2,170	19,088	238	2,361	0	0
Estados Unidos	14,161	61,725	21,093	122,259	20,093	116,053
Otros países	0	0	0	0	630	2,104
TOTAL	18,850	91,631	40,633	189,507	55,371	237,553

1605290000: Los demás cangrejos

Principales Países de Origen	2013		2014		2015	
	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)
Vietnam	31,613	490,269	20,089	372,160	22,928	452,986
Estados Unidos	62,413	382,708	55,352	424,485	38,896	302,375
Ecuador	0	0	0	0	6,082	81,062
Otros países	9,576	97,075	6,760	88,562	6,236	45,404
TOTAL	103,602	970,052	82,201	885,207	74,142	881,827

1605530010: Mejillones envasados

Principales Países de Origen	2013		2014		2015	
	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)
España	26,010	152,102	17,749	102,511	50,351	224,182
China	0	0	0	0	5,784	15,313
Chile	3,078	21,756	1,335	9,442	1,278	9,343
Estados Unidos	904	4,585	3,227	16,627	2,973	8,393

Otros países	735	3,640	36	136	0	0
TOTAL	34,048	198,781	22,347	128,716	60,386	257,231

1605530090: Otros Mejillones

Principales Países de Origen	2013		2014		2015	
	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)
España	2,894	17,262	193	1,272	0	0
Nueva Zelanda	0	0	7,460	54,650	18,117	126,489
Chile	14,957	67,031	42,398	143,415	71,764	264,215
Estados Unidos	0	0	7,957	57,500	0	0
TOTAL	17,851	84,293	58,008	256,837	90,976	390,704

1605540010: Jibias, calamares envasados

Principales Países de Origen	2013		2014		2015	
	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)
España	137,353	603,008	74,190	342,885	179,254	748,905
Chile	993	7,053	759	5,395	857	6,331
Estados Unidos	0	0	0	0	1,900	11,278
Otros países	0	0	15	239	0	0
TOTAL	138,346	610,061	74,964	348,519	182,011	766,514

1605540090: Otros envasados

Principales Países de Origen	2013		2014		2015	
	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)
Estados Unidos	245	671	37	95	0	0
España	0	0	2	83	0	0
Ecuador	1	58	0	0	0	0
Otros países	5	27	0	0	0	0

TOTAL	251	756	39	178	0	0
-------	-----	-----	----	-----	---	---

1605560010: almejas envasadas

Principales Países de Origen	2013		2014		2015	
	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)
España	0	0	0	0	602	2,940
Tailandia	0	0	190	724	0	0
China	0	0	171	650	0	0
Chile	43	1,014	0	0	0	0
Panamá	587	8,404	0	0	0	0
Otros países	274	6,361	0	0	0	0
TOTAL	904	15,779	361	1,374	602	2,940

1605580010 Caracoles

Principales Países de Origen	2013		2014		2015	
	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)
Estados Unidos	0	0	706	3,688	780	5,141
Chile	0	0	0	0	605	4,454
Indonesia	1,336	5,359	131	499	0	0
Otros países	1,805	7,410	282	1,071	0	0
TOTAL	3,141	12,769	1,119	5,258	1,385	9,595

1605590010: Otros conservados

Principales Países de Origen	2013		2014		2015	
	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)
Chile	1,973	14,106	2,186	15,450	0	0
España	24,671	113,802	8,685	40,191	0	0
<i>Estados Unidos</i>	6,543	30,826	0	0	0	0

Otros países	195	1,015	82	661	129	689
TOTAL	33,381.46	159,754	10,953	56,302	129	689

16055690090: otros invertebrados en conserva

Principales Países de Origen	2013		2014		2015	
	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)	Cantidad (Kg.)	Monto (US\$)
España	9,996	44,320	10,910	53,016	12,558	59,169
Estados Unidos	15,264	60,951	2,840	19,302	15,271	64,205
Chile	0	0	0	0	350	2,863
Otros países	21,977	128,615	0	0	2,169	16,192
TOTAL	47,237	233,886	13,750	72,318	30,348	142,429

-ANEXO NO. 2 CUADRO COSTA RICA IMPORTACIONES TOTALES DE PESCADOS MOLUSCOS, Y CRUSTACEOS EN CONSERVA

Costa Rica: Importaciones totales de pescados moluscos y crustáceos en conserva

Partida arancelaria	2013	% Part.	2014	% Part.	2015	% Part.
	Valor CIF (\$us.)		Valor CIF (\$us.)		Valor CIF (\$us.)	

