



CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE MORA, CÚRCUMA Y SUB PRODUCTOS DE YUCA

Enrique Ulloa Leitón
Dirección de Inteligencia Comercial
Abril, 2020



El presente documento es de carácter público y gratuito y fue realizado por la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), con base en la información que ha sido recopilada de buena fe y proveniente de fuentes legítimas. El objetivo de este estudio es brindar información de carácter general sobre el tema analizado, por lo que su contenido no está destinado a resolver problemas específicos o a brindar asesoría puntual para un determinado individuo o entidad pública o privada. Por la misma naturaleza de esta publicación, PROCOMER no tendrá responsabilidad alguna sobre la utilización o interpretación que se le dé a este documento, ni responderá por ningún supuesto daño o perjuicio directo o indirecto derivado del contenido de este estudio.

Dirección de Inteligencia Comercial

Resumen ejecutivo



En 2019, las importaciones mundiales de mora alcanzaron los **4 192 millones de USD** (+7% CAGR 2015-2019), en los que destacó la presentación fresca con **70%** del total, sus principales mercados de compra fueron **EEUU** (34%) y **Alemania** (11%). Respecto a sub productos de yuca las importaciones alcanzaron para ese año **1 864 millones de USD** (+2%), principalmente en **EEUU** (45%) y **Canadá** (8%). Y en el caso de cúrcuma el monto importado alcanzó **296 millones de USD** (+7%) en países como: **EEUU** (12%) e **India** (11%). La demanda de estos productos se encuentra dinamizada por factores como la **búsqueda de productos cada vez más naturales**, con un **menor uso de ingredientes artificiales**, **prácticas sostenibles de producción** y el **aprovechamiento de las propiedades nutricionales** para coadyuvar en el tratamiento de enfermedades y **mejora de la salud** de las personas, estos dinamizadores se ven reflejados en los lanzamientos de productos a nivel mundial.

En el caso de la mora, los lanzamientos en 2019 alcanzaron **1 603** (2% CAGR 2015-2019), siendo la principal categoría los **alimentos** (83%) en donde destacan principalmente las **bebidas calientes** (tés) y **productos lácteos**, seguido por **cuidado personal y belleza** (12%) principalmente para productos para el **cuidado de la piel y el cabello** haciendo uso de las propiedades antioxidantes de la fruta. Para cúrcuma, los lanzamientos alcanzaron **1 208** (+15% CAGR 2015-2019), siendo la principal categoría los **alimentos** (62%) en productos como **snacks, golosinas y salsas y condimentos**, le siguen los productos para **cuidado personal y belleza** (33%) en ambas categorías se promueve la **curcumina** como colorante natural de estos **productos y cuidado de la salud** (4%), mediante la cual se da el aprovechamiento de sus propiedades antiinflamatorias. En cuanto a sub productos de yuca, en chips para 2019 se lanzaron al mercado **65 productos** (+12% CAGR 2015-2019), principalmente en **Indonesia** (51%) y en el caso de **harinas** 20 (-14% CAGR 2015-2019) en donde destacó Brasil (73%).

Se plantean diferentes **retos** para la exportación de estos productos, como dificultades para la obtención de **certificaciones**, alta **competencia de países con precios bajos** y **mayores volúmenes de producción** así como **factores administrativos** y de **asociatividad**. Ante este escenario, las oportunidades para Costa Rica se encuentran en nichos de mercado enfocados en la **diferenciación** basada en la **promoción de los valores nutricionales** de los productos, utilizando como herramienta las **certificaciones de calidad, orgánico** y de **responsabilidad social y ambiental** e **ingredientes naturales**, los cuales permitirán **mejorar el posicionamiento** de los productos ante la **alta competencia** de países asiáticos y latinoamericanos.

Contenido

1. Definición y alcances

1.1 Antecedentes y criterios de selección de productos

1.2 Definición de categorías

1.3 Metodología

1.4 Objetivo general

2. Análisis por producto/categoría

2.1 Mora

2.2 Cúrcuma

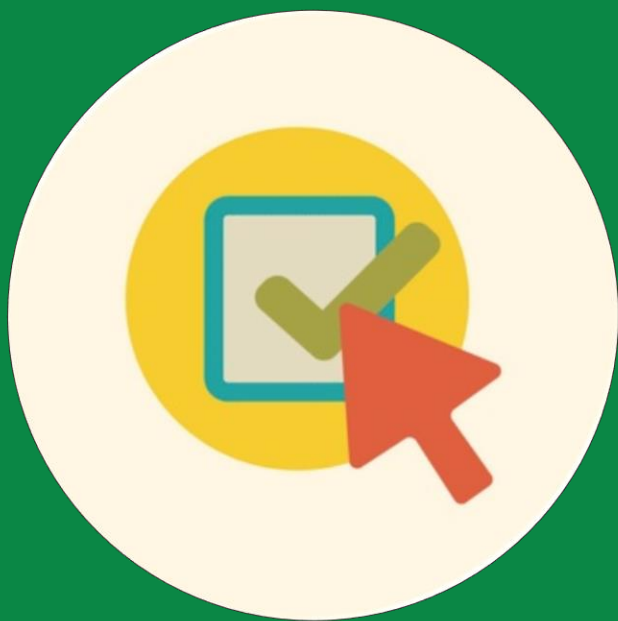
2.3 Sub productos de yuca

3. Mercados potenciales

4. Experiencia de empresas productoras/exportadoras



1.1 Antecedentes y criterios de selección de los productos



*Incluyen: yuca y subproductos, cáñamo, productos de cabra, mora, sábila, cúrcuma, algas, cáscara de camarón, insectos y coyol.

En 2019 se presentó el estudio [DESCUBRE 150](#), en donde se identificaron 10 cadenas de valor* que cuentan con potencial comercial. En el presente estudio se tomaron en consideración **3** de estas cadenas bajo los siguientes criterios, los cuales hacen énfasis en el potencial de comercialización y capacidad de operativización a corto plazo:

- 1.** Ranking de hoja de trabajo del estudio DESCUBRE 150.
- 2.** Clasificación arancelaria
- 3.** Tamaño de la demanda según clasificación arancelaria
- 4.** Búsqueda en la base de datos Mintel, para conocer el número de lanzamientos y países de comercialización.
- 5.** Experiencia en trabajos de investigación realizados en PROCOMER
- 6.** Documento de trabajo de productos con potencial de exportación elaborado por las Oficinas de Promoción Comercial de PROCOMER.

Productos con mejores indicadores:



Sub productos de yuca



Mora



Cúrcuma

1.1 Antecedentes y criterios de selección de los productos



Criterio	Sub productos de yuca	Camarón y sub productos (cáscara de camarón)	Insectos*	Cáñamo	Algas*	Sábila	Coyol	Cúrcuma	Ganado caprino	Mora
1. Ranking	90%	80%	61%	80%	69%	70%	63%	58%	57%	53%
2. ¿Cuenta con clasificación arancelaria específica?	Sí (Harina) No (Chips)	No	No	Sí	Sí	No	No	Sí	Sí	Sí
3. Tamaño de la demanda (millones de USD, 2018)	1921 ↑	137 ↓	129 ↑	6 ↑	1170 ↑	1711 ↓	ND	304 ↑	8976 —	3851 ↑
4. Lanzamientos MINTEL	303	28	81	1029	5966	2449	ND	4625	6261	7429
5. Experiencia de investigación PROCIMER	4ET 1EM 123 casos CACEX	0	1 mención en EM 4 casos CACEX	1 mención en EM	1 mención en EM 1 caso CACEX	2 menciones en EM 5 casos CACEX	0	1EM 1 mención EM 14 casos CACEX	2 ET 2 casos CACEX	1ET 1EM 10 casos CACEX
6. Evaluaciones favorables de OPC	3	1	1	2	1	2	0	3	0	2

ET=Estudios Técnicos, EM=Estudios de Mercado. CACEX= Centro de Asesoría para el Comercio Exterior. *Se toma en consideración el promedio de los porcentajes del ranking para el grupo de productos.

1.2 Definición de las categorías



Para el análisis de los productos, se tomarán en consideración las siguientes clasificaciones arancelarias del Sistema Armonizado (SA):

	Producto	Sub partida del SA	Descripción
	Sub productos de yuca	1106.20	Harina**
		2008.99*	Chips**
	Mora	0810.20	Fresca
		0811.20	Congelada
	Cúrcuma	0910.30	Fresca o seca

*Los chips yuca se encuentran en una clasificación arancelaria residual, que no permite reconocer específicamente el producto a nivel de sub partida. La fracción nacional utilizada corresponde a: 2008.99.90.00.90. ** No diferencia si es de yuca dulce o amarga.

1.3 Metodología

1. Recolección de información en fuentes secundarias a partir de bases de datos disponibles.

2. Realización de reuniones con las siguientes instituciones y centros de investigación:



TEC | Tecnológico de Costa Rica
ESCUELA DE AGRONEGOCIOS

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
ESCUELA DE QUÍMICA



Agencia de Servicios Agropecuarios de Pejibaye

3. Entrevistas presenciales o electrónicas a 17 productores y/o exportadores de los productos de interés. Se les aplicó un cuestionario para conocer perspectivas del sector.



6

Entrevistas



4

Entrevistas



7

Entrevistas

1.4 Objetivo general



Identificar las principales características de la comercialización para la exportación de mora, cúrcuma y sub productos de yuca (harinas y chips) del Programa DESCUBRE*.



2. Análisis por producto/categoría

NOTA IMPORTANTE: en adelante, el análisis de los productos procesados de mora, cúrcuma y sub productos de yuca, se realizó de acuerdo con la información disponible en la base de datos MINTEL GNPD, el cual incluye los productos para su venta al por menor, disponibles en la fecha de consulta.



2.1 Mora

Ficha producto



Mora criolla se cultiva en lugares con temperaturas entre **15-22 °C**. En altitudes entre **1 500-2 300** m.s.n.m con humedad del **75%-90%**.



Precipitación **1500-2300 mm**



Cosecha se da principalmente entre **enero-abril**



Su crecimiento hasta la floración varía entre los **14 y 16 meses**.

Origen y distribución

Es un fruto comestible originado principalmente en el hemisferio norte (América del Norte, Europa y Asia), una gran cantidad de especies silvestres pueden ser encontradas en las partes altas del Centro y Suramérica.

Nombres comunes

Dependiendo del tipo se les conoce como mora, zarzas o zarzamoras, teniendo los híbridos otros nombres particulares, pertenecientes al género *Rubus*.

En inglés: blackberry (mora), híbridos como: boysenberry, loganberry y youngberry, entre muchos otros.

Taxonomía

División: Magnoliophyta

Clase: Mangoliopsida

Orden: Rosales

Familia: Rosaceae

Sub familia: Roisoideae

Género: Rubus

Otros cultivos de la familia de las Rosáceas son: las fresas, rosas, y frambuesas.

Tipos

A nivel nacional se cultivan variedades criollas e híbridas. Dentro de las criollas destacan: vino con espinas, vino sin espinas, negrita, ratón, castilla y caballo.

En el caso de las híbridas destacan las traídas desde EEUU como la Brazos, Cherokee y Comanche.

Investigación en Costa Rica



El **Centro Nacional de Investigación en Tecnología de Alimentos** (CITA) de la Universidad de Costa Rica ha llevado a cabo diversas investigaciones sobre la mora donde se ha mostrado que:

- ✓ Las moras de las tierras altas tropicales son reconocidas por su **alta acidez y sabor distintivo** diferenciado al de otras zonas del mundo.
- ✓ En comparación con las moras de climas templados, las de zonas tropicales altas (*Rubus adenotrichus* y *R. glaucus*) presentan **propiedades nutricionales y funcionales de alto interés** para los mercados internacionales. Por ejemplo: presenta **altos contenidos de polifenoles** conocidos como **elagitaninos** y **antocianinas** (que son compuestos antioxidantes), incluso en proporciones mayores que frutas como la “granada” que es conocida como una superfruta.¹
- ✓ Estos compuestos polifenólicos está presentes en **concentraciones más altas** debido a **condiciones ambientales “estresantes”** como mayor **irradiación, alta humedad y condiciones de temperaturas extremas**.²
- ✓ Dentro de las principales propiedades de la mora se encuentran: **protección contra enfermedades cardiovasculares**, se asocia con **disminución de la presión arterial** y **mejora de la resistencia a la insulina** (coadyuvante en control de la diabetes). Los estudios in vitro e in vivo revelan que los compuestos tienen **potencial para la prevención del cáncer** incluyendo: colon, pecho, boca y próstata, entre otros. Sus propiedades dependerán de las condiciones ambientales donde se cultive y la forma en que se procese³.

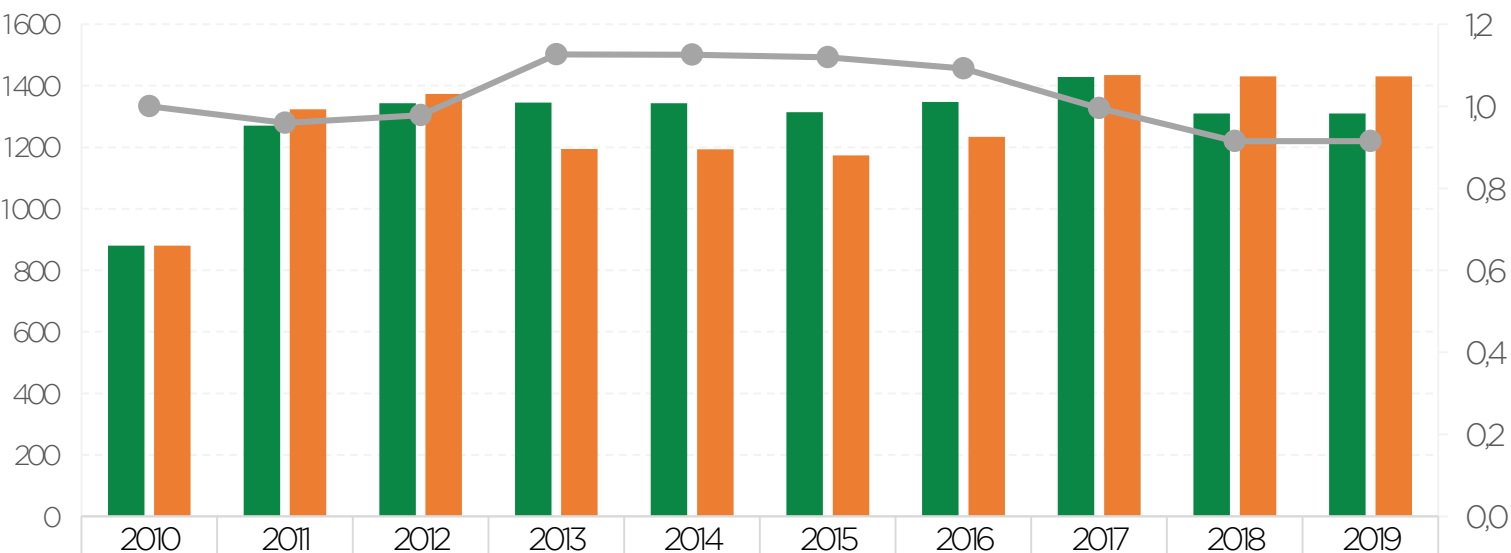
¹Acosta, M et al (2009). *Phenolic content and antioxidant capacity of tropical highland blackberry (Rubus adenotrichus Schltdl.) during three edible maturity stages*

²Soto, M et al (2019) *Physicochemical characteristics and polyphenolic compounds of cultivated blackberries in Costa Rica*

³García, C et al (2013) *Diversity of urinary excretion patterns of main ellagitannins' colonic metabolites after ingestion of tropical highland blackberry (Rubus adenotrichus) juice*

Áreas sembradas y producción

Costa Rica: áreas sembradas y producción de mora
2010-2019
(hectáreas y toneladas)



Para 2019, el área cultivada de mora alcanzó las **1 310 toneladas** y **1 431 toneladas**. Pese a un incremento en las toneladas que alcanzó **5%** y las hectáreas **6%** en el período 2010-2019, hubo una disminución en el rendimiento que alcanzó **-1%**.

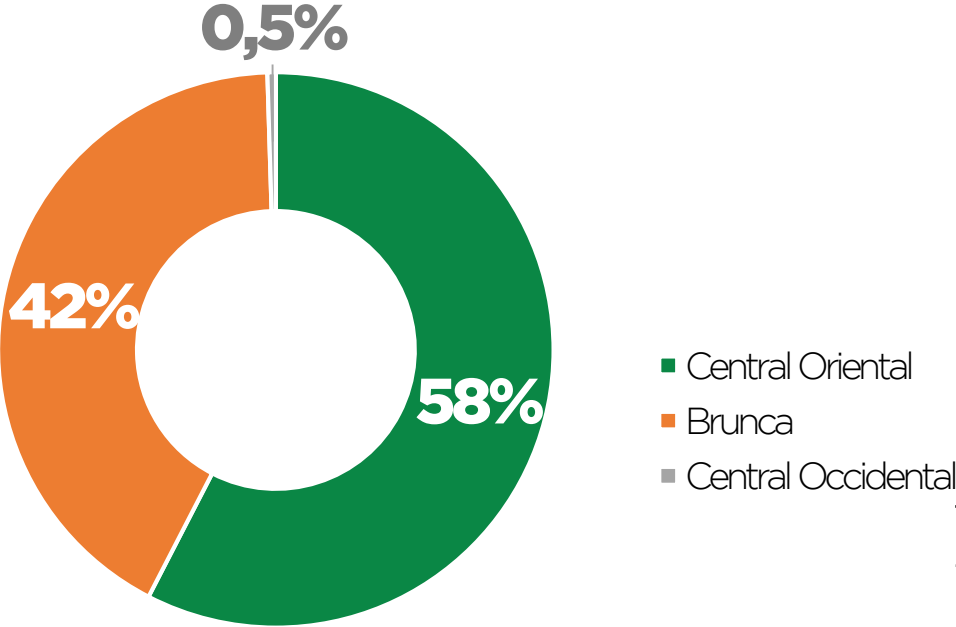
CAGR 2010-2019
Toneladas: 5%
Hectáreas: 6%
Rendimiento por ha: -1%

Fuente: SEPSA, Ministerio de Agricultura y Ganadería.



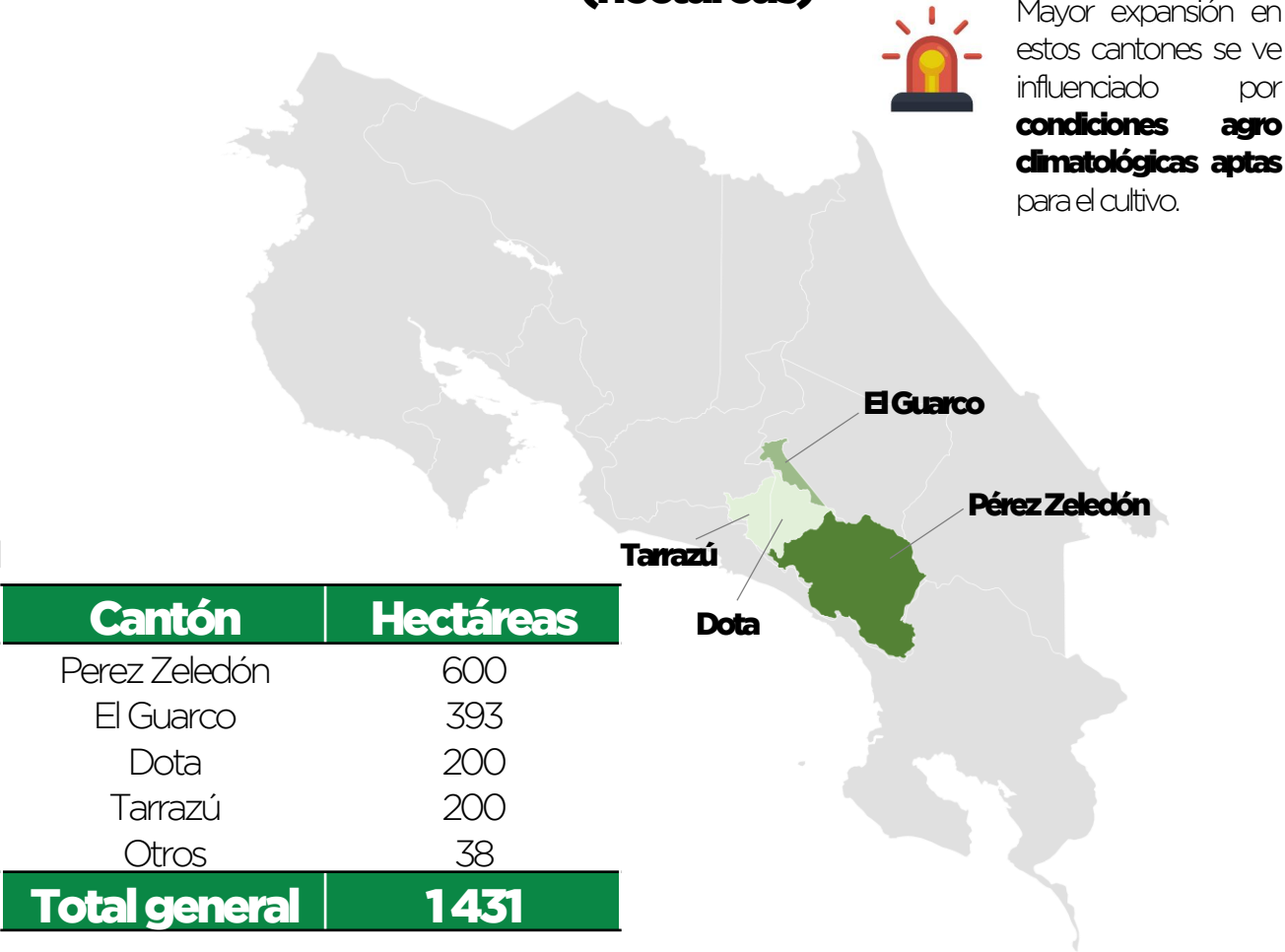
Áreas sembradas y producción

Costa Rica: áreas sembradas y producción de mora por región , 2019 (hectáreas)



58% de las áreas sembradas se encuentran en la región **Central Oriental**, seguida por la **Brunca** (42%). El cultivo se da principalmente en cantones como **Pérez Zeledón, El Guarco** y la **zona de los Santos** (Dota, Tarrazú, León Cortés, entre otros)

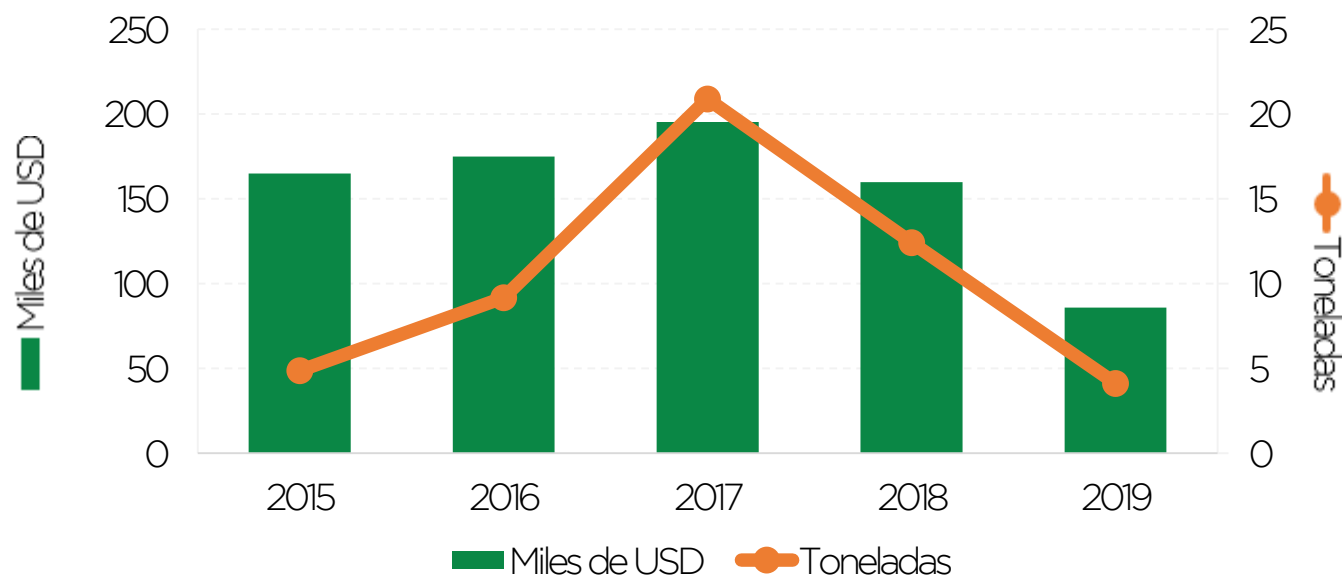
Costa Rica: áreas sembradas de mora por cantón, 2019 (hectáreas)



Fuente: SEPSA

Exportaciones de Costa Rica

Costa Rica: exportaciones de mora* 2017-2019 (miles de USD y toneladas)

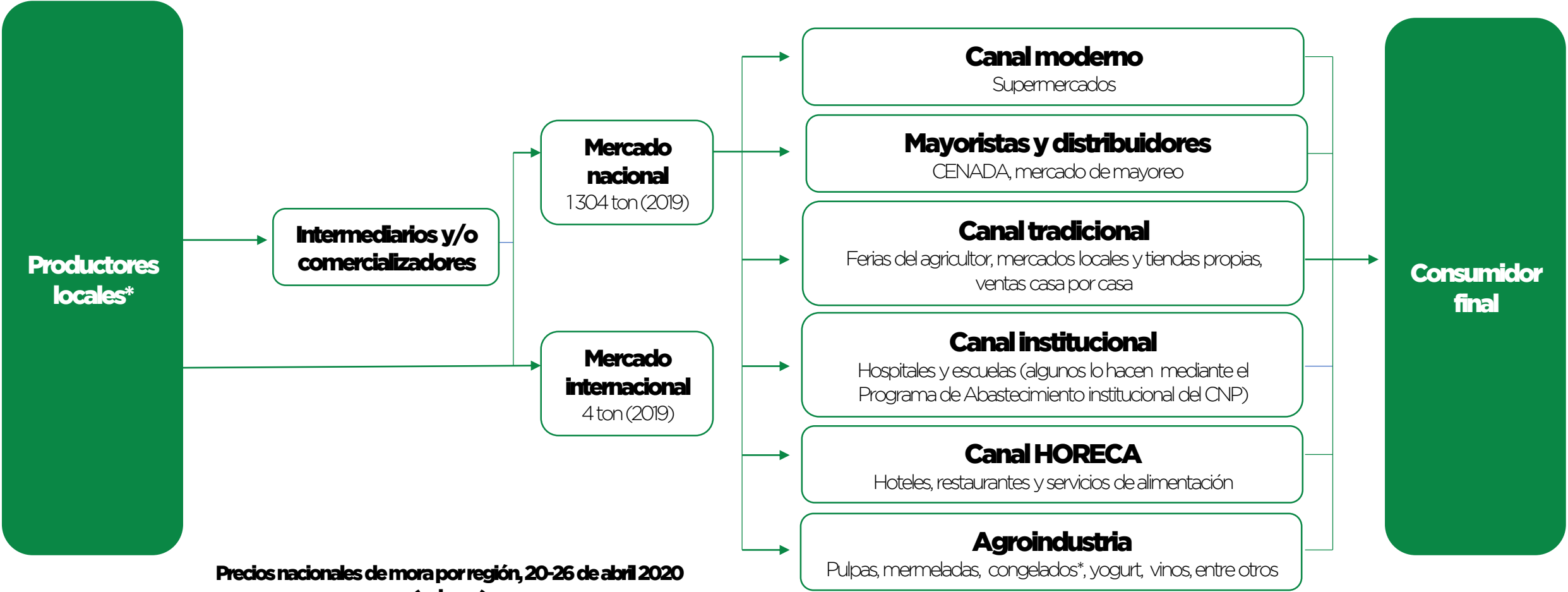


En 2019, el **100%** de las exportaciones se destinaron a **Nicaragua**.

- El mayor registro de exportaciones se dio entre 2010 y 2011 donde se llegó a exportar alrededor **de 2,8 millones de USD**, principalmente al mercado centroamericano (principalmente Honduras).
- Han habido diversos esfuerzos para la promoción de las exportaciones de la mora costarricense, sin embargo, han existido **factores administrativos y de asociatividad** que no han permitido un desarrollo sostenido de los negocios internacionales.
- Actualmente diferentes asociaciones de productores buscan la internacionalización mediante, mejora de **variedades**, la **estandarización de procesos** y la obtención de **certificaciones**.

*Incluyen el producto fresco y congelado, clasificaciones arancelarias: 081020.00.00.20 (fresco) y 081120.00.00.20 (congelada). Fuente: PROCOMER

Cadena de comercialización en Costa Rica



Precios nacionales de mora por región, 20-26 de abril 2020 (colones)



	Brunca		Región Central				Pacífico Central		Huetar Atlántica	
Unidad	Fincas	Ferias	Fincas	Cenada	Borbon	Ferias	Fincas	Ferias	Fincas	Ferias
Kilo		1750	800	1200	2000	1775		2500		2667

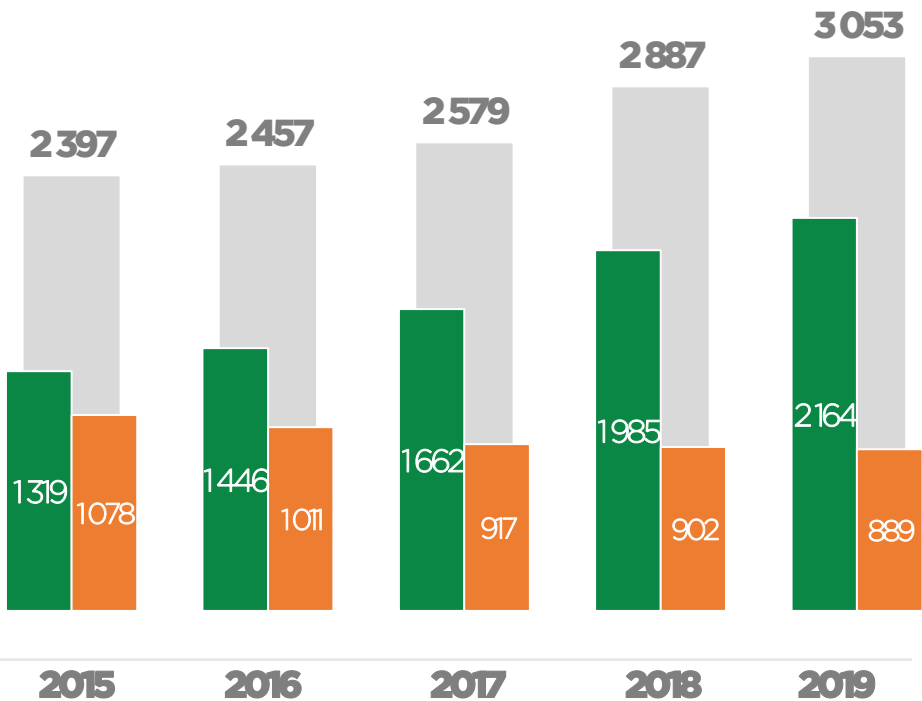
*Incluye productores independientes y organizados. **Algunos productores locales cuentan con máquinas propias para la congelación. Fuente: PROCOMER y CNP

Exportaciones mundiales

Mundo: exportaciones mundiales de *berries**, 2015-2019

Las exportaciones mundiales de *berries* alcanzaron en 2019 los **3 053 millones de USD** (CAGR **6%** 14/18). Siendo las frescas las que tienen la mayor participación, la cual en promedio fue de **64% en el período 15/19**, con un crecimiento del **13%** en términos de valor. En el caso de las congeladas hubo una disminución del valor de **-5%**, pero un incremento del **3%** en las toneladas.

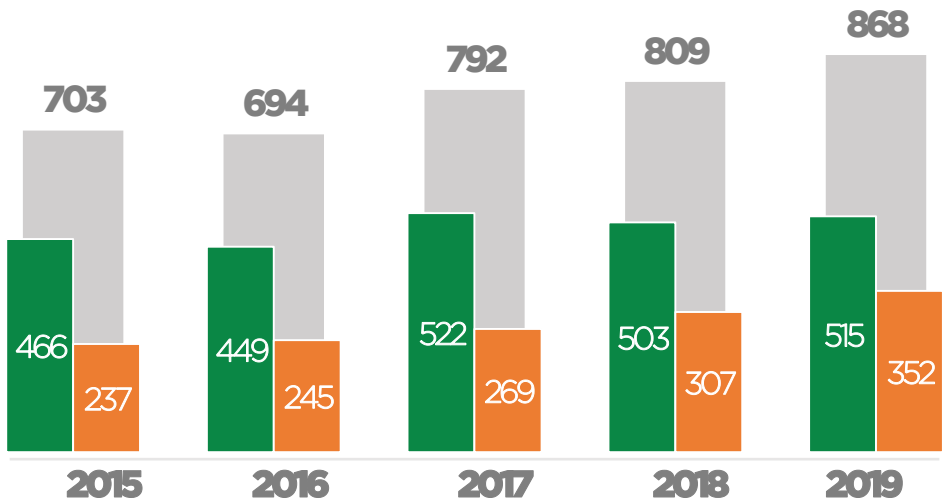
MILLONES DE USD



■ Total ■ Frescas ■ Congeladas

Tipo	CAGR 2015-2019	
	\$	Ton
Frescas	13%	10%
Congeladas	-5%	3%
Total	6%	5%

MILES DE TONELADAS

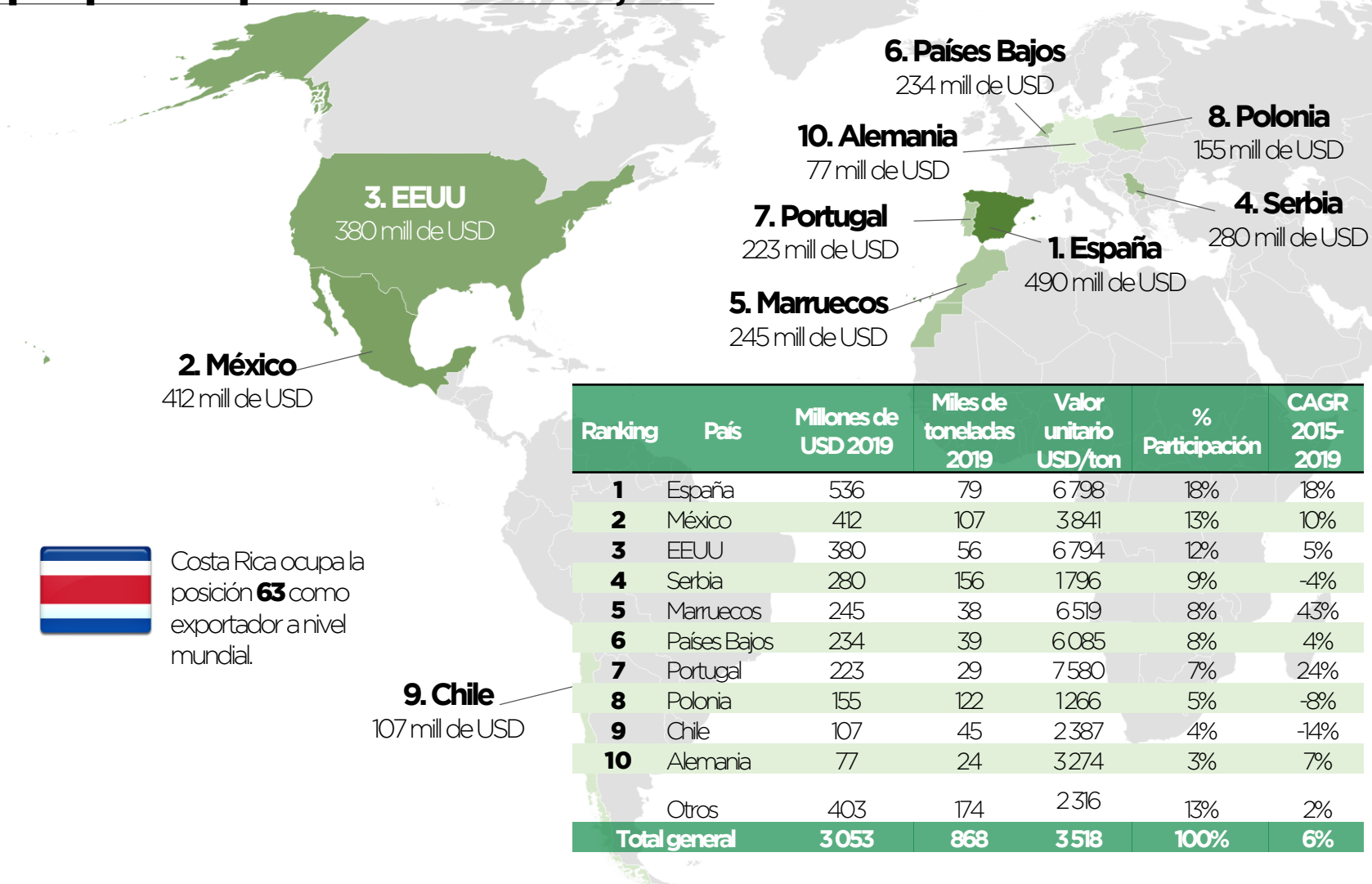


■ Total ■ Congeladas ■ Frescas

*Incluye las clasificaciones arancelarias: 0810.20 (frescas) y 0811.20 (congeladas). Excluye fresas y arándanos CAGR: Crecimiento Anual Promedio. Fuente: Trademap

Exportaciones mundiales: en 2019 alcanzaron 3 053 millones de USD, con un CAGR de 6% en el período 2015-2019.

Top 10 países exportadores de *berries**, 2019

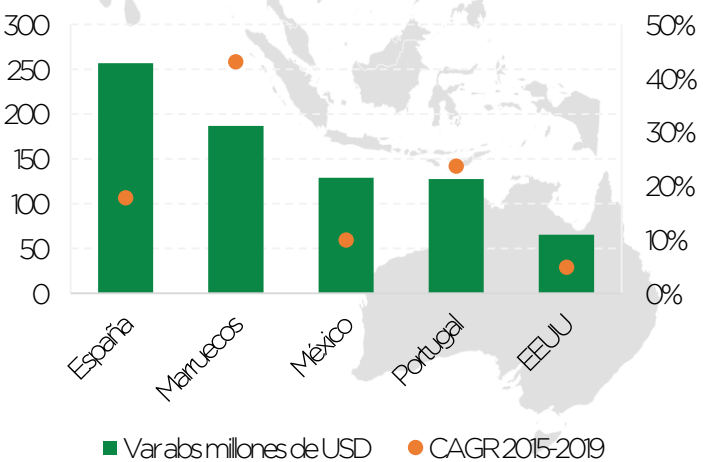


España es el principal y más dinámico exportador de *berries* con una participación del **18%** y un CAGR de **18%** 15/19. Países latinoamericanos como **México** y **Chile** se posicionan en el top 10.

 Costa Rica ocupa la posición **63** como exportador a nivel mundial.

Ranking	País	Millones de USD 2019	Miles de toneladas 2019	Valor unitario USD/ton	% Participación	CAGR 2015-2019
1	España	536	79	6 798	18%	18%
2	México	412	107	3 841	13%	10%
3	EEUU	380	56	6 794	12%	5%
4	Serbia	280	156	1 796	9%	-4%
5	Marruecos	245	38	6 519	8%	43%
6	Países Bajos	234	39	6 085	8%	4%
7	Portugal	223	29	7 580	7%	24%
8	Polonia	155	122	1 266	5%	-8%
9	Chile	107	45	2 387	4%	-14%
10	Alemania	77	24	3 274	3%	7%
Otros		403	174	2 316	13%	2%
Total general		3 053	868	3 518	100%	6%

Países con el mayor dinamismo, 2015-2019



*Incluye las clasificaciones arancelarias: 081020 (frescas) y 0811.20 (congeladas). Excluye fresas y arándanos. CAGR: Crecimiento Anual Promedio. Fuente: Trademap

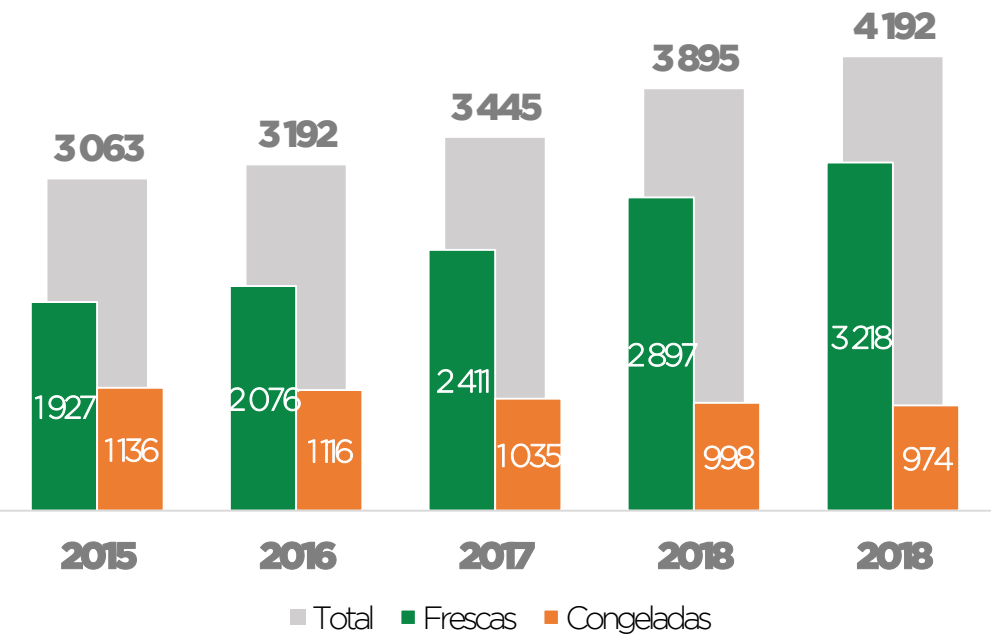
Importaciones mundiales



Mundo: importaciones mundiales de *berries**, 2015-2019

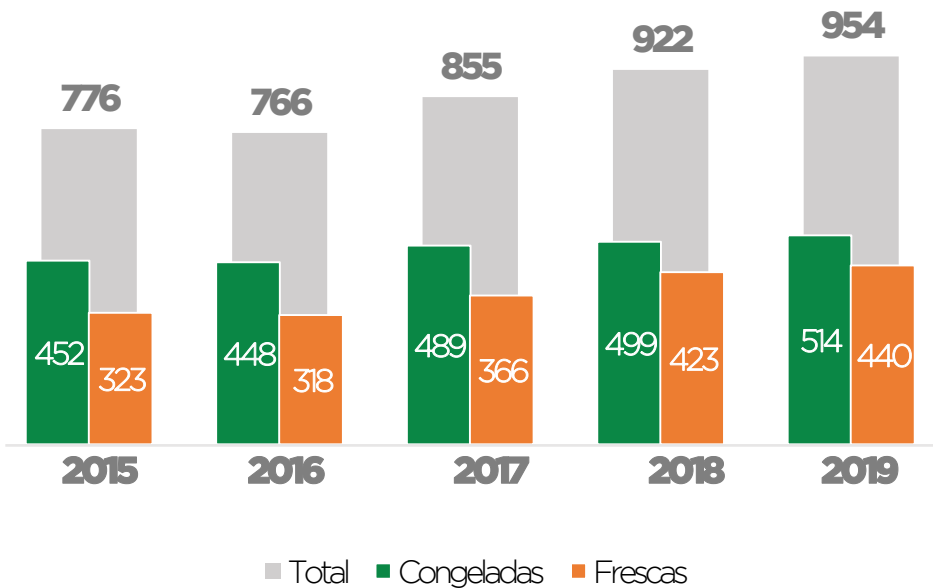
Las importaciones mundiales de *berries* alcanzaron en 2019 los **4 192 millones de USD** (CAGR **12%** 15/19). Siendo las frescas las que tienen la mayor participación, la cual en promedio fue de **70% en el período 15/19**. Las congeladas han tenido un decrecimiento de **-3%** en ese mismo período en términos de valor y un crecimiento de **3%** en toneladas.

MILLONES DE USD



Tipo	CAGR 2015-2019	
	\$	Ton
Frescas	12%	8%
Congeladas	-3%	3%
Total	7%	5%

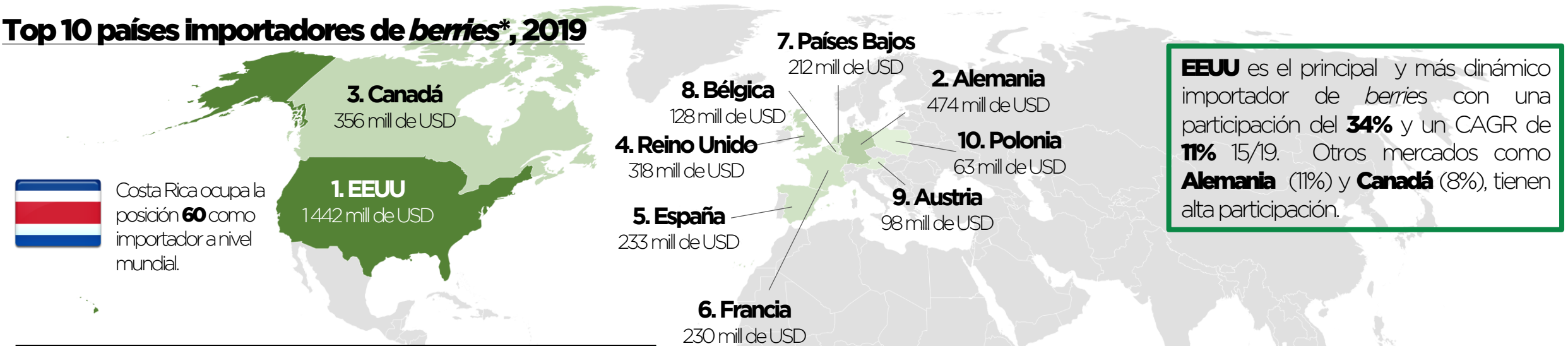
MILES DE TONELADAS



*Incluye las clasificaciones arancelarias: 0810.20 (frescas) y 0811.20 (congeladas). Excluye frescas y arándanos. CAGR: Crecimiento Anual Promedio. Fuente: Trademap

Importaciones mundiales: en 2019 alcanzaron 4 192 millones de USD, con un CAGR de 7% en el período 2015-2019.

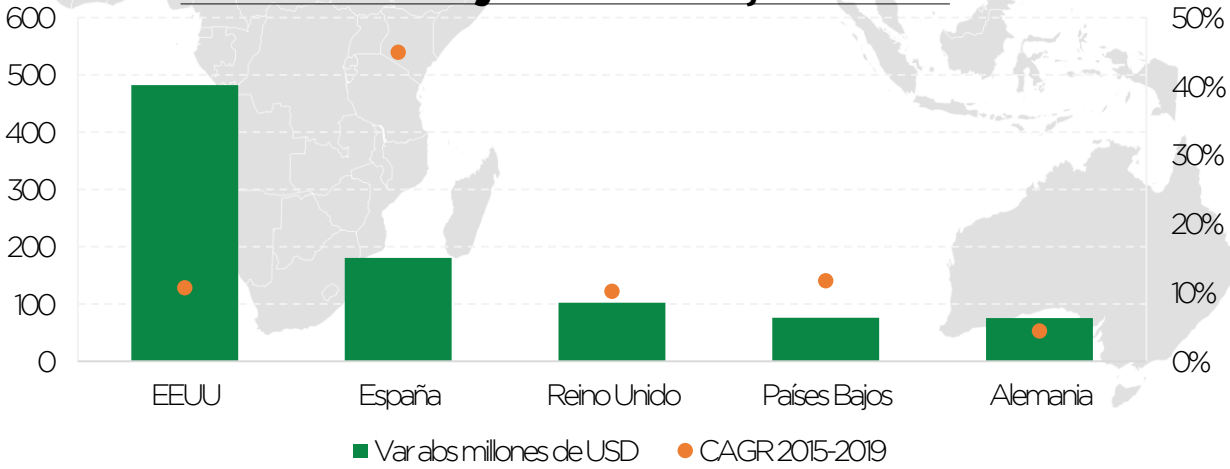
Top 10 países importadores de *berries**, 2019



EEUU es el principal y más dinámico importador de *berries* con una participación del **34%** y un CAGR de **11%** 15/19. Otros mercados como **Alemania** (11%) y **Canadá** (8%), tienen alta participación.

Ranking	País	Millones de USD 2019	Miles de toneladas 2019	Valor unitario USD/ton	% Participación	CAGR 2015-2019
1	EEUU	1442	208	6 944	34%	11%
2	Alemania	474	149	3 180	11%	4%
3	Canadá	356	63	5 622	8%	3%
4	Reino Unido	318	62	5 169	8%	10%
5	España	233	37	6 266	6%	45%
6	Francia	230	70	3 310	5%	3%
7	Países Bajos	212	44	4 857	5%	12%
8	Bélgica	128	40	3 181	3%	2%
9	Austria	98	38	2 558	2%	3%
10	Polonia	63	29	2 196	2%	16%
Otros		639	215	2 972	15%	4%
Total general		4 192	954	4 392	100%	8%

Países con el mayor dinamismo, 2015-2019



*Incluye las clasificaciones arancelarias: 081020 (frescas) y 0811.20 (congeladas). CAGR: Crecimiento Anual Promedio. Fuente: Trademap

Dinamizadores del consumo

1.

Incremento de la demanda de productos orgánicos y con prácticas sostenibles

A 2027 el mercado de *berries* se proyecta que alcance a nivel mundial los 81 mil millones de USD a una tasa de crecimiento promedio de 6,2%, dada la creciente preferencia de los consumidores hacia productos orgánicos o con prácticas sostenibles. La transparencia en cuanto a las prácticas a nivel de empresa y producción son fundamentales.



2.