1604-110090	231,225	0.14%	556,153	0.43%	317,802	0.60%
Otros salmones envasados						
1604130010	5,525,045	3.28%	11,965,470	9.30%	2,999,214	5.65%
Sardina en salsa de tomate						
1604149010	159,624,558	94.83%	113,871,669	88.51%	46,492,228	87.57%
Atún en conserva						
1604149090	10,603	0.01%	718	0.00%	105,849	0.20%
Otros atunes						
1604.150000	1,737	0.00%	2,197	0.00%	15,114	0.03%
Preparaciones y conservas de caballas entero o en trozos, excepto el picado						
1604.160000	27,938	0.02%	14,722	0.01%	28,323	0.05%
Preparaciones y conservas de anchoas entero o en trozos, excepto el picado						
1604190090	338,082	0.20%	185,194	0.14%	250,561	0.47%
Otras truchas ahumadas y preparadas envasadas						
1604200050	195,579	0.12%	114,919	0.09%	190,582	0.36%
Salmón marinado y preparado envasado						
1605100000	91,631	0.05%	189,507	0.15%	237,553	0.45%
Cangrejos en conserva envasados						
1605.290000	970,052	0.58%	885,207	0.69%	881,827	1.66%
Los demás cangrejos preparados o conservados						
1605.530010	198,781	0.12%	128,716	0.10%	257,231	0.48%

Mejillones preparados o conservados						
1605530090	84,293	0.05%	256,837	0.20%	390,704	0.74%
Otros mejillones						
1605540010	610,061	0.36%	348,519	0.27%	766,514	1.44%
Jibias, calamares envasados						
1605540090	756	0.00%	178	0.00%	0	0%
Otros jibias						
1605.560010	15,779	0.01%	1,374	0.00%	2,940	0.01%
Almejas preparadas o conservadas						
1605580010	12,769	0.01%	5,258	0.00%	9,595	0.02%
Caracoles envasados						
1605.590010	159,754	0.09%	56,302	0.04%	689	0.00%
Los demás moluscos preparados o conservados						
1605.690090	233,886	0.14%	72,318	0.06%	142,429	0.27%
Otros invertebrados						
TOTAL	168,332,529	100%	128,655,258	100%	53,089,155	100%

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

-ANEXO NO. 3

Cuadro sobre precio de los productos en estudio y las marcas existentes en la cadena de supermercados Auto Mercado.

Marcas	País de origen	Precio (USD)	Descripción del producto
Albo	España	3,71	Mejillones en salsa de vieira lata 115 g
Albo	España	2,065	Sardinillas en aceite de oliva lata 105 g