Edad e ingresos son factores determinantes para la compra

La preferencia de compra de mora se incrementa cuanto mayor sea el ingreso. Por ejemplo en EEUU, aquellas personas con mayores ingresos tienen hasta dos veces más inclinación de compra de aquellos con menores ingresos*. Además, su compra está asociada principalmente a personas de mediana edad, entre 40-58 años de edad.



3.

Altas propiedades nutricionales para combatir enfermedades

Las moras contienen altos niveles de antioxidantes, que los hacen excelentes para combatir el cáncer. El tanino que se encuentra en las moras ayuda a reducir la inflamación en los intestinos. La Administración de Medicamentos y Alimentos de EEUU (FDA, por sus siglas en inglés) autoriza los siguientes descriptores para las moras: baja en grasas, libre de grasas saturadas, libre de sodio, libre de colesterol, alto en fibra, alto en vitamina C y buena fuente de ácido fólico.

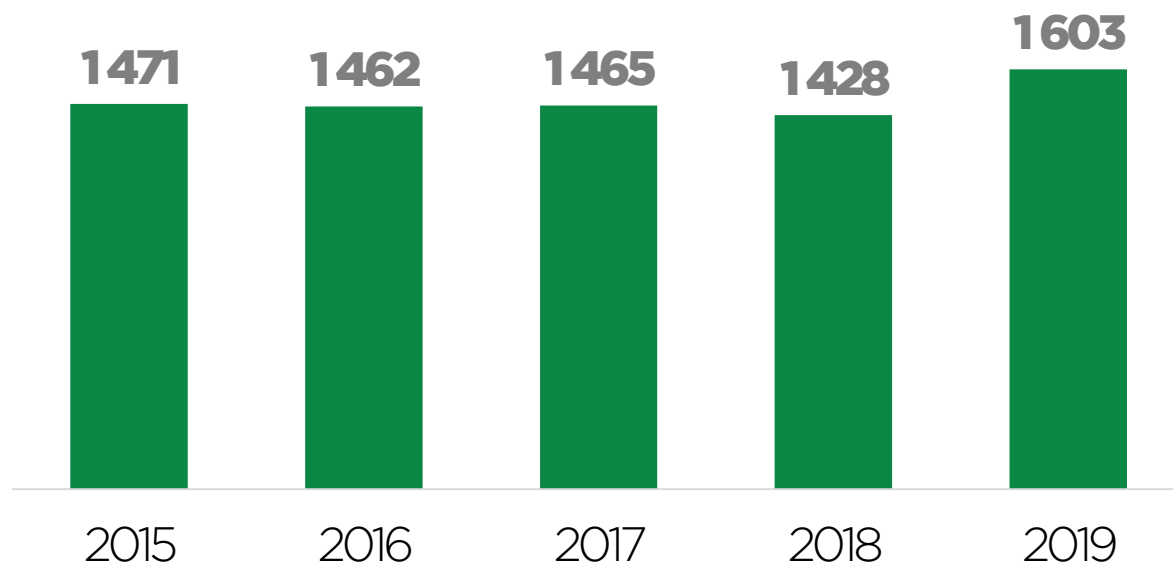


*Calculado sobre la base de un salario inferior a 25 mil USD anuales. Fuente: The Packer, CITA y Mintel.

Lanzamientos de productos

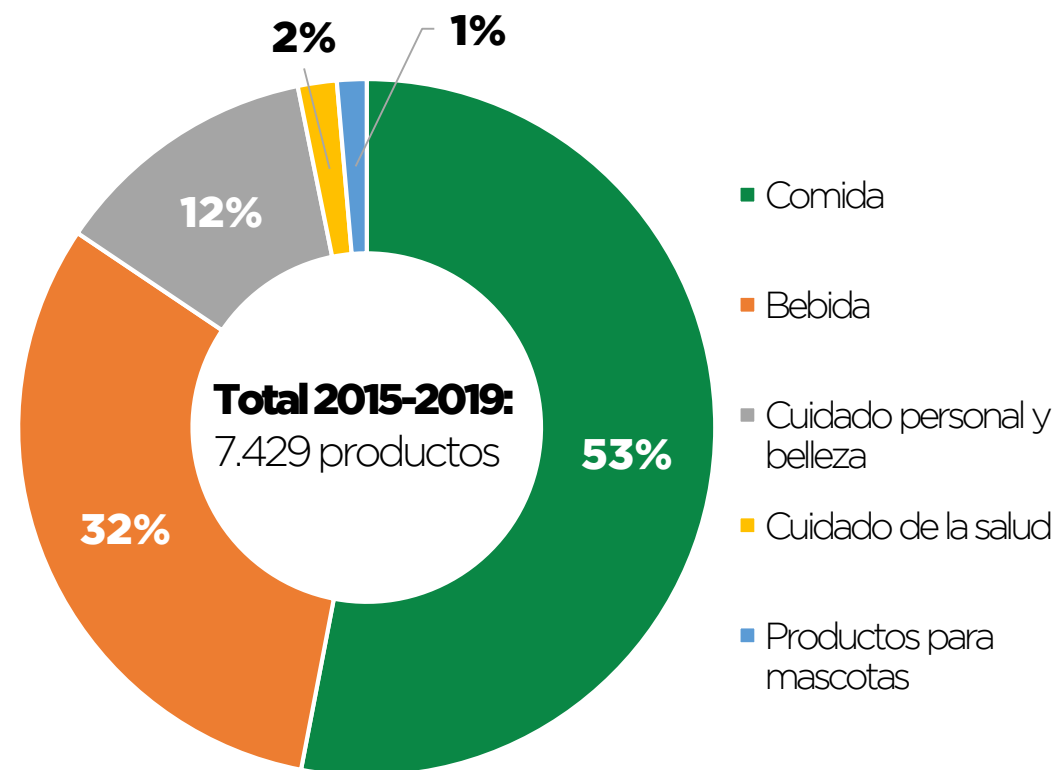
Mundo: lanzamientos de productos que utilizan la mora como ingrediente por año, 2015-2019

CAGR 2015-2019: +2%



Para 2019 lanzaron al mercado **1 603** productos que utilizaron la mora como ingrediente, lo cual corresponde a un incremento de **+2%** en el período 15/19. El **83%** de ellos correspondió a **alimentos**, destacan otros como **cuidado personal y belleza** (12%) y **cuidado de la salud** (2%).

Total de lanzamientos de productos que utilizan mora como ingrediente según macro-categorías, 2015-2019

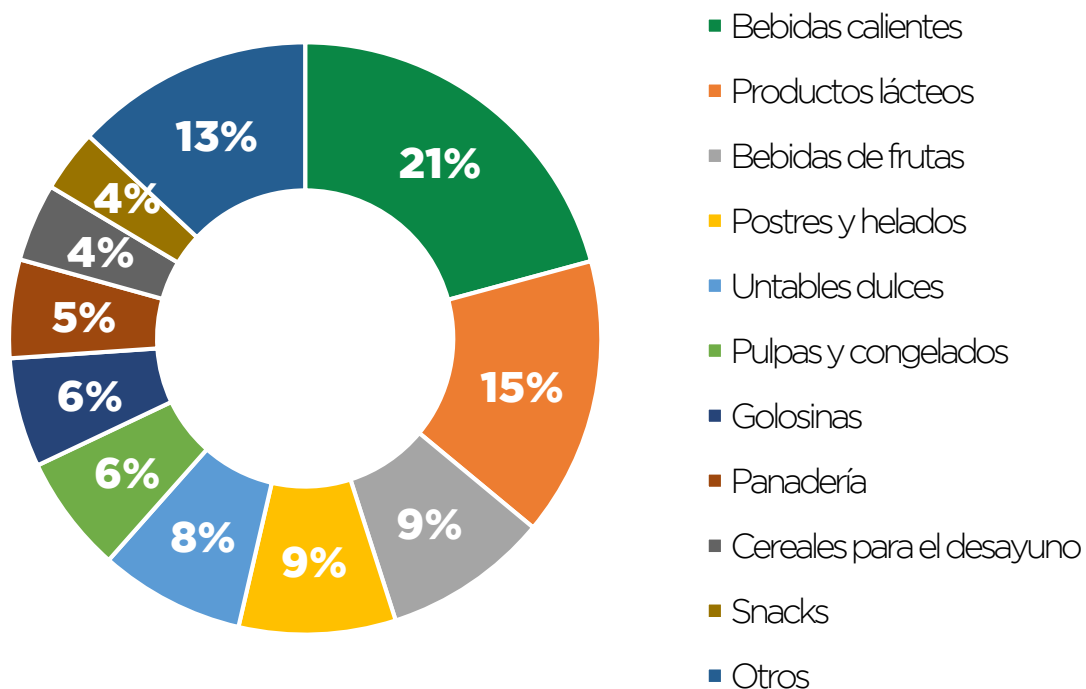


Comida (53%) + Bebida (32%) = Alimentos (83%)

Análisis macro categorías

1. Alimentos (83%)*

Mundo: lanzamientos de alimentos que utilizan la mora como ingrediente según categoría, total 2015-2019



Total de lanzamientos 2015-2019:
6 272 productos (+1%)

Total de lanzamientos 2019:
1 326

- Existe un amplio portafolio de productos que utilizan la mora como ingrediente, en la que destacan las **bebidas calientes** (21%), **productos lácteos** (15%) y **bebidas de frutas** (9%). Los principales ingredientes en alimentos son las **moras** (49%), **purés** (12%), **hojas** (11%) y **jugo** (10%) de la fruta.
- Las categorías que han tenido el mayor crecimiento en lanzamientos en el período 15/19 han sido las **cereales para el desayuno** y **pulpas y congelados** (+12%), las que han tenido los mayores decrecimientos son: **bebidas calientes** (-7%) y **jugos de frutas** (-4%).

*Comida (+2%,15/19) + Bebida (-2%,15/19). CAGR: Crecimiento Anual Promedio. Fuente: MINTEL

Análisis macro categorías

1. Alimentos (83%)*

Total de lanzamientos 2015-2019:
6 272 productos (+1%)

Total de lanzamientos 2019:
1 326

Categorías	Principales sub categorías	Claim	Precio promedio \$ por cada 100g/ml (2019)
Bebidas calientes (21%)	Té	Ético y ecológico	9,0
		Posicionamiento	11,1
Productos Lácteos (15%)	Yogures (para comer con cuchara)	General sub categoría	9,3
		Apto para	0,6
		Sin	0,6
	Yogur líquido	General sub categoría	0,6
		Sin	0,5
		Apto para	0,4
Bebidas de frutas (9%)	Jugos	General sub categoría	0,4
		Natural	0,9
		Ético y ecológico	0,5
	Néctares	General sub categoría	0,7
		Ético & ecológico	0,4
		Natural	0,5
Postres y Helados (9%)	Productos Lácteos Congelados	General sub categoría	0,4
		Apto para	1,6
		Posicionamiento	1,2
		General sub categoría	1,2
Untables Dulces (8%)	Jaleas y mermeladas	Apto para	1,5
		Natural	1,3
		General sub categoría	1,2
		Práctico	0,8
Pulpas y congelados (6%)		Natural	1,2
		Apto para	1,1
		General sub categoría	0,9

Los **tés**, son los que tienen un mayor precio promedio por cada 100gr de **11,1** USD siendo la afirmación de posicionamiento (por ejemplo: *Premium* o calidad superior), los que tienen un mayor valor.

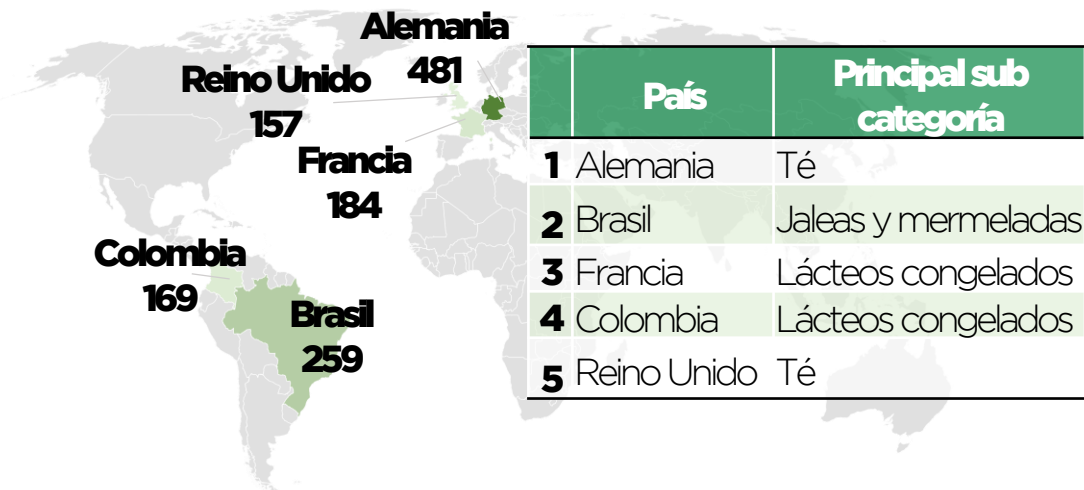


Los principales *claims* en alimentos son: **ético-empaque ambientalmente responsable** (29%), **bajo/reducido en alérgenos** (24%) y **gluten free** (23%).

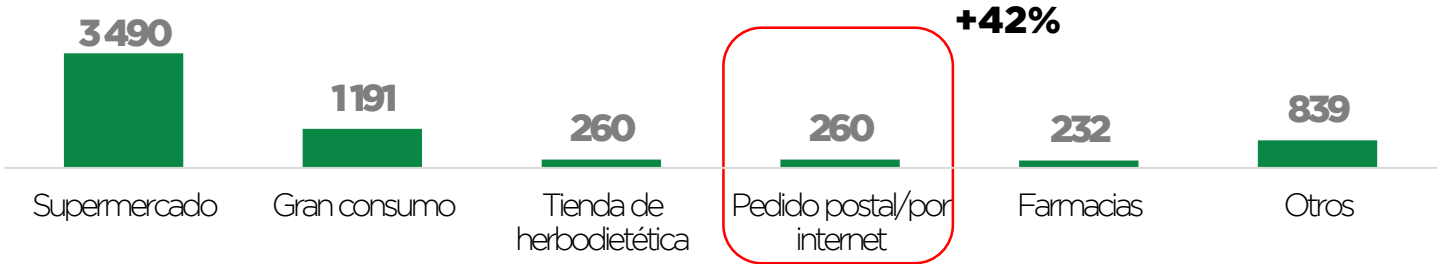
Análisis macro categorías

1. Alimentos

Top 5 países fabricantes*

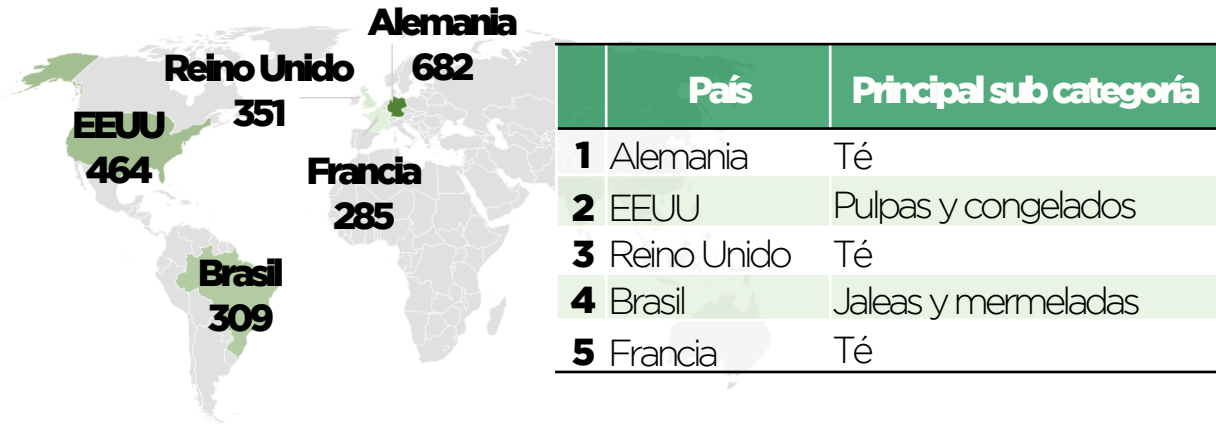


Canal de distribución*



6 272 productos lanzados a nivel mundial entre 2015-2019

Top 5 países de comercialización*



Alemania destaca como el principal país de fabricación y comercialización de alimentos procesados con mora. Los **supermercados** y **Gran Consumo** destacan como los principales canales de comercialización.

*Según número de lanzamientos en el período 2015-2019. Fuente: MINTEL

1. Alimentos: ejemplos de productos

(Combinaciones con otras frutas, atributos de posicionamiento)

Yogurt bajo en grasa de mora y pitahaya



Es un yogurt bajo en grasas que ha sido relanzado con un nuevo diseño de paquete y una nueva marca. El producto es rico en proteínas, contiene el doble de la cantidad en un yogurt Danone normal, indica que es ideal para consumir después de hacer ejercicio. Contiene 91 calorías por porción y se vende en un paquete de 125 g.

Empresa:	Danone Mexico
Marca	Danone Vitalinea Griego
País de comercialización	México
Precio	\$0,64
Precio por cada 100g	\$0,51
Tamaño	125g
Lugar de fabricación	México
Afirmaciones	Alto en proteína/Bajo-sin grasa
Ingrediente de mora utilizado	Puré de mora

Nutrition Facts	
Serving Size 125.00g	
Servings Per Container 1.00	
Per Serving	% Daily Value
Energy (kJ) 385.60 kJ	
Energy (kcal) 91.20 kcal	
Protein 7.80 g	
Fat 1.60 g	
Saturated Fat 1.00 g	
Carbohydrate 11.40 g	
Sugars 10.00 g	
Added Sugar 5.10 g	
Dietary Fiber 0.00 g	
Sodium 88.20 mg	
Calcium 143.40 mg	16.00%

Néctar mora-coco y manzana



Es un néctar elaborado con moras de las montañas ecuatorianas, 34% de pulpa de coco, edulcorantes no calóricos, es bajo en grasa y sal. Se vende en un envase reciclable de 1L con los logotipos de Certificación Punto Verde (Green Dot Certification), FSC y Facebook.

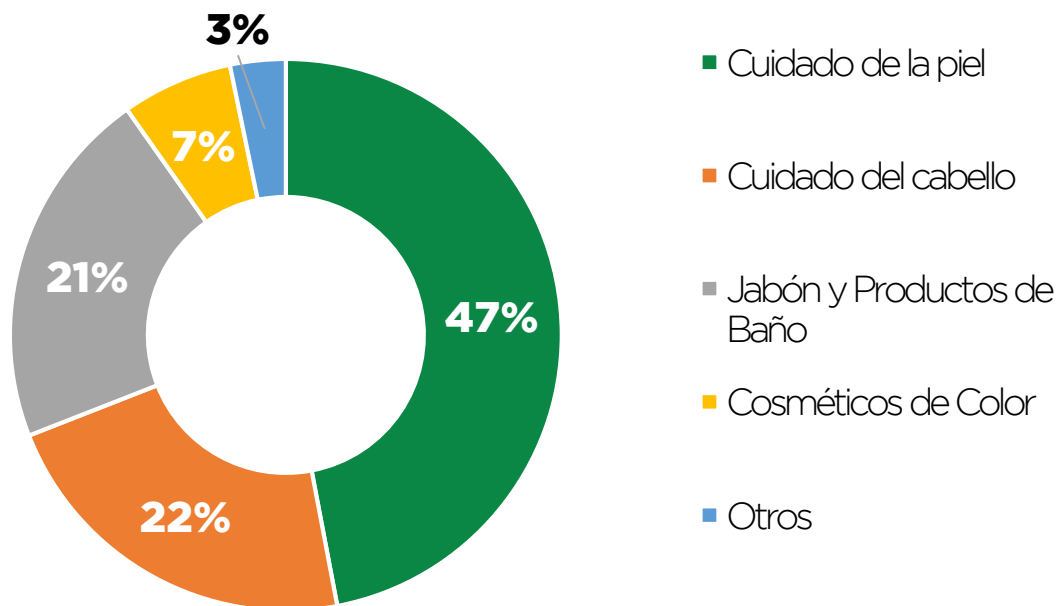
Empresa:	Ecuajugos
Marca	Nestlé Natura Mixes
País de comercialización	Ecuador
Precio	\$2,29
Precio por cada 100ml	\$0,23
Tamaño	1 litro
Lugar de fabricación	Ecuador
Afirmaciones	Bajo en/Sin Calorías, Bajo en/Sin Grasa, Bajo en/
Ingrediente de mora utilizado	Pulpa de mora

Nutrition Facts	
Serving Size 200.00ml	
Servings Per Container 5.00	
Per Serving	% Daily Value
Energy (kJ) 335.00 kJ	
Energy from fat (kJ) 105.00 kJ	
Energy (kcal) 80.00 kcal	
Energy from fat (kcal) 25.00 kcal	
Total fat 2.50 g	4.00%
Saturated Fat 2.00 g	10.00%
Trans Fat 0.00 g	
Cholesterol 0.00 mg	0.00%
Sodium 15.00 mg	1.00%
Total carbohydrates 14.00 g	5.00%
Sugars 13.00 g	
Protein < 1.00 g	1.00%

Análisis macro categorías

2. Cuidado personal y belleza (12%)*

Mundo: lanzamientos de productos de cuidado personal y belleza que utilizan la mora como ingrediente según categoría, total 2015-2019



Total de lanzamientos 2015-2019:
921 productos (+13%)

Total de lanzamientos 2019:
219

El 47% de los lanzamientos de productos de **cuidado personal y belleza** con mora, incluyen **cuidado de la piel** (47%) y **cuidado del cabello** (22%). El **84%** de los productos utilizan **extracto de *Rubus Fruticosus*** y 7% de **jugo de *Rubus Fruticosus***.



Las categorías que han tenido el mayor crecimiento en lanzamientos en el período 15/19 han sido los **cosméticos incluyendo los de color** (+19%), la que ha tenido el menor crecimiento ha sido la de **jabón y productos de baño** (0%).

Análisis macro categorías

2. Cuidado personal y belleza (12%)

Total de lanzamientos 2015-2019:
921 productos (+1%)

Total de lanzamientos 2019:
219

Categoría	Principales sub-categorías	Afirmaciones	Precio promedio por cada 100 ml/g
Cuidado de la piel	Cuidado Facial/Cuello	Embellecedor	24,0
		Natural	23,5
		Funcional	18,5
		General sub categoría	21,9
	Cuidado Corporal	Natural	4,6
		Embellecedor	5,7
		Funcional	2,6
		General sub categoría	5,2
Cuidado capilar	Champús	Natural	5,7
		Embellecedor	7,3
		Sin	6,6
		General sub categoría	5,1
	Tratamientos Capilares	Embellecedor	9,0
		Natural	9,0
		Sin	12,0
		General sub categoría	9,0
Jabón y Productos de Baño	Productos para la Ducha	Natural	2,3
		Embellecedor	2,0
		Sin	2,7
		General sub categoría	2,1
	Jabón Líquido	Natural	2,2
		Sin	1,7
		Ético & ecológico	2,7
		General sub categoría	2,0
Cosméticos de Color	Cosméticos de Color para Ojos - Pestañas	Práctico	463,4
	Cosméticos de Color para Labios - Color de Labios	Funcional	166,5
		Natural	166,5
		General sub categoría	349,1

Los **cosméticos de color** tienen el mayor precio por gramo, le siguen los **productos para el cuidado de la piel**, principalmente los embellecedores.

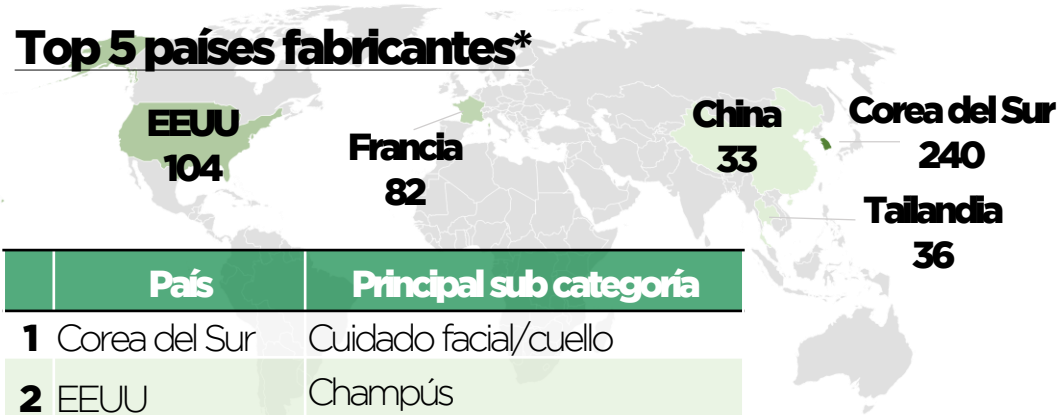


Los principales *claims* en alimentos son: **natural** (79%), **embellecedor** (69%) y **funcional** (45%).

Análisis macro categorías

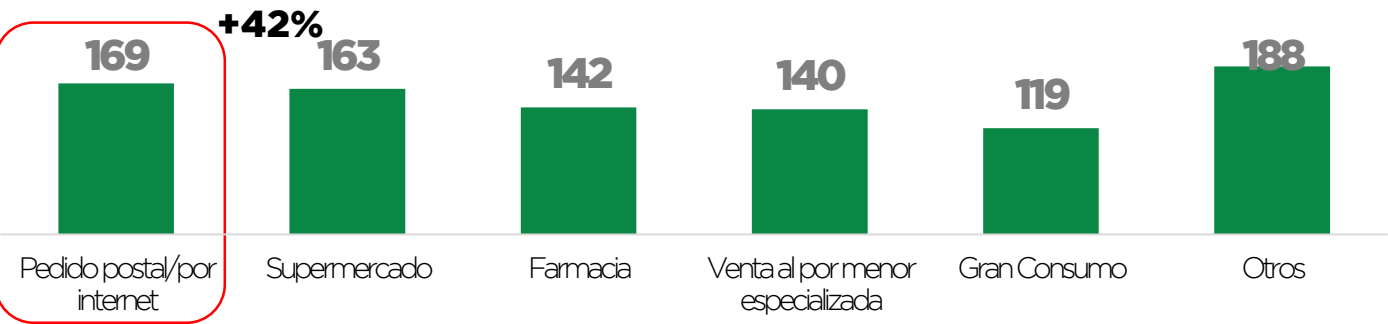
2. Cuidado personal y belleza

Top 5 países fabricantes*



	País	Principal sub categoría
1	Corea del Sur	Cuidado facial/cuello
2	EEUU	Champús
3	Francia	Productos para la ducha
4	Tailandia	Cuidado corporal
5	China	Cuidado facial/cuello

Canal de distribución*



921 productos lanzados a nivel mundial entre 2015-2019

Top 5 países de comercialización*



	País	Principal sub categoría
1	EEUU	Cuidado facial/cuello
2	Corea del Sur	Cuidado facial/cuello
3	Tailandia	Cuidado corporal
4	Canadá	Productos para la ducha
5	China	Cuidado facial/cuello

Corea del Sur destaca como el principal país de fabricación y **EEUU** de comercialización con productos de cuidado facial/cuello. Los **supermercados** y **Gran Consumo** destacan como los principales canales de comercialización.

*Según número de lanzamientos en el período 2015-2019. Fuente: MINTEL

2. Cuidado personal y belleza: ejemplos de productos

(Enfoque en cuidado labial y propiedades antioxidantes de la mora)



Bálsamo para labios con mora

El bálsamo labial presenta una fórmula de humectación de 24 horas, enriquecida con: extractos de frutas con fragancia agria y dulce de mora, que se dice que hacen que los labios sean brillantes, flexibles y saludables; en un empaque de 4,8gr.

Empresa:		Beiersdorf Alemania
Marca		Nivea
País de comercialización		Taiwán
Precio		\$2,91
Precio por cada 100g		\$60,63
Tamaño		4,8gr
Lugar de fabricación		Alemania
Afirmaciones	Abrillantador/Iuminador, Botánico/Herbal, Duradero, Hidratante	
Ingrediente de mora utilizado	Jugo de <i>Rubus Fruticosus</i>	



Mascarilla facial con mora

Es una máscara exfoliante sin enjuague y sin jabón diseñada, formulado con un complejo de mora rico en antioxidantes y vitamina E, se exfolia, ayuda a combatir la contaminación y renueva la apariencia de la piel.

Empresa:		Johnson & Johnson USA
Marca		Aveeno Absolutely Ageless
País de comercialización		Estados Unidos
Precio		\$13,99
Precio por cada 100g		\$24,67
Tamaño		56,7gr
Lugar de fabricación		Corea del Sur
Afirmaciones	Anti-Edad, Botánico	Antioxidante,
Ingrediente de mora utilizado	Extracto de la hoja de <i>Rubus Fruticosus</i>	



2.2 Cúrcuma

Ficha producto



La cúrcuma contiene compuestos denominados **curcuminoides**, de los cuales la **curcumina** es el más importante a nivel comercial, ya que es utilizada para fines medicinales y colorantes.

Origen y distribución

Planta herbácea de origen índico-malayo. Actualmente se encuentra distribuida en India, otros países de Asia como Myanmar y Tailandia, y América Central y Sur.

En Costa Rica su cultivo se realiza principalmente en la región Huetar Norte y Brunca, sin embargo, no hay datos oficiales de producción total, solamente se tiene registro de la orgánica que contabilizó 35ha en 2019 (+94% respecto al año anterior).

Nombres comunes

Yuquilla, azafrán de las Indias, batatilla, camotillo, jengibre amarillo, palillo, entre otros.

En inglés: turmeric, turmeric root, Indian saffron



Clima tropical o sub tropical (18-27 °C). 0-900 m.s.n.m



Precipitación **2000-5000 mm**



Cosecha en **época seca** (entre enero-mayo)



A los **9 meses** mayor porcentaje de curcumina.



Rendimientos que van de **15 ml a 20 ml** kg de rizoma fresco por hectárea.

Taxonomía

División: Magnoliophyta

Clase: Liliopsida

Orden Zingiberales

Familia: Zingiberaceae (misma que el jengibre)

Género: Curcuma

Especie: Curcuma Longa L

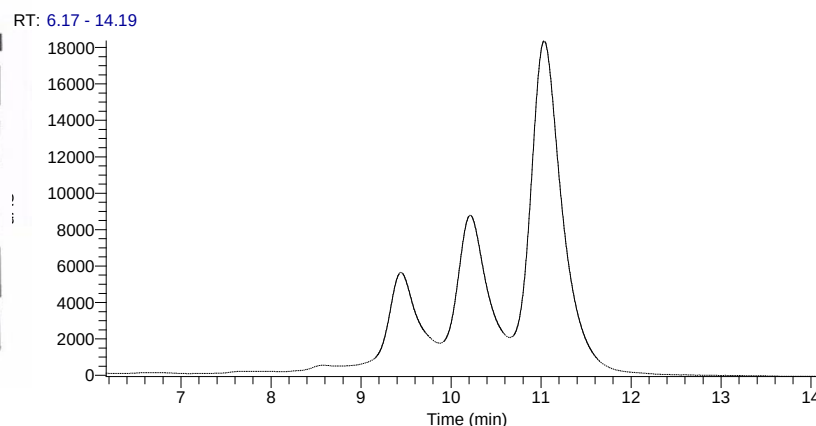
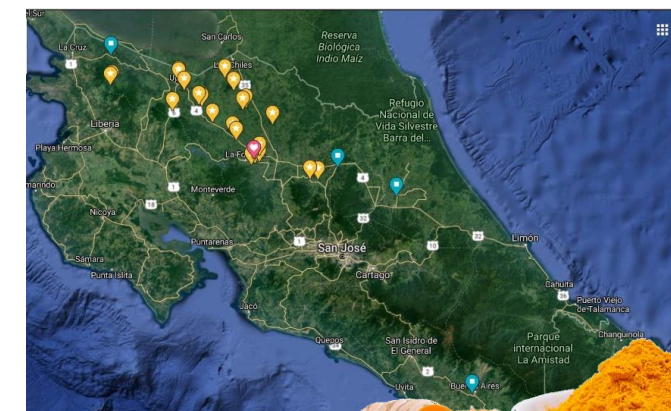
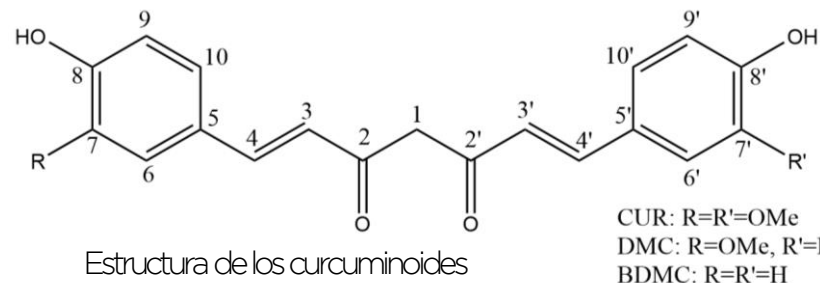
Usos y propiedades

Coloración de alimentos, cosméticos y es utilizada en la medicina tradicional, principalmente en la Ayurveda dada sus propiedades antiinflamatorias. Además, es utilizado como suplemento dietético como coadyuvante en el tratamiento de artritis; problemas de estómago, piel, hígado y vesícula biliar; ansiedad; y otras afecciones.

Investigación en Costa Rica

Desde el laboratorio **BioDESS** de la **Universidad de Costa Rica**, se han desarrollado estudios en cúrcuma cultivada en distintas regiones del país.

Los tres curcuminoides principales de la cúrcuma corresponden a **bis-demetoxicurcumina** (BDMC), **demetoxicurcumina** (DMC) y **curcumina** (CUR), siendo el último el más estudiado de los tres por sus actividades biológicas.



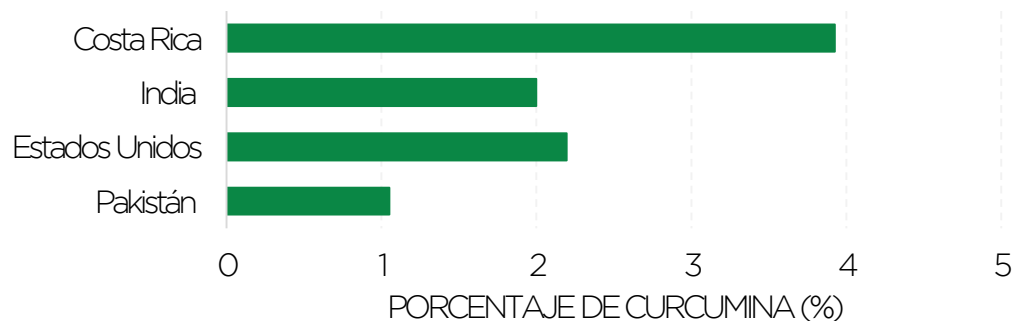
Equipo de cromatografía líquida de alta resolución y cromatograma obtenido para el análisis de curcuminoides en muestras de cúrcuma nacionales.

Se viene determinando un **método de extracción optimizado** y llevando a cabo la **cuantificación de curcuminoides** en cada muestra por medio de **cromatografía líquida** de alta resolución.

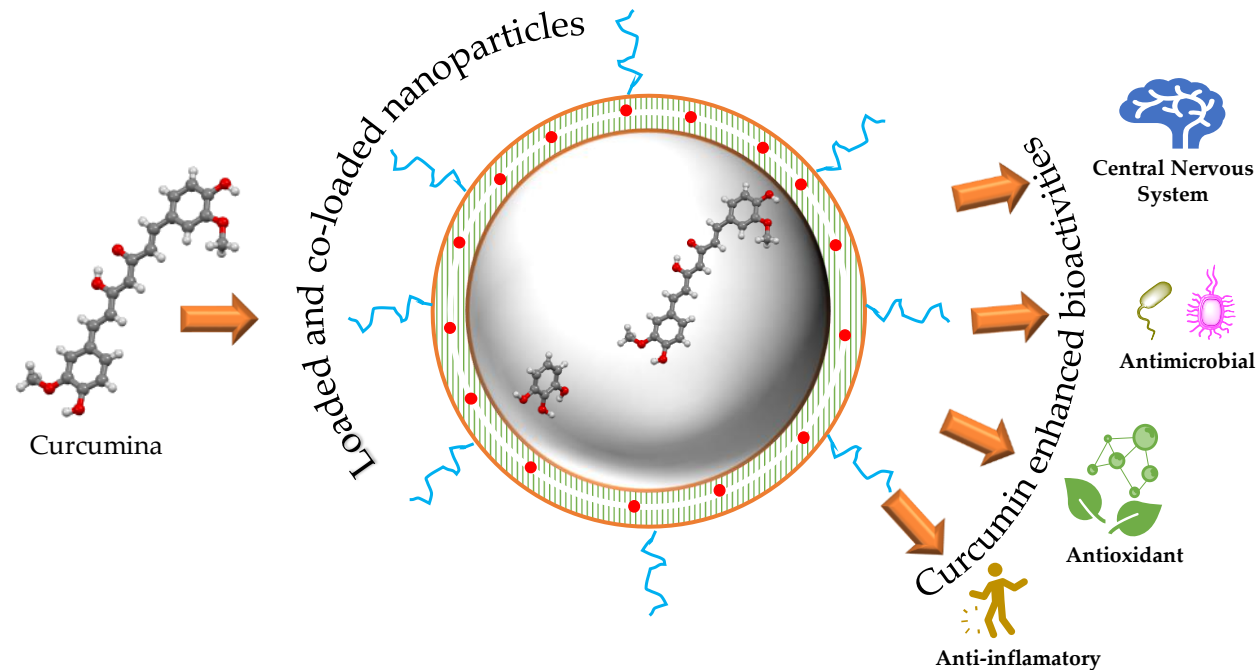
Investigación en Costa Rica

Los gráficos muestran los resultados determinados por **BioDESS**¹, que evidencian el **alto contenido de curcuminoides** de la cúrcuma cultivada en Costa Rica, **en comparación con datos reportados en la literatura** para cúrcuma de otras partes del mundo:

Porcentaje de curcumina promedio de muestras de Costa Rica y reportados para muestras de otros países².



Porcentaje de curcuminoides totales promedio de muestras de Costa Rica y reportados para muestras de otros países^{3,4,5}



Asimismo, se vienen obteniendo **resultados promisorios en investigaciones** sobre el incremento de **bioactividad de curcumina** por medio de la mejora de su **solubilidad y biodisponibilidad** aplicando **nanotecnología**, a través de esfuerzos colaborativos de LANOTEC, UTN, TEC y UCR con la coordinación de BioDESS y el apoyo de FEES-CONARE.

¹Proyectos de Investigación, Acción Social y Tesis desarrollados en BioDESS, Escuela de Química, UCR

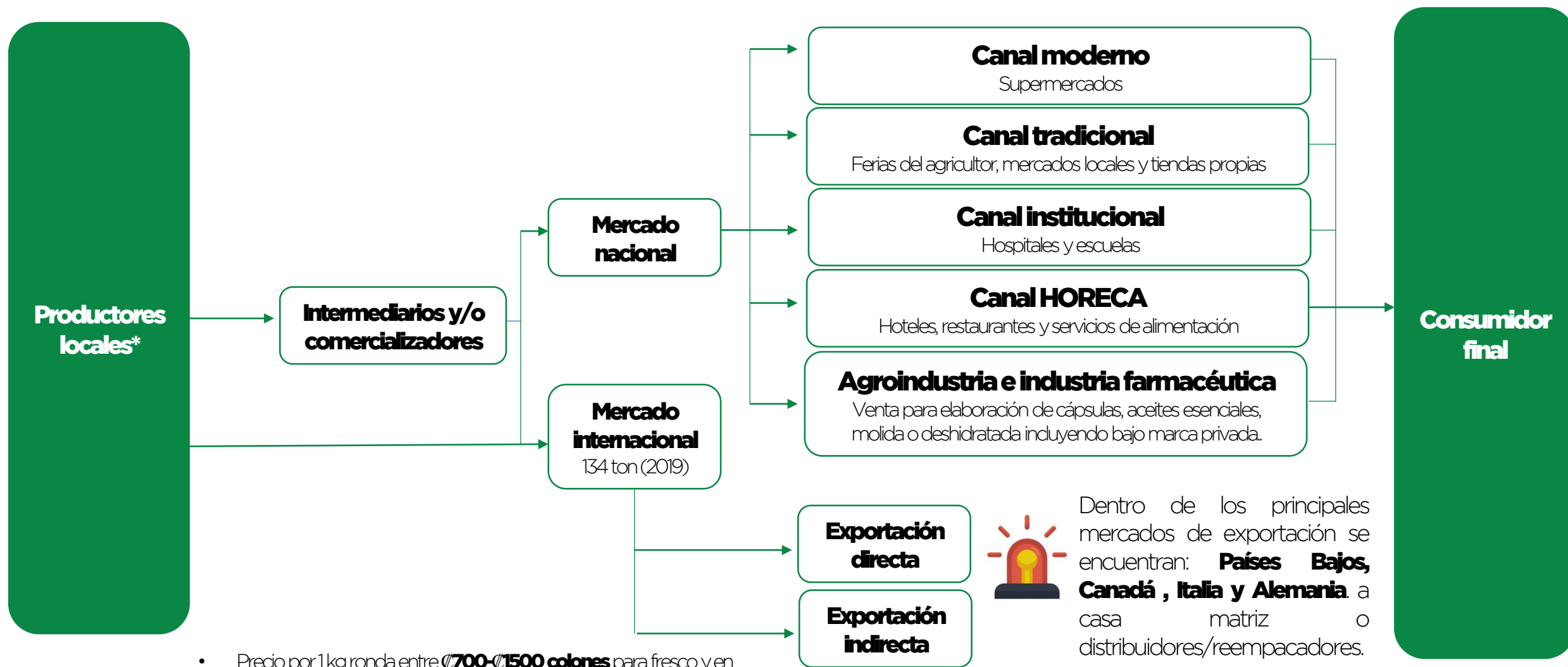
²(2006) Curcumin Content of Turmeric and Curry Powder, *Nutrition and Cancer*

³(2014) Phytochemical Evaluation and Curcumin Content of Turmeric Collected in India, *Med. Chem.*

⁴(2004) Turmeric Post-harvest Operations, *Food Agriculture Organization (FAO)*

⁵(1998) Chemical Analysis of Turmeric from Brazil and Comparison of Methods for Oleoresin, *FEBS Letters*

Cadena de comercialización en Costa Rica



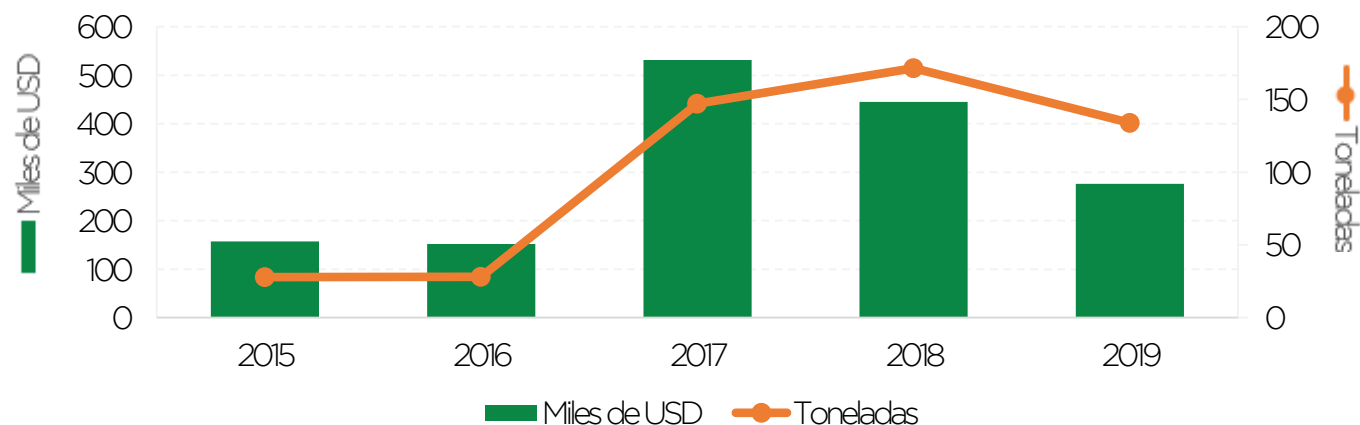
- Precio por 1 kg ronda entre ₡700-₡1500 colones para fresco y en deshidratado precios pueden rondar entre ₡8 500 colones-₡12 000 colones.



Dentro de los principales mercados de exportación se encuentran: **Países Bajos, Canadá, Italia y Alemania** a casa matriz o distribuidores/reempacadores.

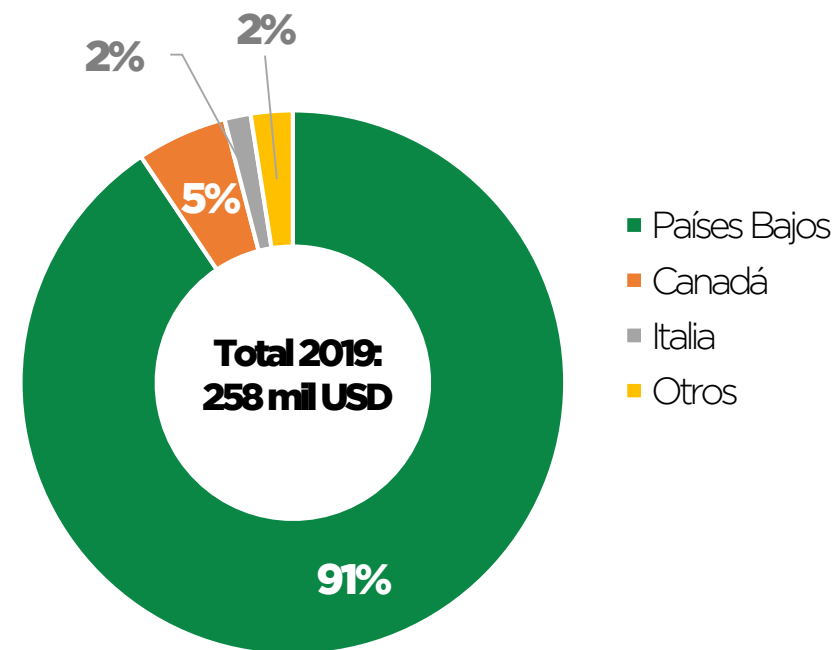
Exportaciones de Costa Rica

Costa Rica: exportaciones de cúrcuma
2015-2019
(miles de USD)



En 2019, las exportaciones de Costa Rica alcanzaron **258 mil USD** lo cual corresponde a un CAGR de **+13%** respecto a 2015, en donde el **91%** de los envíos se dirigieron a **Países Bajos**. **2017**, fue el año donde se tuvo el mayor registro en el período 15/19, la disminución se debe a la **difícultad de colocar la cúrcuma con nuevos compradores internacionales**.

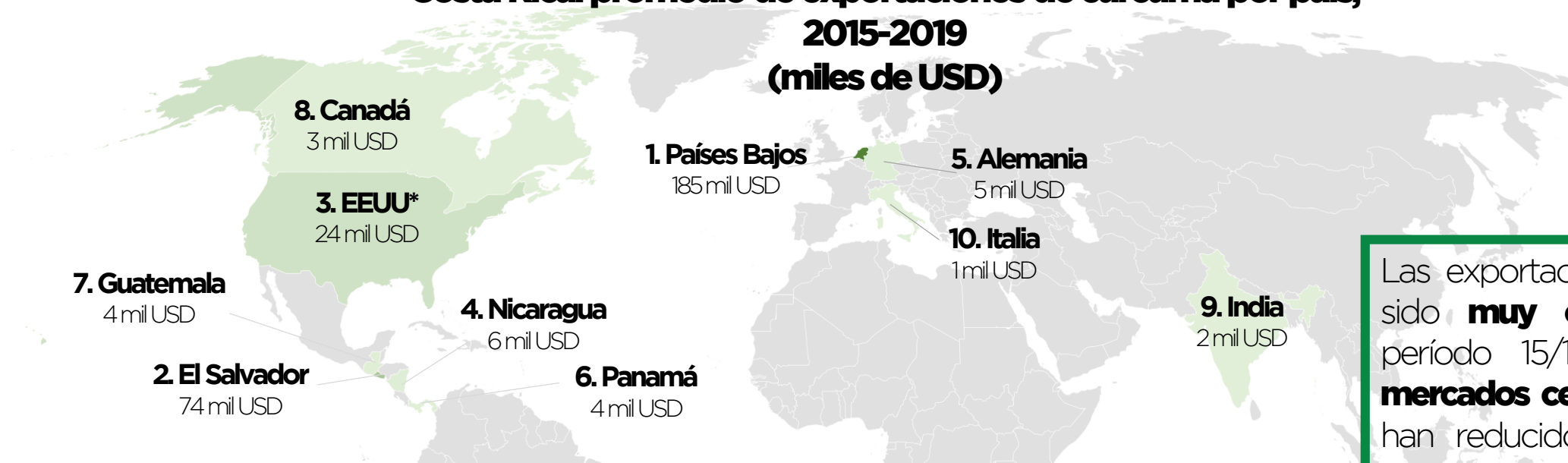
Costa Rica: exportaciones de cúrcuma por país, 2019
(miles de USD)



↑ **+13%** CAGR 2015-2019

Exportaciones de Costa Rica

Costa Rica: promedio de exportaciones de cúrcuma por país, 2015-2019 (miles de USD)



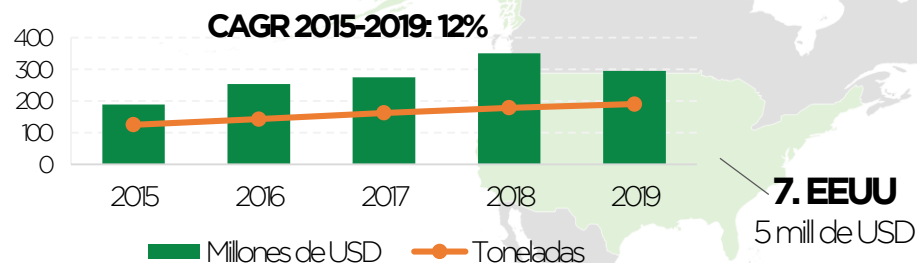
Ranking	País destino	CAGR 2015-2019	Promedio miles de USD 2015-2019	Promedio toneladas 2015-2019	Promedio valor unitario (USD/toneladas) 2015-2019
1	Países Bajos	+1488%	185	69	1855
2	El Salvador	-68%	74	12	5906
3	EEUU*	-100%	24	3	5662
4	Nicaragua	-100%	6	1	3474
5	Alemania	-	5	3	926
6	Panamá	-42%	4	1	3734
7	Guatemala	-	4	1	2966
8	Canadá	-	3	5	296
9	India	-	2	1	410
10	Italia	-	1	1	264

Las exportaciones por país han sido **muy cambiantes** en el período 15/19, en donde los **mercados centroamericanos** se han reducido (por ejemplo: El Salvador o Nicaragua) y **estadounidense**, y se ha pasado a una mayor exportación a **Europa**, principalmente a Países Bajos.