Albo	España	2,85	Sardinas picantonas lata 120 g
Albo	España	2,85	Sardinas en salsa de tomate lata 120 g
Albo	España	2,85	Sardinas en Escabeche lata 120 g
Albo	España	2,85	Sardina en aceite de oliva 120 g
Albo	España	2,85	Sardinas aceite de oliva Extra virgen 120 g
Albo	España	5,79	Pulpo en salsa marinera lata 116 g
Albo	España	4,90	Mejillones en escabeche lata 115 g
Albo	España	2,83	Filet de caballa lata 120 g
Albo	España	3,24	Calamares trozos en su tinta lata 112 g
Albo	España	5,09	Calmares rellenos lata 115 g
Albo	España	3,29	Calamares en salsa americana 112 g
Calvo	España	3,86	Salmon en aceite de oliva lata 110 g
Del Monte	EEUU	2,46	Sardina en salsa de tomate lata 425 g
Del Monte	EEUU	1,135	Sardina en salsa de tomate lata 156 g
Del Monte	EEUU	2,39	Sardinas en tomate picante
El Oso	Canadá	5,61	Salmón rosado lata 418 g
El Oso	Canadá	2,99	Salmón rosado lata 213 g
Ligo	EEUU	5,19	Salmón rosado lata 418 g
Madrigal	EEUU	2,10	Sardinas en aceite de oliva lata de 125 g
Madrigal	EEUU	1,99	Sardinas en salsa de tomate lata 125 g
Madrigal	EEUU	2,10	Sardinas picantes lata 125g
Orbe	España	2,69	Calamares rellenos en su tinta envase 110 g
Orbe	España	1,46	Sardinas en aceite vegetal envase 124 g
Orbe	España	1,27	Calamares trozos en tinta unidad 110 g
Orbe	España	1,25	Calamares en salsa americana lata 110 g
Orbe	España	1,46	Pulpo en aceite vegetal envase 110 g
Orbe	España	1,46	Pulpo al ajillo envase de 110 g
Orbe	España	1,46	Pulpo a la marinera caja 110 g
Orbe	España	1,46	Sardinas en tomate envase 124 g
Orbe	España	1,14	Mejillones al natural envase de 115 g
Orbe	España	1,14	Mejillones al ajillo envase de 115 g
Orbe	España	1,14	Mejillones en escabeche envase de 115 g
Palacio de Oriente	España	4,90	Calmar relleno caja 111g
Palacio de Oriente	España	1,5	Calamares en trozos caja 110 G
Palacio de Oriente	España	4,023	Sardinas en aceite de oliva caja 120 g
Palacio de Oriente	España	2,13	Sardinillas en aceite de oliva caja 81 g
Palacio de Oriente	España	3,45	Mejillón en Escabeche caja 115 g
Palacio de Oriente	España	3,45	Mejillón a la galleja caja 115 g
Palacio de Oriente	España	3,13	Sardina en tomate lata de 120 g
Palacio de Oriente	España	3,13	Sardina con limón caja 115 g

Palacio de Oriente	España	1,83	Calamar picante caja 111 g
Roland	EEUU	3,54	Salmón rosado lata 213 g
Roland	EEUU	2,62	Mejillones ahumados caja 85 g
Sardimar	Costa Rica	2,38	Atún lomo al ajillo en aceite en lata de 140 g
Sardimar	Costa Rica	2,25	Atún en trozos en agua light lata 250 g
Sardimar	Costa Rica	2,38	Atún lomo con orégano lata de 140 g
Sardimar	Costa Rica	1,72	Atún lomo en trozos sardimar light lata 105 g
Sardimar	Costa Rica	1,63	Atún azul trocitos de lomo lata de 140 g
Sardimar	Costa Rica	2,30	Atún en aceite ahumado en trozos de lomo 140 g
Calvo	El Salvador	1,55	Trozos de atún en aceite vegetal lata 105 g
Calvo	El Salvador	2,24	Atún lomo en agua lata de 170 g
Calvo	El Salvador	1,55	Atún con vegetales en lata de 142 gramos
Calvo	El Salvador	1,35	Atún lomo vegetales light lata de 142 g
Calvo	El Salvador	2,13	Atún trozos aceite vegetal lata de 142 g
Calvo	El Salvador	2,65	Atún lomo en aceite de oliva 160 g
Calvo	El Salvador	1,92	Atún trozos en agua light lata de 142 g
Calvo	El Salvador	2,61	Trozos de atún en aceite vegetal lata 240 g
Sardimar	Costa Rica	2,38	Atún con maíz dulce light lata de 140 g
Sardimar	Costa Rica	2,38	Atún con Chile jalapeño lata de 140 g
Pronto	Costa Rica	1,63	Atún lomo en trozos en aceite lata 160 g
Pronto	Costa Rica	1,99	Atún lomo en trozos en agua lata 160 g
Pronto	Costa Rica	2,40	Atún lomo en trozos en aceite de oliva en lata de 160 g
Calvo	Costa Rica	3,94	Atún lomo en trozos en agua lata de 354 g

Tipo de cambio utilizado: 541.83 por dólar americano, Banco Central de Costa Rica

Fuente: Elaboración propia con base a visita punto de venta Auto mercado