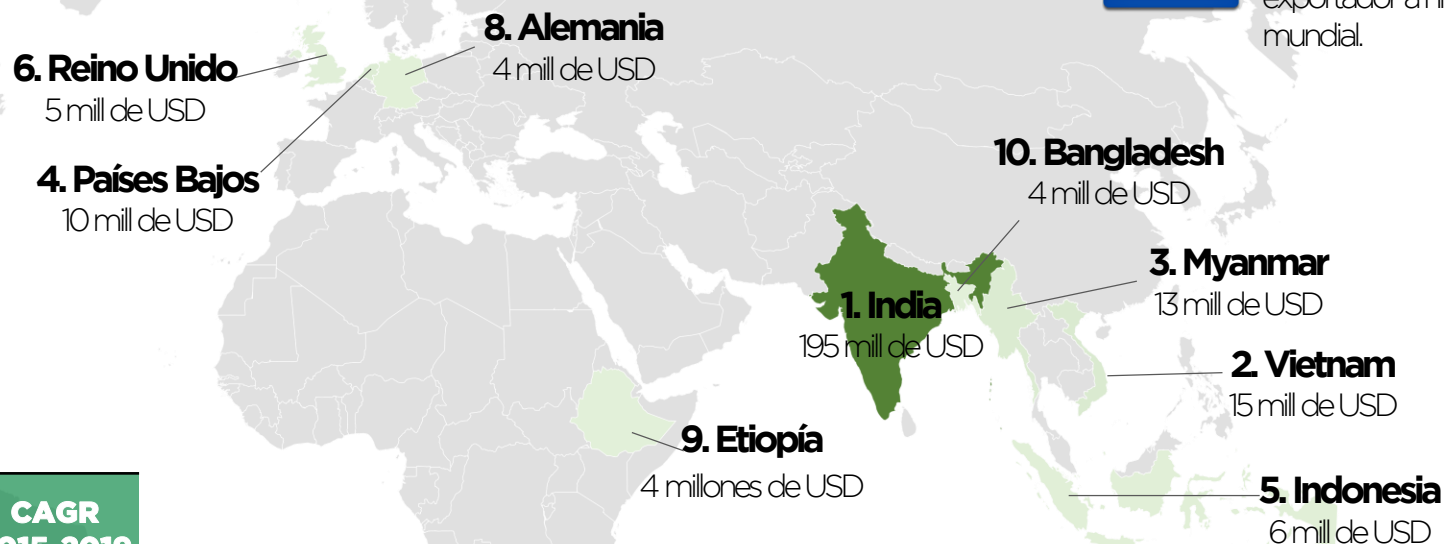
*Solamente cuenta con acceso al mercado la cúrcuma procesada. Fuente: PROCOMER

Exportaciones mundiales: alcanzaron 296 millones de USD en 2019 con un CAGR de +12% (15/19). India es el principal exportador y el que ha tenido el mayor dinamismo en el último quinquenio.

Mundo: exportaciones de cúrcuma, 2015-2019



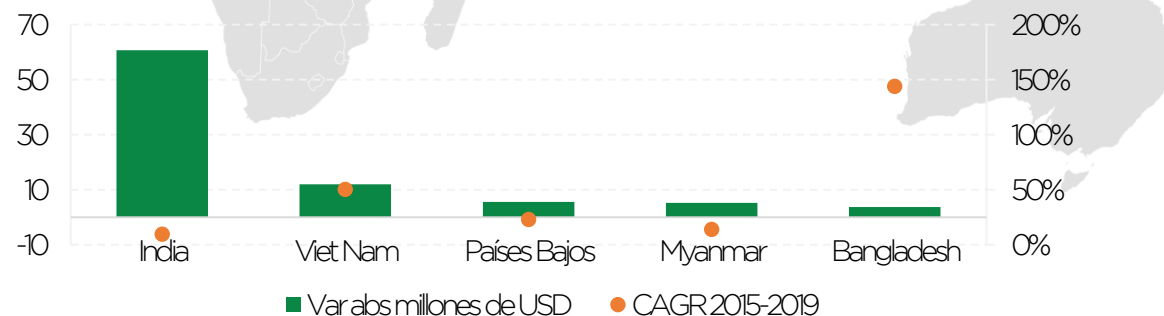
Top 10 países exportadores de cúrcuma, 2019



Costa Rica ocupa la posición **33** como exportador a nivel mundial.

Ranking	País	Millones de USD 2019	Miles de toneladas 2019	Valor unitario USD/ton	% Partic.	CAGR 2015-2019
1	India	195	130	1936	66%	10%
2	Viet Nam	15	11	ND	5%	50%
3	Myanmar	13	22	1358	4%	14%
4	Países Bajos	10	3	818	3%	23%
5	Indonesia	6	4	3200	2%	-15%
6	Reino Unido	5	1	1080	2%	8%
7	EEUU	5	1	4328	2%	33%
8	Alemania	4	1	6107	2%	16%
9	Etiopía	4	5	2344	1%	-1%
10	Bangladesh	4	1	2081	1%	144%
	Otros	35	11	3204	12%	19%
	Total	296	190	1554	100%	12%

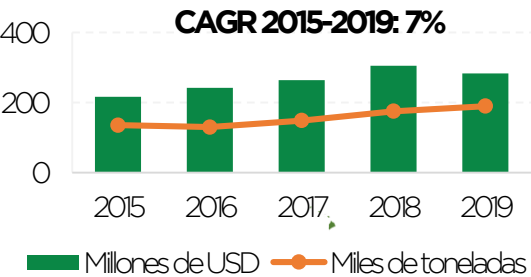
Países con el mayor dinamismo, 2015-2019



Importaciones mundiales: destacan EEUU e India como los principales importadores.

Para 2019, el total importado a nivel mundial alcanzó los 283 millones de USD con un CAGR de 7% (15/19).

Mundo: importaciones de cúrcuma, 2015-2019

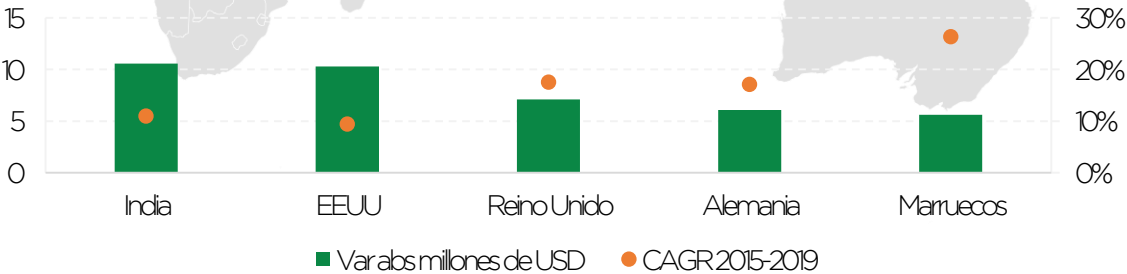


Ranking	País	Millones de USD 2019	Miles de toneladas 2019	Valor unitario USD/ton	% Partic.	CAGR 2015-2019
1	EEUU	34	10	3434	12%	9%
2	India	31	25	1241	11%	11%
3	Reino Unido	15	9	1672	5%	18%
4	Irán	15	14	1064	5%	-5%
5	Bangladesh	13	14	961	5%	-17%
6	Alemania	13	5	2602	5%	17%
7	Malasia	11	8	1313	4%	2%
8	Japón	10	5	2219	4%	0%
9	Países Bajos	10	5	2146	4%	17%
10	EAU	9	8	1190	3%	7%
	Otros	122	88	1380	43%	11%
	Total	283	190	1 491	100%	7%

Top 10 países importadores de cúrcuma, 2019

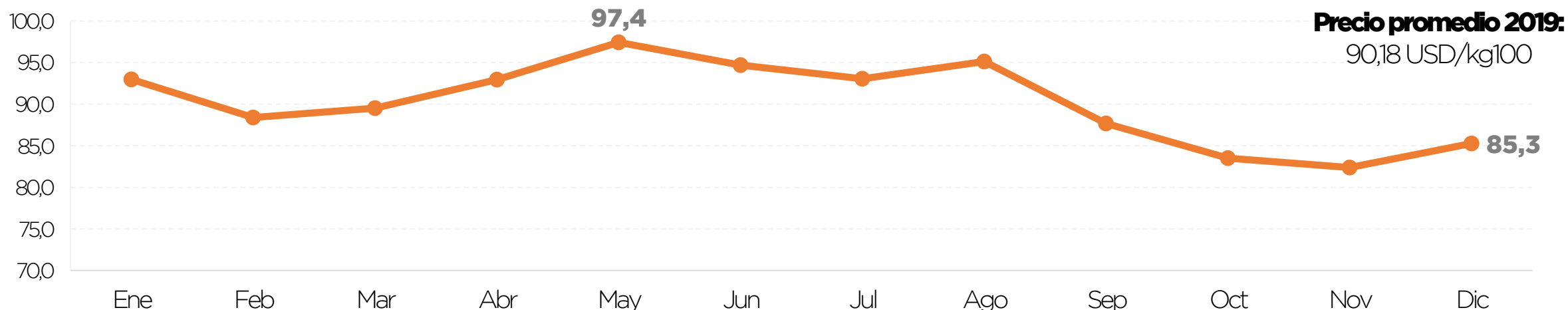


Países con el mayor dinamismo, 2015-2019



Precios internacionales

**Precios internacionales de la cúrcuma por mes, 2019
(USD/kg100)**



La cúrcuma es considerado un **commodity**. Los **precios de referencia** corresponden a la originaria de India. Para 2019, el precio promedio USD/kg100 tuvo su mayor pico en mayo con **97,4**, a finalizar el año este descendió hasta los **85,3** USD/kg100.

En el siguiente [enlace](#)* puede encontrar los datos actualizados del Gobierno de la India sobre los precios de la cúrcuma.

También los datos pueden ser descargados de la base de datos [Market Price Information](#) del Centro de Comercio Internacional (ITC, por sus siglas en inglés).

*Usar navegador de Google Chrome para visualizar los datos. Fuente: Trademap

Dinamizadores de consumo

1.

Demanda de suplementos alimenticios orgánicos se está consolidando

Pese a que el mercado de cúrcuma orgánica es pequeño, la demanda de suplementos alimenticios orgánicos se está consolidando. La certificación de las especias es un pre requisito para garantizar el suplemento también lo sea. Asia Pacífico es la región que ha tenido el mayor crecimiento en el consumo de productos de medicina natural con +4% de CAGR en el período 14/19, representando el 60% del mercado mundial.



2.

Consumidores adoptan estilos de vida más saludables

Personas buscan productos que puedan beneficiar a la salud, razón por la cual la cúrcuma es considerado un producto de alto interés por sus propiedades antiinflamatorias. El incremento de la edad en la población y problemas como el sobrepeso incrementan la demanda de este tipo de productos.



3.

Uso de ingredientes que dan sabor y color a los alimentos

Tendencia en productos que combinen color y sabor., por ejemplo la elaboración de harinas que incluyen la cúrcuma, dentro de su formulación. 35% de los consumidores estadounidenses de entre 18 y 24 años están de acuerdo en que “colorido” describe alimentos / bebidas diseñados para compartir en las redes sociales



4.

Incremento de consumo de alimentos que apoyan el desempeño mental y fortalecimiento del sistema inmunológico

Desarrollo de productos que combinan ingredientes que combinan sabor y beneficios para la salud, por ejemplo que puedan reducir el estrés, mejoren el desempeño mental mediante ingredientes adaptógenos (sustancias naturales para reducir estrés) y los nootrópicos (mejoran capacidad cognitiva).



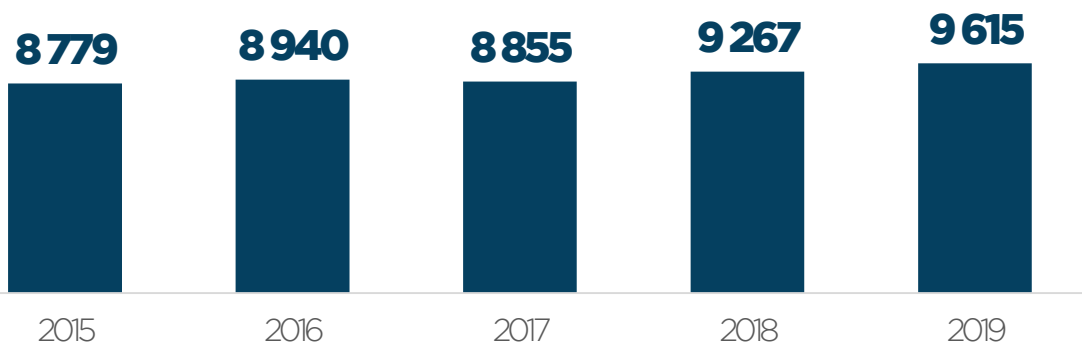
Uso de la curcumina como ingrediente



La curcumina es un ingrediente ampliamente utilizado por la **industria alimentaria y cosmética** (E100 en alimentos y colorante cosmético conocido como CI 75300 o amarillo natural 3). La curcumina puede ser de origen **natural o sintética** y es un ingrediente **Generalmente Reconocido como Seguro (GRAS, por sus siglas en inglés)** por la **FDA**¹. En el presente estudio se analizan por **mega categoría solamente productos que utilizan el extracto natural de cúrcuma** y se excluyen los que contengan curcumina ya que no es posible determinar si es de origen natural o artificial. A modo referencial se incluyen los siguientes:

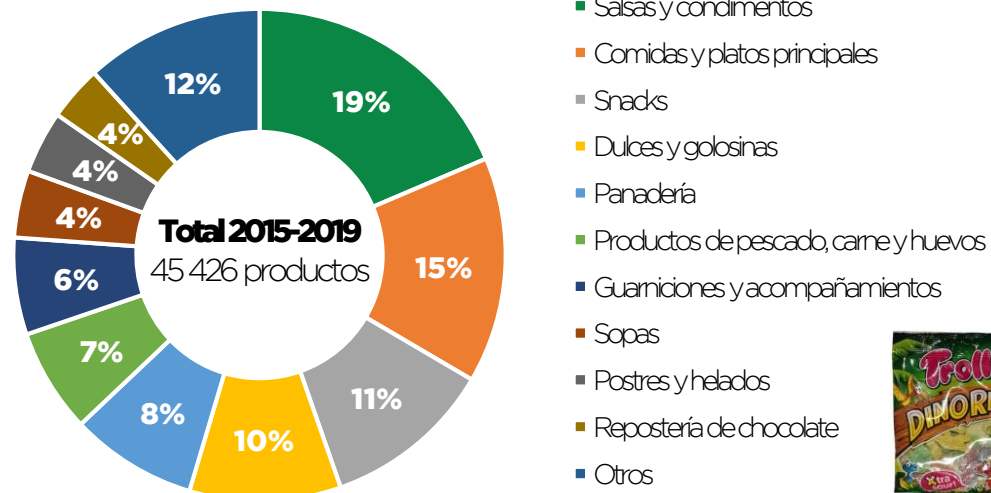
Mundo: lanzamientos de productos con curcumina por año, 2015-2019

CAGR 2015-2019: +2%



Entre 2015-2019, el promedio de lanzamientos fue de **99,7%** de productos de la **industria alimentaria**.

Mundo: lanzamientos de productos con curcumina por categoría, total 2015-2019



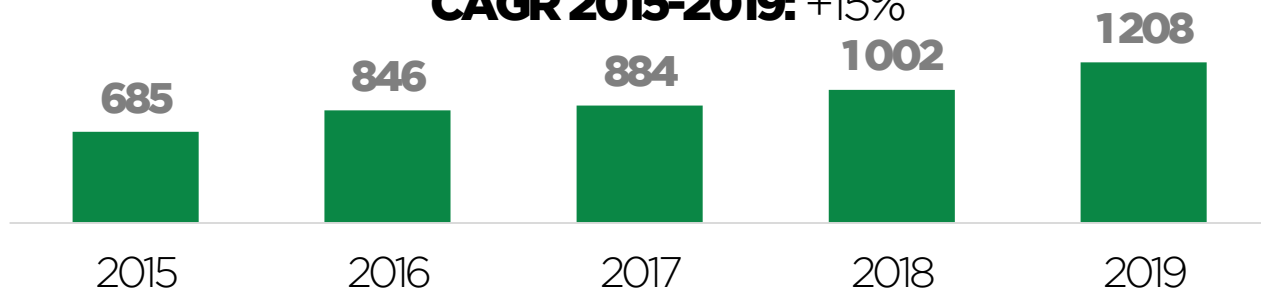
Potencial oportunidad para el desarrollo de curcumina de **origen natural** que pueda **reducir el uso de la artificial**.

¹Para ampliar sobre el tema puede visitar el siguiente [enlace](#). CAGR: Crecimiento Anual Promedio. Fuente: MINTEL

Lanzamientos de productos

Mundo: lanzamientos de productos que utilizan la cúrcuma como ingrediente* por año, 2015-2019

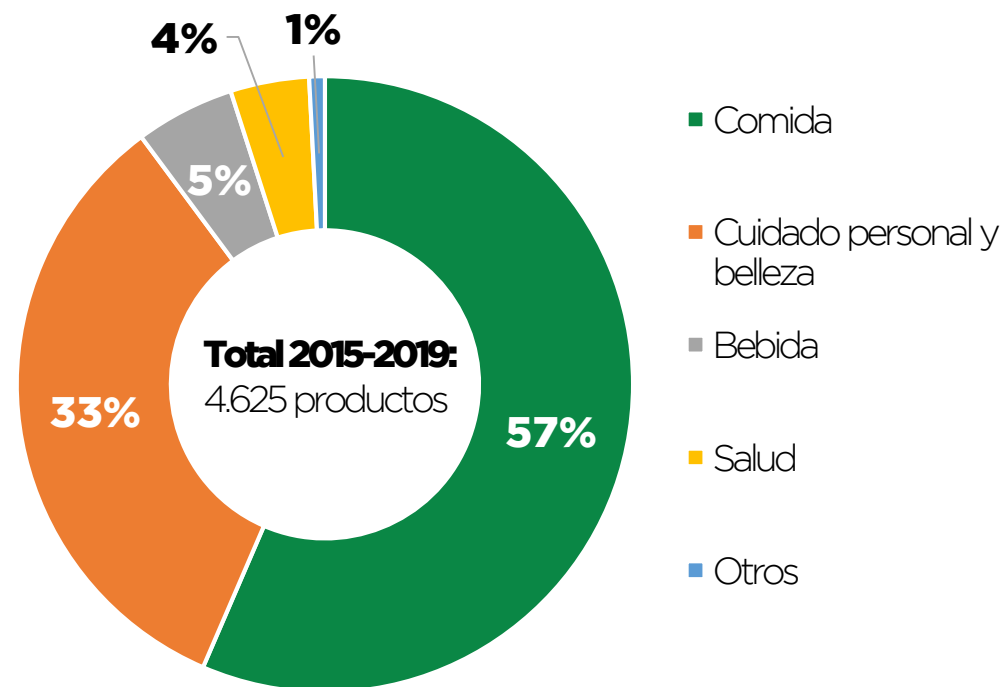
CAGR 2015-2019: +15%



En el período 2015-2019, se lanzaron mundialmente **4.625** en productos que utilizaron la cúrcuma como ingrediente, de los cuales **1208** fueron en 2019, lo cual supone un CAGR de **+15%** en ese período. Los **alimentos** (Comida + Bebida), tuvieron la mayor participación con **62%**, seguido por la categoría de **cuidado personal y belleza** con **33%**.

Los **tallos subterráneos de la cúrcuma** (rizomas) se secan y se convierten en **cápsulas, tabletas, té o extractos**. El **polvo de cúrcuma** también se convierte en pasta para afecciones de la piel, entre otras múltiples aplicaciones.

Total de lanzamientos de productos que utilizan cúrcuma como ingrediente según macro-categorías, 2015-2019

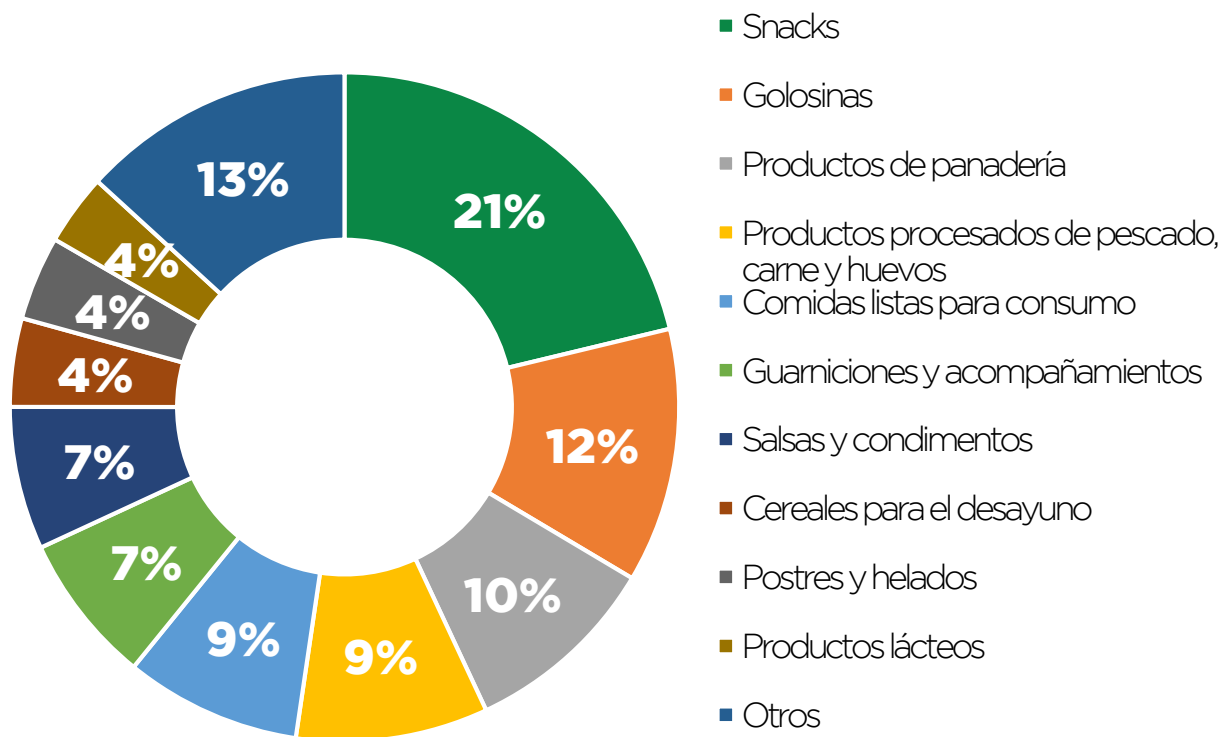


Comida (57%) + Bebida (5%) = Alimentos (62%)

Análisis macro categorías

1. Alimentos (62%)*

Mundo: lanzamientos de alimentos que utilizan la cúrcuma como ingrediente según categoría, 2015-2019



Total de lanzamientos 2015-2019:
2 853 productos (CAGR +11%)

Total de lanzamientos 2019:
713

- Existe un amplio portafolio de productos que utilizan la cúrcuma como ingrediente, en la que destacan los **snacks** (21%), **golosinas** (12%) y **productos de panadería** (10%). Los principales ingredientes de alimentos son el **extracto de cúrcuma** (96%) y **jugo de cúrcuma** (4%)
- Las categorías que han tenido el mayor crecimiento en lanzamientos en el período 15/19 han sido las **guarniciones y acompañamientos** (+33%) y salsas y condimentos (+22%), las que han tenido los mayores decrecimientos son: **golosinas** (-9%) y **postres y helados** (-4%).

*Comida (+8%,15/19) + Bebida (+59%,15/19). Fuente: MINTEL

Análisis macro categorías

1. Alimentos (62%)*

Total de lanzamientos 2015-2019:
2 853 productos (CAGR +11%)

Total de lanzamientos 2019:
713

Categoría	Principales sub categorías	Claims	Precio promedio \$ por cada 100 ml/g
Snacks	Snacks de papa	Apto para	1,5
		Posicionamiento	1,9
		General sub categoría	1,4
	Snacks de maíz	Apto para	2,4
		Posicionamiento	3,8
		General sub categoría	2,1
Golosinas	Pastillas, gomas de mascar y gominolas	Natural	1,9
		Apto para	2,5
		General sub categoría	1,5
	Dulces medicinales	Funcional	9,4
		Sin	1,7
		General sub categoría	4,1
Panadería	Pasteles, Pastas y Dulces	Posicionamiento	0,9
		Ético & ecológico	0,9
		General sub categoría	1,1
	Galletas Dulces	Ético & ecológico	1,3
		Posicionamiento	1,7
		General sub categoría	1,5
Productos Procesados de Pescado, Carne y Huevos	Productos Avícolas	Ético & ecológico	1,2
		Práctico	1,2
		General sub categoría	1,2
	Productos de Pescado	Ético & ecológico	2,0
		Posicionamiento	2,0
		General sub categoría	1,9

Los **dulces medicinales** con la afirmación “**funcional**”, son los que tienen un mayor precio por promedio por cada 100gr con **9,4 USD**, asimismo son los que disponen del mayor precio general para la subcategoría con **4,1 USD**.

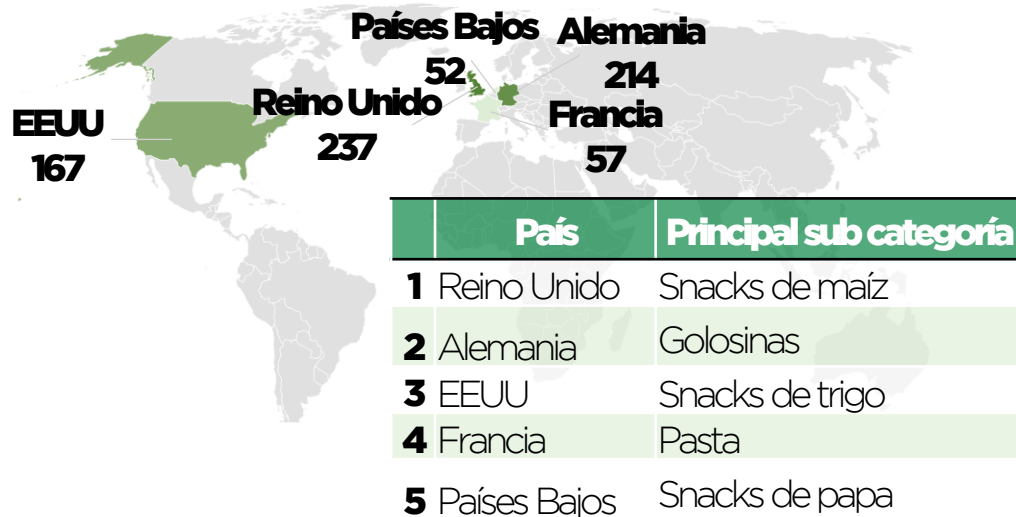


Los principales *claims* en alimentos son: **apto para** (por ejemplo: **vegetarianos, kosher, halal**) (29%), **natural** (35%) y **posicionamiento** (31%).

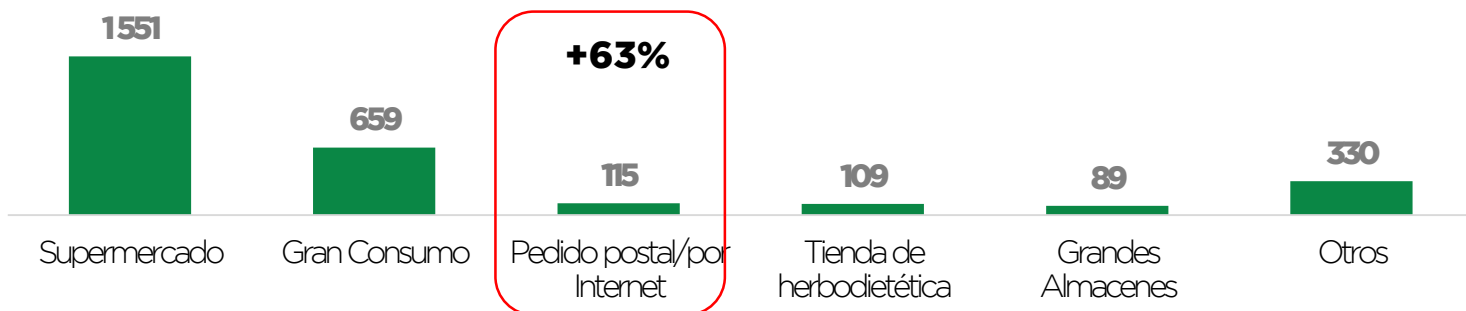
Análisis macro categorías

1. Alimentos (62%)*

Top 5 países fabricantes*



Canal de distribución*

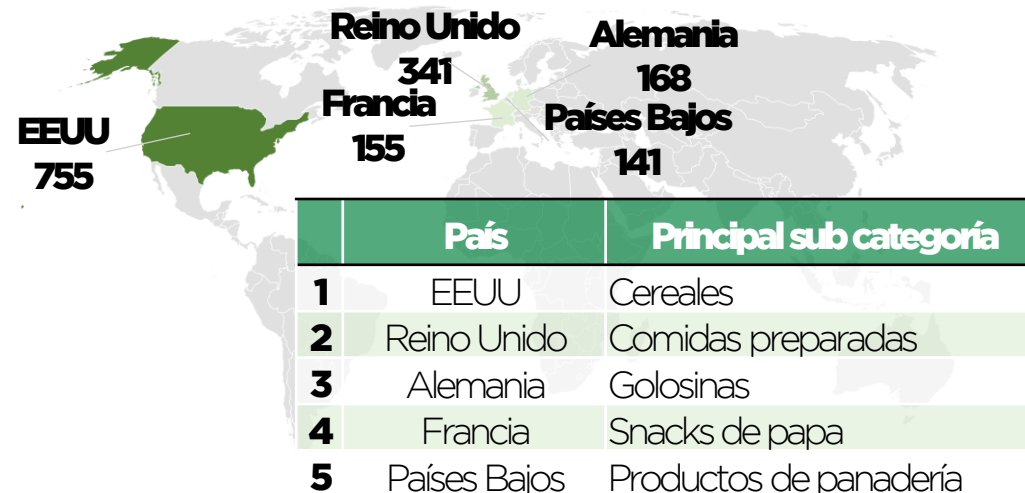


*Según número de lanzamientos en el período 2015-2019. Fuente: MINTEL



2 853 productos lanzados a nivel mundial entre 2015-2019

Top 5 países de comercialización*



Reino Unido destaca como el principal país de fabricación de alimentos procesados con cúrcuma y **EEUU** en comercialización. Los **supermercados** y **Gran Consumo** destacan como los principales canales de comercialización.

1. Alimentos: ejemplos de productos

Bebida carbonatada con cúrcuma y prebióticos



Nutrition Facts

Per 100.00ml	
Energy (kJ)	30.20 kJ
Energy (kcal)	7.00 kcal
Protein	0.10 g
Total fat	< 0.10 g
Saturated Fat < 0.10 g	
Carbohydrate	1.40 g
Sugars	0.50 g
Sodium	< 5.00 mg

Este producto apto para veganos contiene cultivos vivos, electrolitos y vitaminas, y se afirma que estimula las bacterias buenas en el intestino, alcaliniza el cuerpo y ayuda a la digestión. Está libre de azúcar añ.
logotipo y los detalles de Instagram. Este producto se exhibió en la feria Fine Food Australia 2019, Sydney.

Empresa:	The Natural Bverage Australia	
Marca	Kréol	
País de comercialización	Australia	
Precio	\$3,58	
Precio por cada 100ml/gr	\$1,08	
Tamaño	330ml	
Lugar de fabricación	Australia	
Afirmaciones	Funcional - Cerebro y Sistema Nervioso, Funcional - Digestivo, Funcional - Sistema Inmunológico, Medios sociales, Orgánico/Biológico, Prebiotico, Probiótico, Sin Azúcar Añadido, Sin Ingredientes Animales	
Ingrediente de cúrcuma utilizado	Jugo orgánico de cúrcuma	



Nutrition Facts

Serving Size 250.00ml	
Servings Per Container 7.00	
Per Serving	
Energy (kJ)	35.00 kJ
Energy (kcal)	8.37 kcal
Protein	0.60 g
Gluten 0.00 g	
Fat total	0.30 g
Saturated Fat 0.30 g	
Carbohydrate	0.50 g
Sugars 0.04 g	
Lactose 0.00 g	
Sodium	1.00 mg
Caffeine	115.00 mg

Café con cúrcuma

Es un producto 100% natural, vegano y amistoso con la dieta paleo está compuesto por complejo BioPerine y con cúrcuma, ginseng, MCT, extracto de café verde, pimienta negra y endulzado naturalmente. Es libre de gluten, lactosa y edulcorantes artificiales, y se dice que contiene ingredientes que aumentan el rendimiento mental y elevan el estado de ánimo.

Empresa:	Before You Speak Coffee	
Marca	Before you speak	
País de comercialización	Australia	
Precio	\$13,82	
Precio por cada unidad	\$1,97 por sachet	
Tamaño	Contiene 7 sachet individuales	
Lugar de fabricación	Australia	
Afirmaciones	Bajo en/Sin Agentes Alérgicos, Bajo/sin/lactosa reducida, Calidad Superior, Funcional - Cerebro y Sistema Nervioso, Marca Compartida, Medios sociales, Sin Gluten, Sin Ingredientes Animales, Todo Natural	
Ingrediente de cúrcuma utilizado	Extracto de cúrcuma (curcumina C3 complejo estándar 95% curcuminoides)	

1. Alimentos: ejemplos de productos

Cúrcuma en polvo: diferenciación con certificaciones y segmento de mercado incrementa el precio promedio por cada 100 gr



- Empresa: Organic Road, Australia
- Marca: Organic Road
- Mercado :Australia (importado)
- Precio: \$6.82
- Precio por 100g/ml :\$2,73
- Tamaño 250gr
- Lugar de fabricación India



- Empresa: Asquare Food & Beverages, India
- Marca: Zoff
- Mercado: India (no importado)
- Precio: \$3.89
- Precio por 100g/ml: \$0.39
- Tamaño: 1kg

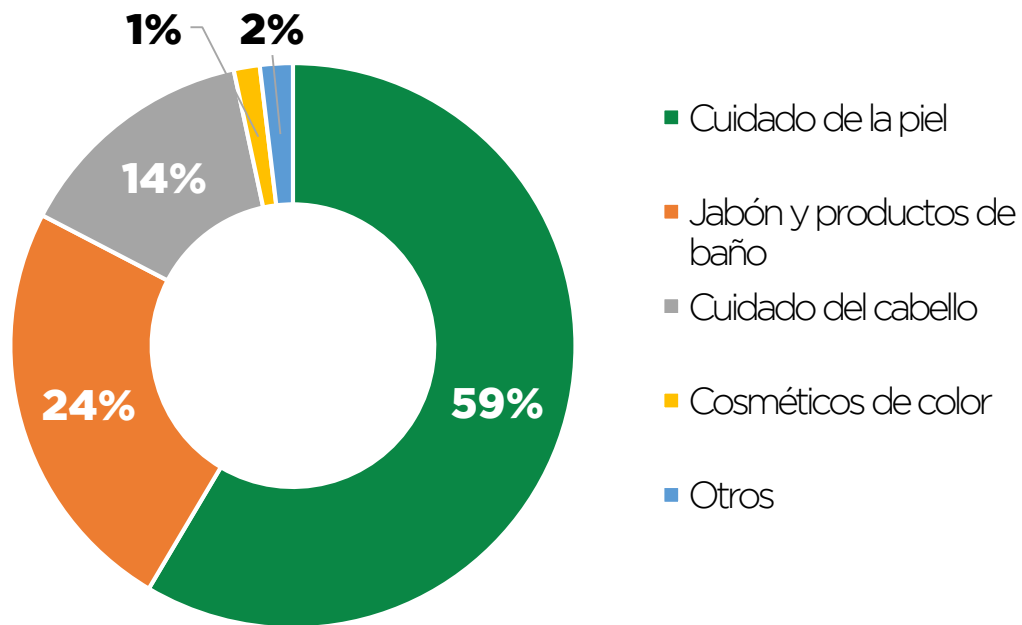


- Empresa: Navitas Organics, USA
- Marca: Navitas Organics
- Mercado Reino Unido (importado)
- Precio \$7,78
- Precio por 100g/ml :\$3.43
- Tamaño: 227gr
- Lugar de fabricación: Myanmar

Análisis macro categorías

2. Cuidado personal y belleza (33%)

Mundo: lanzamientos de productos de cuidado personal y belleza que utilizan la cúrcuma como ingrediente según categoría, 2015-2019



Total de lanzamientos 2015-2019:
1 543 productos (CAGR +22%)

Total de lanzamientos 2019:
427

- Los principales productos que utilizan la cúrcuma como ingrediente son los de **cuidado de la piel** (59%), **jabón y productos de baño** (24%) y **cuidado del cabello** (14%). Los principales ingredientes de alimentos son el **extracto de la raíz de *Curcuma Longa*** (63%), **raíz de *Curcuma Longa*** (28%) y **polvo de la raíz de *Curcuma Longa*** (6%).
- Todas las categorías han tenido un dinamismo positivo en el período 15/19 siendo los **cosméticos de color** (+78%) y **cuidado de la piel y cabello** (+24%), las que han tenido el mayor dinamismo.

Análisis macro categorías

2. Cuidado personal y belleza (33%)

Total de lanzamientos 2015-2019:
1 543 productos (CAGR +22%)

Total de lanzamientos 2019:
427

Categoría	Principales sub categoría	Afirmaciones	Precio por cada 100 ml/g
Cuidado de la piel	Cuidado facial/Cuello	Embelledor	23,4
		Natural	21,8
		General sub categoría	23,6
	Cuidado corporal	Natural	5,0
		Embelledor	4,2
		General sub categoría	4,9
Jabón y Productos de Baño	Jabón en barra	Natural	1,8
		Embelledor	2,1
		General sub categoría	2,2
	Productos para la ducha	Natural	2,8
		Ético & ecológico	3,0
		General sub categoría	2,8
Cosmética Capilar	Champús	Natural	4,0
		Embelledor	3,6
		General sub categoría	4,0
	Tratamientos capilares	Embelledor	13,3
		Natural	14,0
		General sub categoría	12,4
Cosméticos de Color	Cosméticos faciales de color - Base	Práctico	324,8
		Funcional	106,1
		General sub categoría	208,8
	Cosméticos de color para Labios - color de Labios	Natural	774,7
		Apto para	774,7
		General sub categoría	316,0

Los **cosméticos de color**, corresponden a la categoría que presenta los mayores precios por cada 100gr, especialmente aquellos destinados para el cuidado labial con la afirmación “**natural**” y “**apto para**” que llega a alcanzar en promedio los 774,7 USD/gr



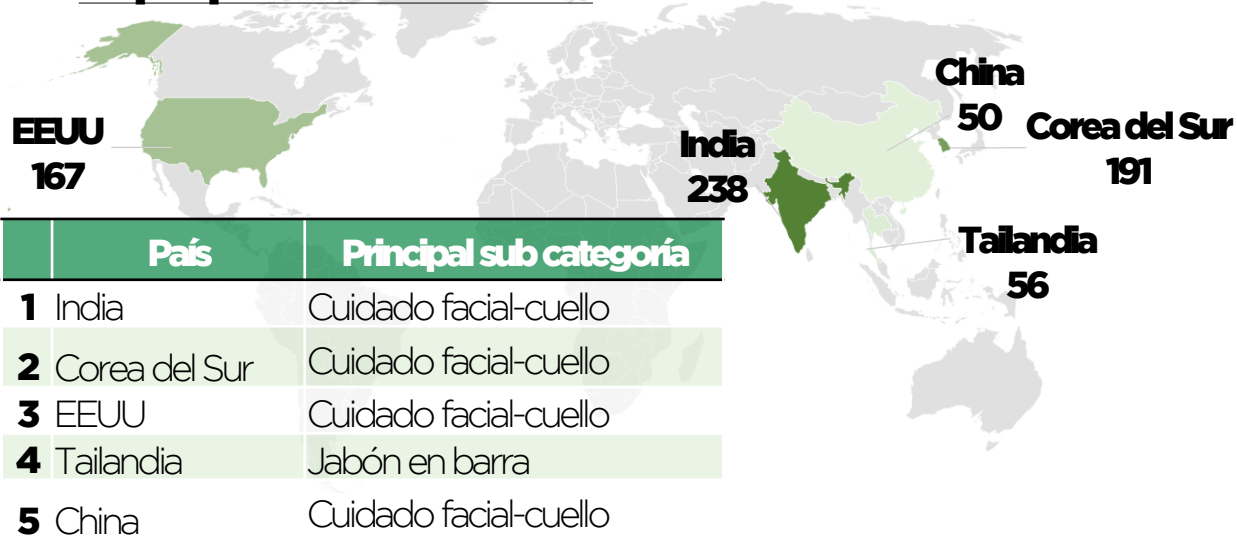
Los principales *claims* en alimentos son: **natural** (86%), **embellecedor** (78%) y **funcional** (56%).

Fuente: MINTEL

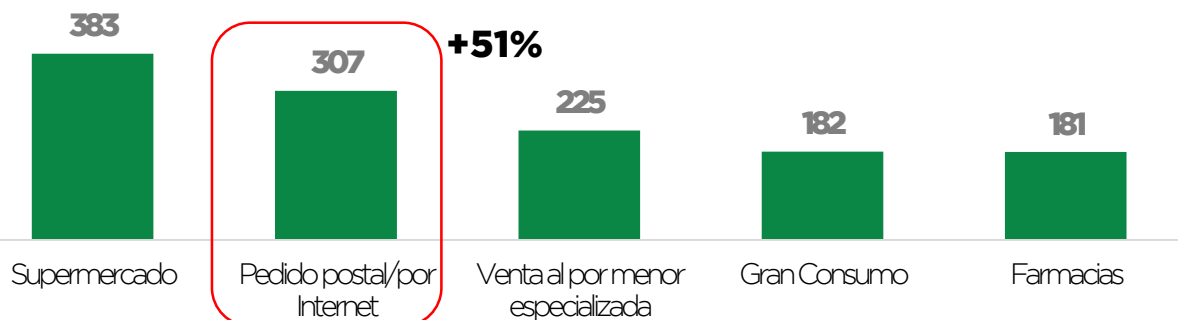
Análisis macro categorías

2. Cuidado personal y belleza (33%)

Top 5 países fabricantes*

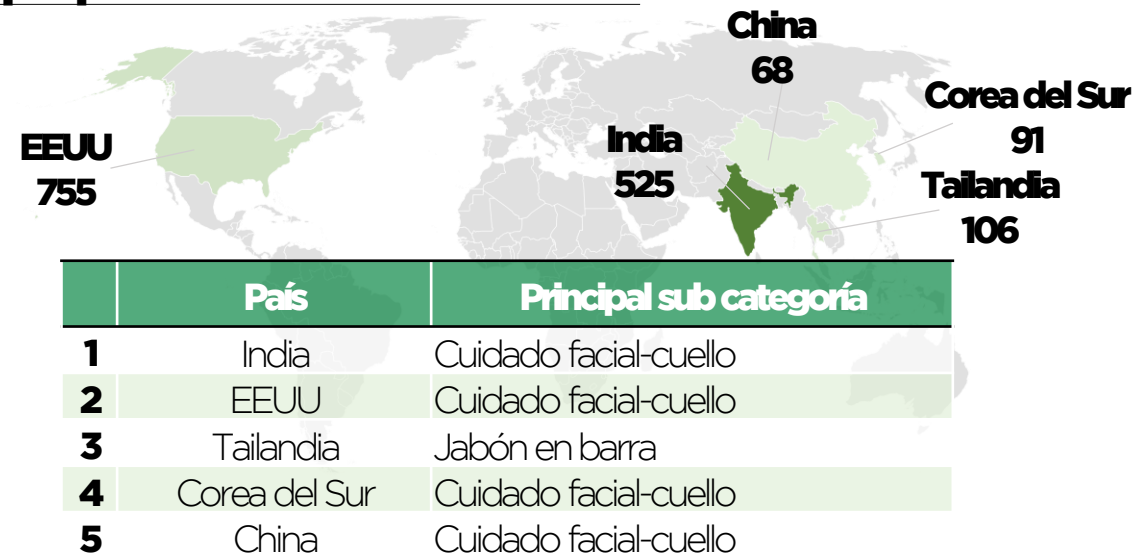


Canal de distribución*



1 543 productos lanzados a nivel mundial entre 2015-2019

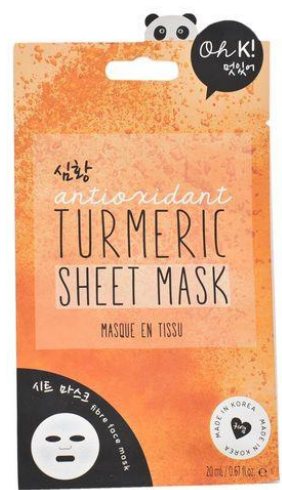
Top 5 países de comercialización*



India destaca como el principal país de fabricación y comercialización de productos de cuidado personal y belleza con cúrcuma. Los **supermercados** y **pedido postal/por internet** destacan como los principales canales de comercialización.

*Según número de lanzamientos en el período 2015-2019. Fuente: MINTEL

2. Cuidado personal y belleza: ejemplos de productos



Máscara facial con cúrcuma

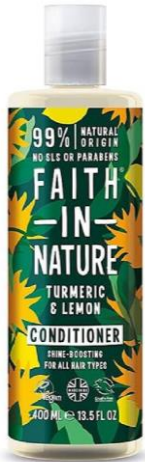
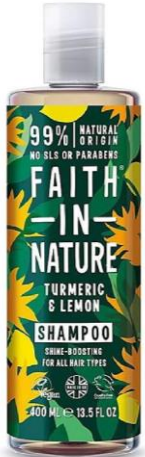
Es una máscara facial antioxidante que suaviza y nutre la piel. Es apto para veganos y no contiene sulfato ni gluten. La mascarilla de fibra no se prueba en animales, es adecuada para el uso diario y se vende en un paquete de 0.67-fl. Oz con los logotipos de Twitter e Instagram.

Empresa:		Oh K! UK
Marca		Oh K!
País de comercialización		EEUU (Puerto Rico)
Precio		\$2,99
Precio por cada 100 gr/ml		\$15,09
Tamaño		19,8ml
Lugar de fabricación		Corea del Sur
Afirmaciones		Antioxidante, Medios sociales, Sin Gluten, Sin Ingredientes Animales, Sin Sulfatos, Ético - Animales
Ingrediente de cúrcuma utilizado		Extracto de la raíz de <i>Curcuma Longa</i> (Cúrcuma)



Champú y acondicionador con cúrcuma y limón

Productos enriquecidos con extracto de cúrcuma conocido por sus propiedades antioxidantes y aceite de limón, que se dice que estimula el cabello y proporciona ese brillo extra. Es un producto apto para veganos no contiene parabenos ni SLS, y se vende en un paquete reciclable de 400 ml.



Empresa:		Faith in Nature UK
Marca		Faith in Nature Turmeric & Lemon
País de comercialización		Reino Unido
Precio		\$7,06
Precio por cada 100 gr/ml		\$1,77
Tamaño		400ml
Lugar de fabricación		Reino Unido
Afirmaciones		Abrillantador/Iuminador, Antioxidante, Botánico/Herbal,
Ingrediente de cúrcuma utilizado		Extracto de la raíz de <i>Curcuma Longa</i> (Cúrcuma)

Análisis macro categorías

3. Salud (4%)

Total de lanzamientos 2015-2019:
186 productos (CAGR +31%)

Total de lanzamientos 2019:
62

Se puede resumir la dinámica de los lanzamientos de productos para la salud que incluyen a nivel mundial de la siguiente forma:

En categorías destacan los productos de **cuidados para la salud** (75%, CAGR 15/19 +75%) e **higiene bucal** (22%, CAGR 15/19 +22%)

Dentro de los principales ingredientes utilizados corresponden: **extracto de cúrcuma** (48%) y **raíz de cúrcuma** (22%).

Principales países de fabricación:

- 1. India 12% (22 lanzamientos)
- 2. EEUU 6% (11 lanzamientos)
- 3. Australia 4% (7 lanzamientos)

Principales países de comercialización:

- 1. India 32% (59 lanzamientos)
- 2. Japón 12% (22 lanzamientos)
- 3. EEUU 11% (20 lanzamientos)

Categoría	Subcategoría	Afirmación	Precio promedio \$ por 100 ml/gr 2019
Cuidado de la Salud	Vitaminas y suplementos Alimenticios	Natural	47,2
		Funcional	40,6
		General sub categoría	45,8
	Tratamientos digestivos y desintoxicantes	Natural	3,5
		Funcional	3,3
		General sub categoría	3,5
	Tratamientos antisépticos	Natural	2,2
		Funcional	2,2
		General sub categoría	2,3
Higiene Bucal	Pasta de dientes	Natural	3,1
		Funcional	0,9
		General sub categoría	3,1
	Accesorios de higiene dental	Apto para Sin	0,7
		Sin	5,9
		General sub categoría	0,7

Canal de distribución



21% Pedido postal



20% Supermercado



17% Farmacia

CAGR: Crecimiento Anual Promedio. Fuente: MINTEL



2. Salud: ejemplos de productos



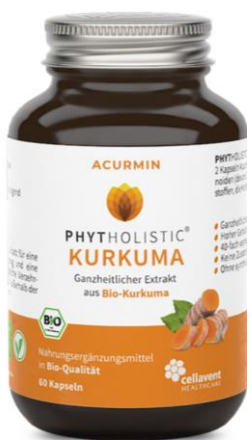
Nutrition Facts	
Serving Size 3.00 unit	
Servings Per Container 30.00	
Per Serving	
Organic turmeric (Cu...	1800.00 mg
Turmeric Extract	150.00 mg
BioPerine black pepp...	15.00 mg

Suplemento dietético con Bioperine®

Este suplemento dietético de cúrcuma contiene **Bioperine®** (compuesto obtenido de la pimienta el cual ayuda en la absorción de las propiedades de la cúrcuma), que contiene **95% de curcuminoides** estandarizados que son muy apreciados en el **Ayurveda** y tienen **propiedades antiinflamatorias** y **antioxidantes**. Tiene certificación **Kosher** y **Halal**. Se fabrica en instalaciones con **Buenas Prácticas de Manufactura** (GMP, por sus siglas en inglés) registradas por la **NSF** y la **FDA** y se vende en un paquete que contiene 90 cápsulas vegetales y que tiene los logotipos certificados por la FDA y GMP.

Empresa:	FarmHaven USA
Marca	FarmHaven
País de comercialización	EEUU
Precio	\$15,19
Tamaño	90 cápsulas / 1965 mg
Lugar de fabricación	EEUU
Afirmaciones	Antioxidante, Bajo en/Sin Agentes Alérgicos, Bajo en/Sin Sodio, Botánico/Herbal, Funcional, Funcional - Cardiovascular, Funcional - Cerebro y Sistema Nervioso, Funcional - Digestivo, Funcional - Huesos, Halal, Kosher, Libre de Lácteos, Libre de OMG, Sin Azúcar, Sin Gluten, Sin Ingredientes Animales, Todo Natural
Ingrediente de cúrcuma utilizado	Cúrcuma orgánica

2. Salud: ejemplos de productos



Nutrition Facts	
Per 2.00 unit	
Curcuminoid 300.00 mg	

Suplemento dietético con curcuma orgánica

Son cápsulas de cúrcuma con **alta biodisponibilidad**. El producto **no contiene aditivos como piperina u otros auxiliares**, ya que utiliza fitoquímicos secundarios, como **aceites esenciales, polisacáridos, proteínas y fibras**, los cuales facilitan la **absorción natural** de la curcumina. Dos cápsulas equivalen a 23 g de cúrcuma fresca. El producto se vende en un paquete de 23,7 g que contiene 60 cápsulas y presenta los logotipos **EU Green Leaf y BIO**.

Empresa:	Cellavent Healthcare Alemania
Marca	Cellavent Healthcare Acumin Phytholistic
País de comercialización	Alemania
Precio	\$30,60
Precio por cada 100 gr/ml	\$129,11
Tamaño	23,7gr
Lugar de fabricación	Alemania
Afirmaciones	Botánico/Herbal, Orgánico/Biológico, Sin Aditivos/Conservantes, Todo Natural
Ingrediente de cúrcuma utilizado	Extracto de cúrcuma orgánica

Fuente: MINTEL



2.3 Sub productos de yuca

Ficha de producto: yuca



Origen y distribución

Tubérculo de raíz comestible originario del trópico americano, su área de distribución se extiende desde Arizona, EEUU, hasta la cuenca de río de la Plata, Argentina. Se cultiva ampliamente también en el sureste asiático, Oceanía y África.

Nombres comunes

Yuca en América del Sur (en el norte), América Central y las Antillas, mandioca en Argentina, Brasil y Paraguay, guacamote en México, aipi y macacheira en Brasil y mhogo en swahili en los países de África oriental

En inglés: cassava, manioc



La yuca se puede clasificar en dos tipos: **amargas y dulces**. Las amargas son las que tienen el **mayor contenido de ácido cianhídrico (HCN)** (> 50 mg/L), poseen un mayor rendimiento y una mejor calidad de almidón. Las dulces poseen **bajas concentraciones** de HCN y son las preferidas para el consumo humano. **Diferenciación es difícil de establecer**, ya que dependen de las condiciones de clima y suelo donde se cultive.

Taxonomía

División: Magnoliophyta

Clase: Mangoliopsida

Orden Euphorbiales

Familia: Euforbiaceae

Género: Manihot

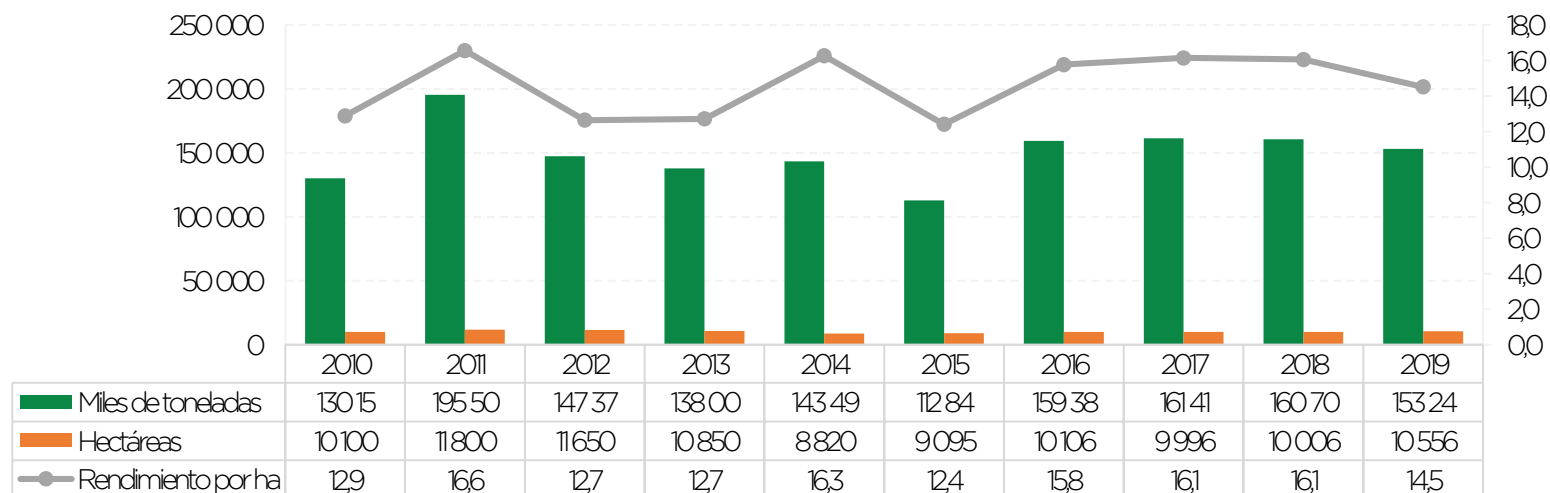
Especie: Esculenta

Usos

Puede ser utilizada para el **consumo humano en fresco o industrial**, para la producción de harina, almidón, y alimentación animal (principal competidor es el maíz). Tanto la yuca amarga como la dulce pueden ser utilizadas para consumo humano e industrial, en el caso de la amarga requieren de procesamiento adicional para que sea apta para la alimentación humana.

Áreas sembradas y producción

Costa Rica: áreas sembradas y producción de yuca 2010-2019 (hectáreas y miles de toneladas)



- Área sembrada de yuca del país en el período 2010-2019 ha crecido en promedio **+0,5%**. En 2019, la producción fue de **10 556 ha**, la cual es **similar** a los niveles que se tenían en 2010. Para **2011** hubo un pico en la producción que alcanzó alrededor de las **195 500 toneladas**.
- En Costa Rica las variedades más producidas son la **Valencia** y la **Señorita**; sin embargo, existen otras variedades que son producidas en menor escala, como por ejemplo las variedades **Mangí**, **Brasileña** y las de **pulpa amarilla**. Siendo la **yuca dulce** la predominante.

Mundo: principales productores de yuca según hectáreas cultivadas, 2018

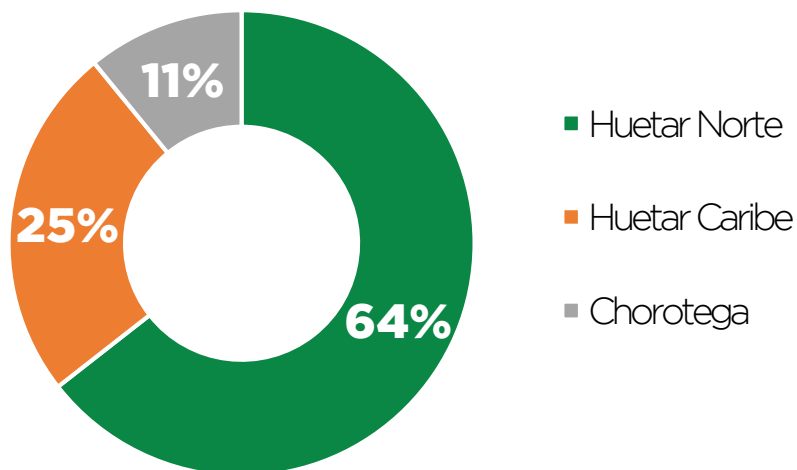
Ranking	País productor	Miles de toneladas	Hectáreas	Ton/ha
1	Nigeria	59 475	6 852 857	8,7
2	República Democrática del Congo	29 952	3 677 998	8,1
3	Tailandia	31 678	1 385 817	22,9
4	Brasil	17 645	1 205 413	14,6
5	Mozambique	8 525	1 058 023	8,1
6	Ghana	20 846	1 032 990	20,2
7	Tanzania	5 051	885 091	5,7
8	Costa de Marfil	5 001	808 671	6,2
9	Angola	8 660	779 682	11,1
10	Indonesia	16 119	697 384	23,1



Costa Rica ocupó la posición **49** como productor de yuca a nivel mundial (en términos de toneladas), en 2018.

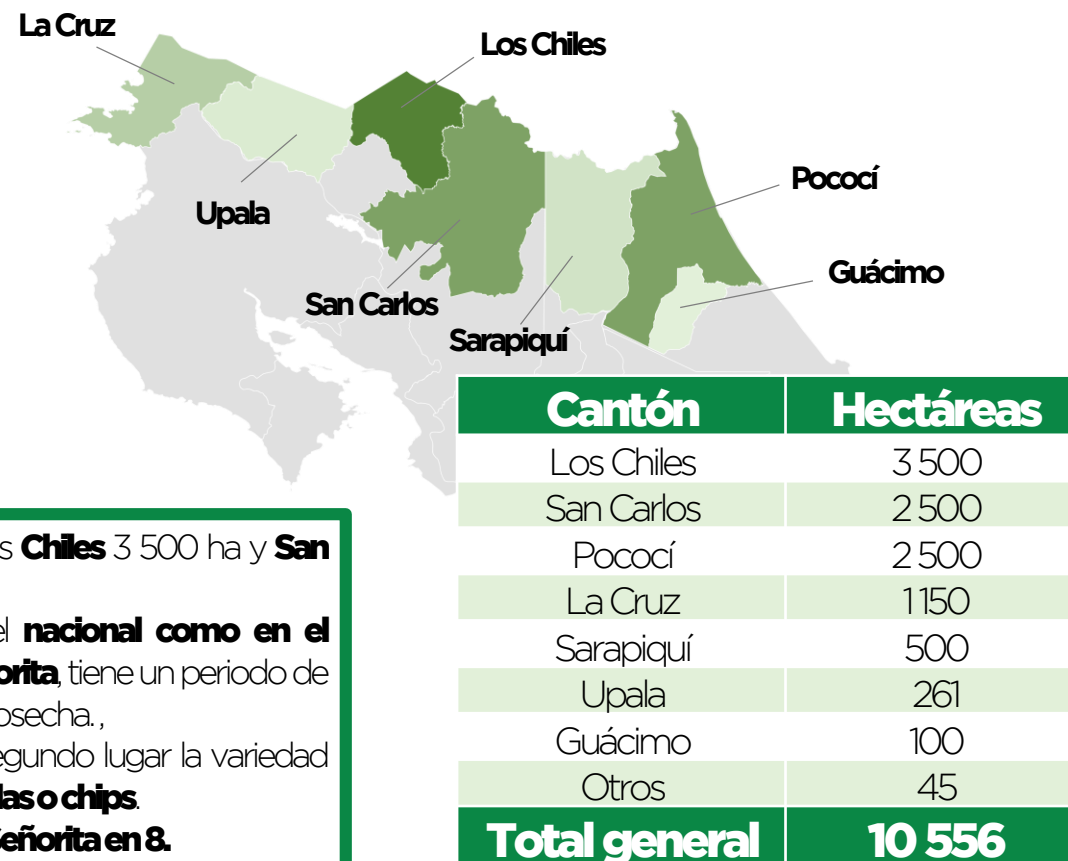
Áreas sembradas y producción

Costa Rica: áreas sembradas y producción de yuca por región, 2019 (hectáreas)

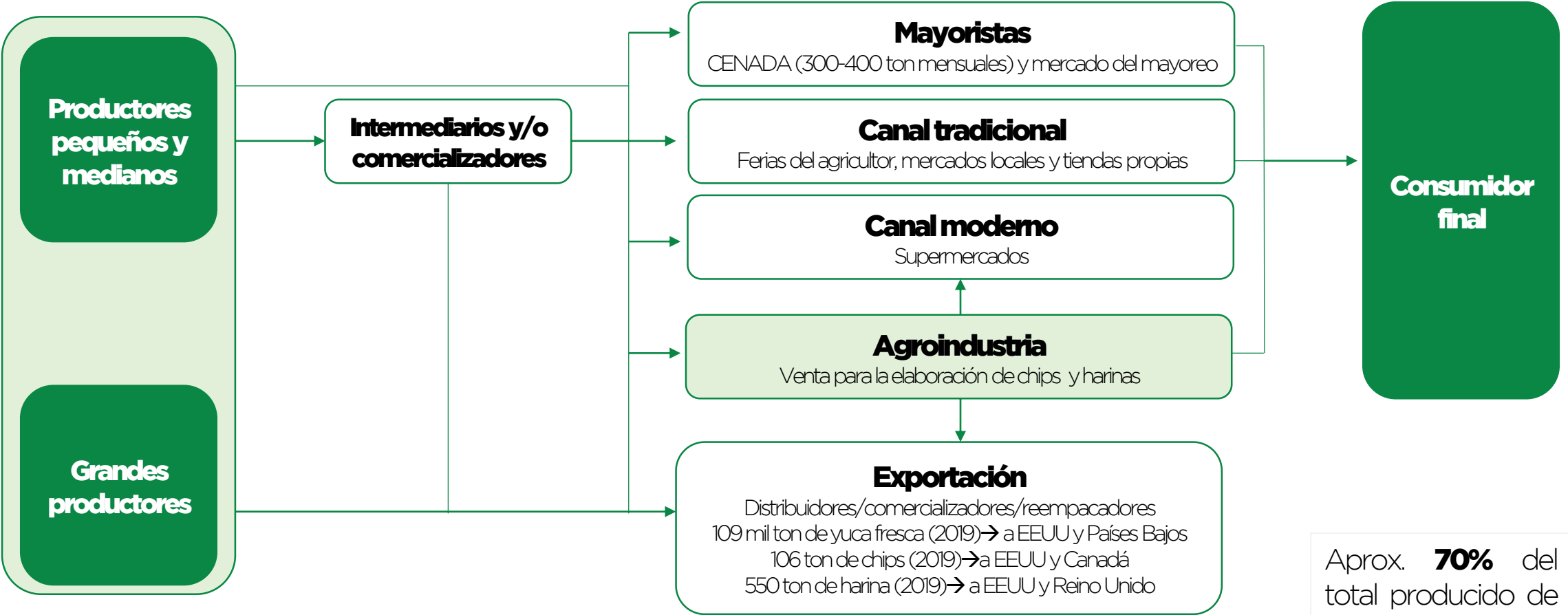


- Destaca la región **Huetar Norte** como la principal productora (64%), en cantones como los **Chiles** 3 500 ha y **San Carlos** con 2 500 ha.
- La variedad **Valencia** es la que presenta mayor demanda en el mercado, tanto en el **nacional como en el internacional**, y también es cultivada en pequeñas áreas para la alimentación familiar. La **Señorita**, tiene un periodo de **oxidación muy corto**, por lo que debe ser procesada o consumida muy rápido luego de la cosecha.
- **Valencia** es la que más se exporta tanto para **parafinado como yuca congelada** y en segundo lugar la variedad **Señorita** en menores cantidades y principalmente para **congelado** y la **fabricación de hojuelas o chips**.
- La edad óptima de cosecha según la variedad, para Valencia se estima en **10 meses** y para **Señorita** en **8**.
- **Interés de siembra** de otras variedades de yucas más productoras pero es **para la fabricación de harina** para alimentación humana y alimentación animal

Costa Rica: áreas sembradas de yuca por cantón, 2019 (hectáreas)



Cadena de comercialización en Costa Rica



Precios nacionales de yuca por región, 20-26 de abril 2020
(colones)

Producto	Unidad	Brunca		Región Central				Pacífico Central		Huetar Atlántica	
		Fincas	Ferias	Fincas	Cenada	Borbon	Ferias	Fincas	Ferias	Fincas	Ferias
Yuca sin parafinar	Kilo		412			413	413		525	130	480
Yuca parafinada	Kilo		550		250	463	450		500		500

Aprox. **70%** del total producido de yuca en el país se **exporta**.



Dinámica del comercio de yuca



 La yuca tanto en su presentación fresca como procesada no tiene diferenciación entre la dulce o amarga en su clasificación arancelaria.

- La yuca tiene un uso principalmente para la **alimentación animal**, tanto en fresco como en sub productos como la fécula y harina. De allí que países como **Tailandia, Vietnam o Camboya** tengan una alta participación a nivel mundial en las exportaciones, a mercados como **China (61%** del total importado en 2018) pero con **valores USD/ton muy bajos**, asociado con variedades amargas que tienen alto rendimiento y un mayor volumen de comercialización.

- En el caso de Costa Rica, cuya producción se enfoca en la **yuca dulce (de mesa)** tiene un enfoque en el **consumo humano** y dispone de un **valor USD/ton mayor**, similar a países como Colombia y Ecuador. Se puede observar esta dinámica de diferencias de precios en países seleccionados:

Mundo: top exportadores de yuca (0714.10) en países seleccionados, 2019

Exportador	Participación 2019	Miliones de USD 2019	Miles de toneladas 2019	Valor unitario USD/ton 2019	Principal mercado 2019
1.Tailandia	50%	528	2 415	219	China (99%)
2.Camboya	20%	206	1564	132	China (75%)
3.Costa Rica	9%	96	109	876	EEUU (61%)
4.Laos	9%	92	715	128	Tailandia (81%)
5.Viet Nam	7%	76	370	206	China (57%)
7.Honduras*	1%	5	3	1868	EEUU (99%)
8.Ecuador*	1%	5	6	832	EEUU (93%)
17.Colombia*	0,1%	1,5	1	1522	EEUU (91%)

Yuca amarga	Yuca dulce
Niveles altos de glucósidos cianogénicos (> 50 mg/L).	Niveles bajos de glucósidos cianogénicos
Uso principalmente industrial (alimentación animal).	Mayormente utilizada para consumo humano.
Norma para consumo humano (CODEX STAN 300-2010)	Norma para consumo humano intl. (CODEX STAN 238-2003)
	Norma para consumo humano CR (Nº 31928-MEIC-MAG-S)

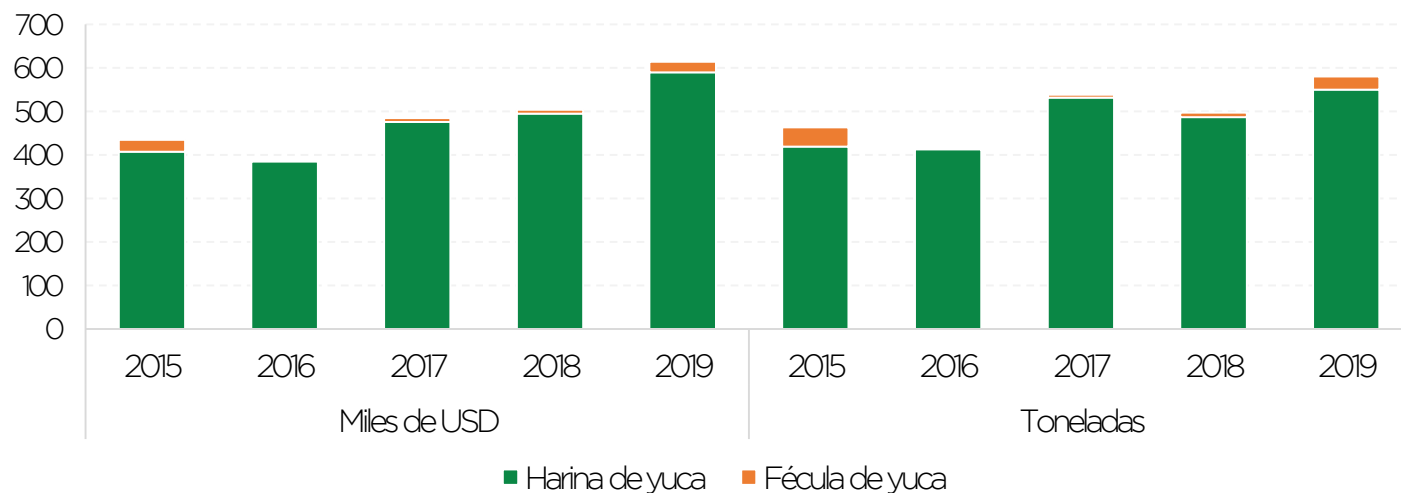
Algunas cifras de Costa Rica

- 3er** exportador mundial de yuca fresca (CAGR en valor 8% 15/19)
- Principal proveedor** de yuca fresca de EEUU
- 26** destinos de exportación en 2019, donde destacan **EEUU** (61%), **Países Bajos** (12%) y **España** (7%), entre otros.

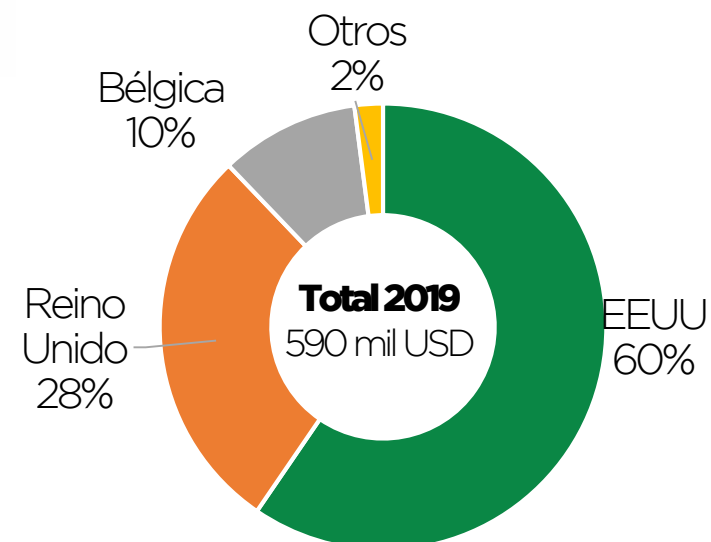
*Principales competidores de Costa Rica en cuanto a yuca dulce. Fuente: Trademap, PROCOMER y FAO

Exportaciones de Costa Rica sub productos de yuca

Costa Rica: exportaciones de sub productos de yuca*
2015-2019
(miles de USD y toneladas)



Harina de yuca: principales destinos, 2019



↑ +9% (en términos de valor) +6% (en términos de peso)
CAGR 2015-2019



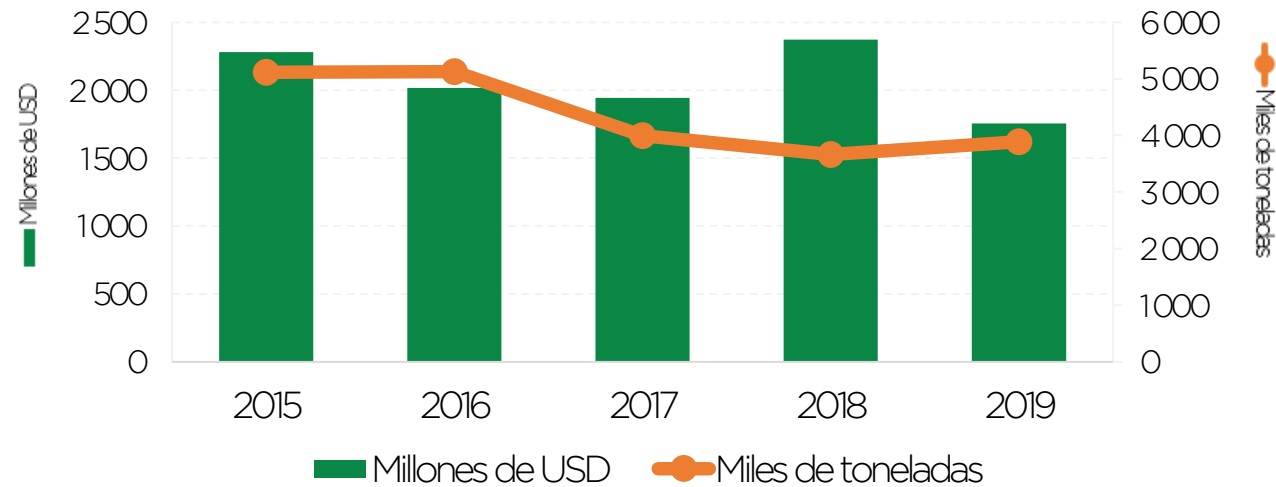
Para el caso de los **chips de yuca** no se cuenta con una clasificación arancelaria específica, sin embargo, en **2019**, la fracción nacional residual: **2008.99.90.00.90** en donde clasifica este producto registró exportaciones por: **641 mil USD** y **106 toneladas**, principalmente a **EEUU** (54%), **España** (21%) y **Panamá** (11%).

- En el caso de la **fécula de yuca** el **100%** se exportó a **Panamá** (2019).
- En 2019, las exportaciones de **harina y chips de yuca** representaron **1%** del total en términos de valor, respecto a las de yuca fresca.

*Se incluyen las sub partidas: 1106.20 y 1108.14. **Otros países incluyen: Países Bajos, Canadá y Trinidad y Tobago, Fuente: PROCOMER

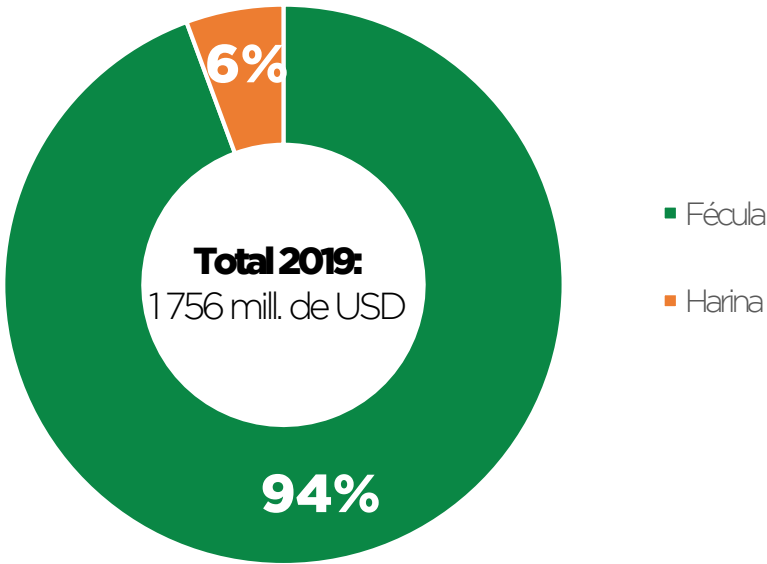
Exportaciones mundiales

Mundo: exportaciones de sub productos de yuca*, 2015-2019
(millones de USD y miles de toneladas)



Producto	CAGR 2015-2019**	Valor unitario promedio USD/ton
Harina	1%	739
Fécula	-7%	476
Total	-6%	486

Mundo: exportaciones de sub productos de yuca, según tipo de producto, 2019
(millones de USD)



Las exportaciones mundiales de sub productos de yuca alcanzaron los **1 756 millones de USD** en 2019, esto es un CAGR de **-6%** en el período 15/19, siendo la **fécula de yuca** la que tiene la mayor participación a nivel mundial (94%).

*Se incluyen las sub partidas: 1106.20 y 1108.14, esta última dada su alta relevancia en el mercado internacional. **En términos de valor. ***Últimos datos disponibles: 15/19. Fuente: PROCOMER

Exportaciones mundiales

Fécula de yuca (94%)

Ranking	País	Millones de USD 2019	Miles de toneladas 2019	Valor unitario (USD/ton)	% Participación	CAGR 2015-2019
1	Tailandia	1219	2 788	437	74%	1%
2	Viet Nam	355	852	417	21%	-21%
3	Camboya	23	52	430	1%	6%
4	Paraguay	15	32	477	1%	17%
5	Alemania	10	4	2 286	1%	9%
6	Brasil	6	7	969	0,4%	-12%
7	Laos	6	15	420	0,4%	-11%
8	Países Bajos	3	3	1 247	0,2%	-14%
9	Taiwán	3	2	1 972	0,2%	38%
10	EEUU	3	2	1 733	0,2%	8%
	Otros	13	24	518	1%	-10%
Total general		1 657	3 781	438	100%	-7%

Harina de yuca (6%)



Costa Rica ocupa la posición **32** como exportador a nivel mundial.

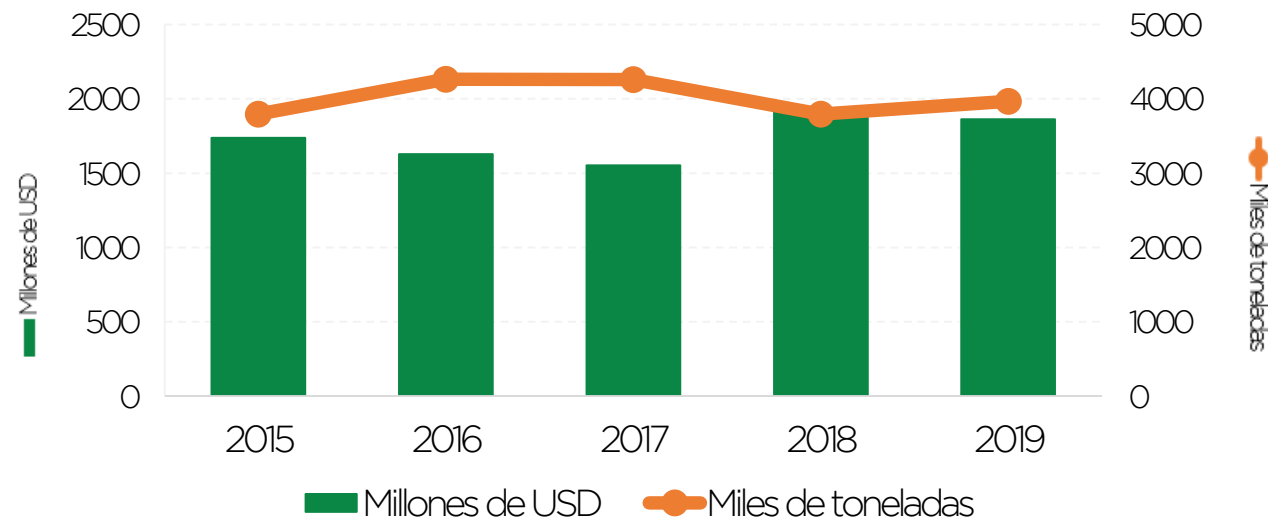
Ranking	País	Millones de USD 2019	Miles de toneladas 2019	Valor unitario (USD/ton)	% Participación	CAGR 2015-2019
1	Tailandia	22	48	463	23%	4%
2	Perú	13	3	5 081	14%	-17%
3	Brasil	12	11	1 079	12%	37%
4	China	9	2	3 875	10%	-11%
5	EEUU	9	6	1 487	9%	13%
6	Viet Nam	6	19	345	7%	-5%
7	Países Bajos	4	1	2 845	4%	27%
8	España	2	0	4 681	2%	57%
9	Ghana	2	2	839	2%	ND
10	India	2	1	1 460	2%	19%
	Otros	17	17	979	17%	3%
Total general		99	111	862	100%	1%

- En 2019, la fécula de yuca tuvo un valor unitario **2,2 veces** menor que la harina. **Tailandia**, tiene la mayor participación en las exportaciones mundiales de **fécula de yuca** con alrededor del **74%** del total y con un valor USD/ton de **437**. En el caso de la harina de yuca también este país dispone de una alta participación con **23%** del total. **Perú y Brasil** destacan como los principales países latinoamericanos exportadores de harinas, sin embargo, el primero ha tenido un CAGR de **-17%** en el período 2015-2019.
- La harina de yuca tiene como principal uso la **alimentación animal**, sin embargo, para el caso de Costa Rica su uso en este ámbito es limitado debido a la alta competencia con productos como el maíz. Costa Rica exporta principalmente para **consumo humano** elaborado a partir de la **yuca dulce (de mesa)**.

* El porcentaje de participación y CAGR se calculó tomando en cuenta el valor exportado. Fuente: PROCOMER

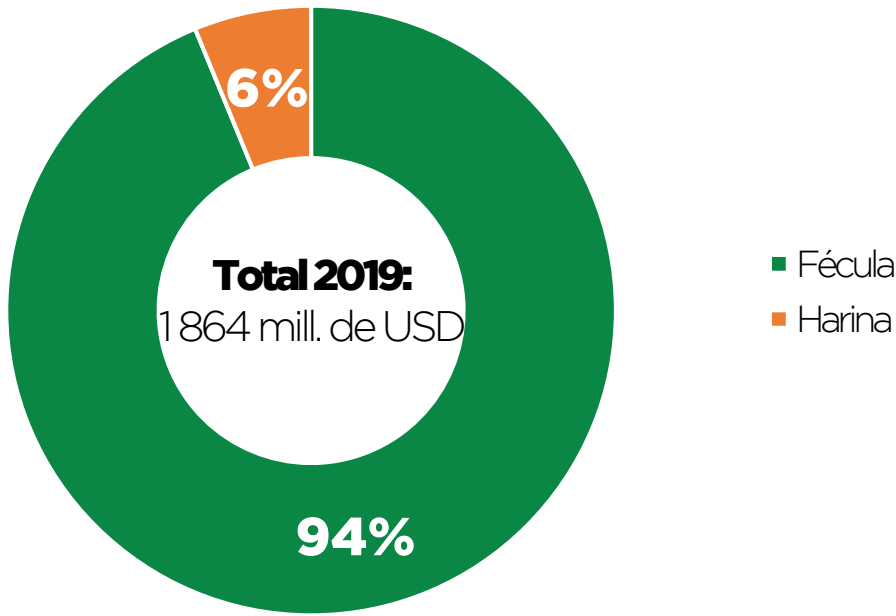
Importaciones mundiales

Mundo: importaciones de sub productos de yuca*, 2015-2019
(millones de USD y toneladas)



Producto	CAGR 2015-2019	Valor unitario promedio USD/ton
Fécula	2%	425
Harina	-7%	659
Total	2%	470

Mundo: importaciones de sub productos de yuca, según tipo de producto, 2019
(millones de USD)



Las exportaciones mundiales de sub productos de yuca alcanzaron los **1 864 millones de USD** en 2019, esto es un CAGR de **2%** en el período 15/19, siendo la **fécula de yuca** la que tiene la mayor participación a nivel mundial (92%).

*Se incluyen las sub partidas: 1106.20 y 1108.14.. **En términos de valor. ***Últimos datos disponibles: 15/19. Fuente:Trademap

Importaciones mundiales

Fécula de yuca (94%)

Ranking	País	Millones de USD 2019	Miles de toneladas 2019	Valor unitario (USD/ton)	% Participación	CAGR 2015-2019
1	China	1031	2376	434	59%	7%
2	Indonesia	136	316	430	8%	-15%
3	Taipei Chino	131	289	452	8%	-1%
4	EEUU	79	113	704	5%	3%
5	Malasia	69	161	429	4%	-2%
6	Japón	63	138	456	4%	2%
7	Filipinas	55	120	455	3%	12%
8	Singapur	29	61	484	2%	2%
9	Países Bajos	12	15	798	0,7%	3%
10	Alemania	11	11	958	0,6%	7%
	Otros	131	226	582	8%	1%
Total general		1748	3826	457	100%	2%

Harina de yuca (6%)

Ranking	País	Millones de USD 2019	Miles de toneladas 2019	Valor unitario (USD/ton)	% Participación	CAGR 2015-2019
1	EEUU	52	71	730	45%	-3%
2	Canadá	9	6	1613	8%	6%
3	Irlanda	7	5	1373	6%	96%
4	Corea del Sur	7	18	354	6%	-1%
5	Malasia	6	15	413	5%	-36%
6	Hong Kong	3	0	7124	3%	10%
7	Francia	3	2	1871	3%	16%
8	Reino Unido	2	2	1460	2%	-7%
9	Alemania	2	1	3051	2%	0%
10	Arabia Saudita	2	2	1188	2%	17%
	Otros	23	20	1115	20%	-9%
Total general		116	141	820	100%	-7%

China tiene la mayor participación en las importaciones mundiales de **fécula de yuca** con alrededor del **59%** del total y con un valor USD/ton de **434**. En el caso de la harina de yuca **EEUU** cuenta con la mayor participación con **45%** del total. Países como **Irlanda** y **Arabia Saudita** han tenido importantes crecimientos en el período 15/19 en los últimos años alcanzando **96%** y **17%**, respectivamente

* El porcentaje de participación y CAGR se calculó tomando en cuenta el valor exportado. Fuente: Trademap

Dinamizadores de consumo

1.

Consumidores buscan productos de origen natural y “libres de”

Alimentos naturales están evolucionando en productos con una “etiqueta limpia”, haciendo énfasis en afirmaciones como “libres de”, (principalmente gluten) procesamiento mínimo y declaraciones de ingredientes simples no artificiales. En EEUU, el 27% de los consumidores de snacks buscan ingredientes totalmente naturales y 13% de ingredientes orgánicos.



2.

Búsqueda del bienestar emocional

Marcas a nivel mundial buscan cada vez más enfocarse en las necesidades de bienestar emocional de los consumidores, especialmente porque estos tienden a ingerir snacks en momentos de estrés o ansiedad, que vienen a ser reforzados con la coyuntura actual del COVID-19. Por ejemplo: los chips de yuca están asociados con la reducción del estrés.



3.

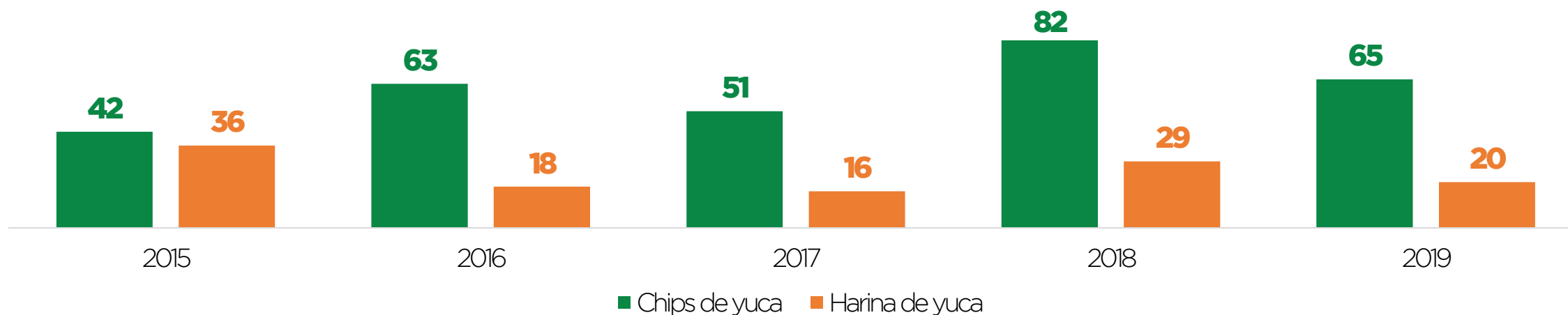
Snacks de productos vegetales están asociados con altos valores nutricionales

La raíces de yuca son una fuente principalmente de carbohidratos, las cuales son ricas en calcio y vitamina C y contienen cantidades nutricionalmente significativas de tiamina y riboflavina.



Lanzamientos de productos

Mundo: lanzamientos de sub productos de yuca por año según tipo, 2015-2019

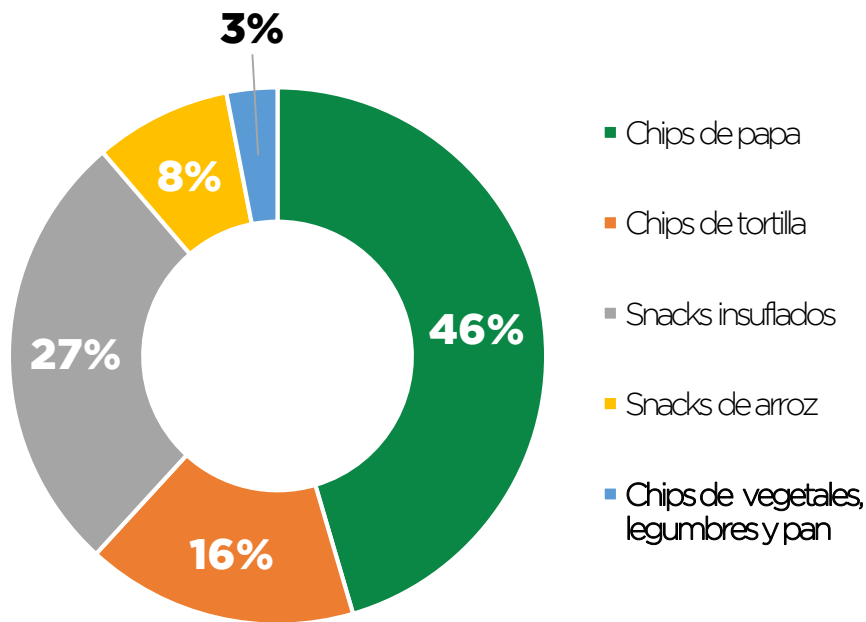


Producto	CAGR 2015-2019	Precio \$ promedio por producto	Precio \$ promedio por cada 100gr
Chips	12%	1,63	1,58
Harina	-14%	1,97	1,04

En el período 2015-2019, se lanzaron al mercado **303** productos de chips de yuca y **119** de harinas. Solamente en 2019, los lanzamientos de chips fueron **3,3 veces** a los de harina, a su vez disponen del mayor CAGR para ese período con **12%**.

Chips de yuca: contexto

Mundo: *snacks* salados según categoría, 2015-2019 (en términos de valor)



Categoría	Millones de USD 2019	% CAGR 2018-2019	% CAGR 2014-2019	% CAGR 2020-2024
Chips de papa	38 400	3%	1%	6%
Chips de tortilla	13 812	4%	3%	5%
Snacks insuflados	22 722	3%	2%	6%
Snacks de arroz	6 952	1%	2%	4%
Chips de vegetales, legumbres y pan	2 583	4%	3%	6%
TOTAL Snacks salados	84 469	3%	2%	6%

País	Venta millones de USD 2019	% CAGR 2014-2019	% CAGR 2020-2024
EEUU	974,7	3%	3%
Rusia	425,2	-1%	1%
Indonesia	144	3%	3%
Reino Unido	114,5	28%	4%
Ucrania	76,8	-7%	6%
Alemania	62,6	5%	5%
Canadá	56,5	11%	10%
Suecia	52,2	181%	2%
Rumania	39,9	7%	2%
Perú	31	4%	4%

Los **chips de vegetales, legumbres y pan** tienen una participación del **3%** del total del mercado de snacks salados y con CAGR proyectado similar al de los snacks de papa **(+6%)**. Los principales mercados en 2019 fueron: a **EEUU** (38%), **Rusia** (16%) e **Indonesia** (6%). Se proyecta e mayor CAGR 2020-2024 en **Canadá** con **+10%**. Se debe tomar en cuenta que el canal de mayor venta de los chips de yuca son los **supermercados** con **60%** del total.

Canales de distribución de chips de yuca



60% Supermercados



18% Gran Consumo



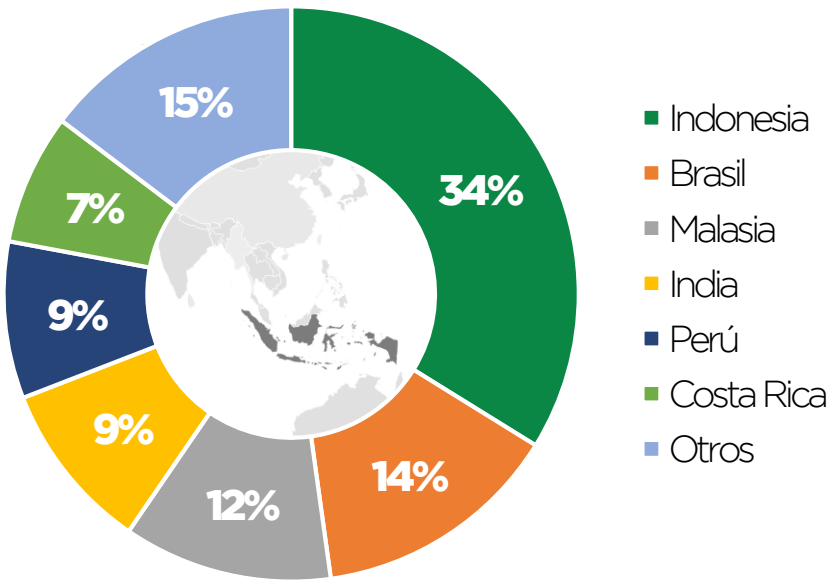
5% Tienda de conveniencia

17% Otros

CAGR: Crecimiento Anual Promedio. Fuente: Euromonitor y MINTEL

Chips de yuca

Mundo: mercados de comercialización de chips de yuca, 2015-2019 (total de lanzamientos)



PRINCIPALES PAÍSES DE FABRICACIÓN (2015-2019):

- | | | |
|---|-----------|-----|
| 1 | Indonesia | 51% |
| 2 | India | 8% |
| 3 | Brasil | 7% |
| 4 | Singapur | 4% |

Total de lanzamientos 2015-2019: 303

51% de los lanzamientos de chips de yuca en el mundo se fabrican en **Indonesia Brasil** tiene el mayor precio promedio por cada 100gr con **3 USD**.

Top mercados	Top5 compañías	Precio promedio por cada 100 g 2015-2019 (\$USD)	Número de lanzamientos 2015-2019
Indonesia	Indofood CBP Sukses Makmur	0,8	17
	Universal Cipta Pangan	0,7	16
	Ahold Delhaize	1,3	7
	Arira Pangindo	0,7	7
	Total Indonesia	1,2	154
India	Manjilas Food Tech	0,6	3
	Tierra Food India	0,6	3
	BigBasket - Supermarket Grocery Supplies	0,9	2
	Durga Agencies	0,4	2
	Modi Cakes & Confectionary	0,3	1
	Total India	0,5	24
Brasil	Bilu Indústria de Alimentos	3,4	7
	Sertanitos Indústria e Comércio de Mandioca	2,4	4
	Liv Up Comércio de Alimentos	5,2	1
	Florin & Florin	3,2	1
	Bortolo	1,5	1
	Total Brasil	3,0	22
Singapur	Tai Sun (Lim Kee) Food Industries	1,7	3
	Red Hot Chili Pepper	4,5	2
	NTUC Fairprice Co-operative	1,5	2
	Seng Hua Hng Foodstuff	1,3	2
	Glory Food Products	1,3	1
	Total Singapur	2,3	14
Total mundo		1,6	303



Costa Rica participó en la fabricación del **3%** de los lanzamientos mundiales de chips de yuca entre 2015-2019, el **precio promedio por cada 100g en ese período** fue de **1,1 USD**.

Ejemplos de productos: chips de yuca



Énfasis en el bienestar

Bilu Cassava Chips es una de las pocas marcas que promueven el bienestar emocional a través de los beneficios de comer yuca. Según el fabricante, la yuca es un tubérculo rico en minerales como el zinc y el magnesio. También es rico en serotonina, que se dice que promueve el bienestar.



- Empresa: Bilu Indústria de Alimentos, Brazil
- Marca: Bilu
- Mercado: Brasil (no importado) NO
- Precio: \$1,27
- Precio por 100g/ml: \$3.18
- Tamaño: 40 g



Principales *claims** de los productos incluyen: **HALAL** (45%), **medios sociales** (31%), **bajo en alérgenos** (23%), **sin gluten** (21%).



Énfasis en Ingredientes naturales y certificaciones

Los chips de yuca Mambo, son certificados Kosher, Libres de Organismos Genéticamente Modificados, y libre de gluten por la Asociación Nacional de Celiacía (PR), con ingredientes 100% naturales.



- Empresa: Quirch Foods Caribbean, Puerto Rico
- Marca: Mambo
- Mercado: Puerto Rico (producto importado)
- Precio: \$2,79
- Precio por cada 100gr: \$2,79
- Tamaño: 100 gr
- Lugar de fabricación: Ecuador

Harina de yuca: contexto



Consumo de la harina de yuca se encuentra enfocado en población con **intolerancia al gluten y que buscan opciones con ingredientes naturales** a las alternativas en el mercado.



Mercado en 2020 de este tipo de alimentos se estima en **4 440 millones de USD**, con un **CAGR 2014-2019: +12%**

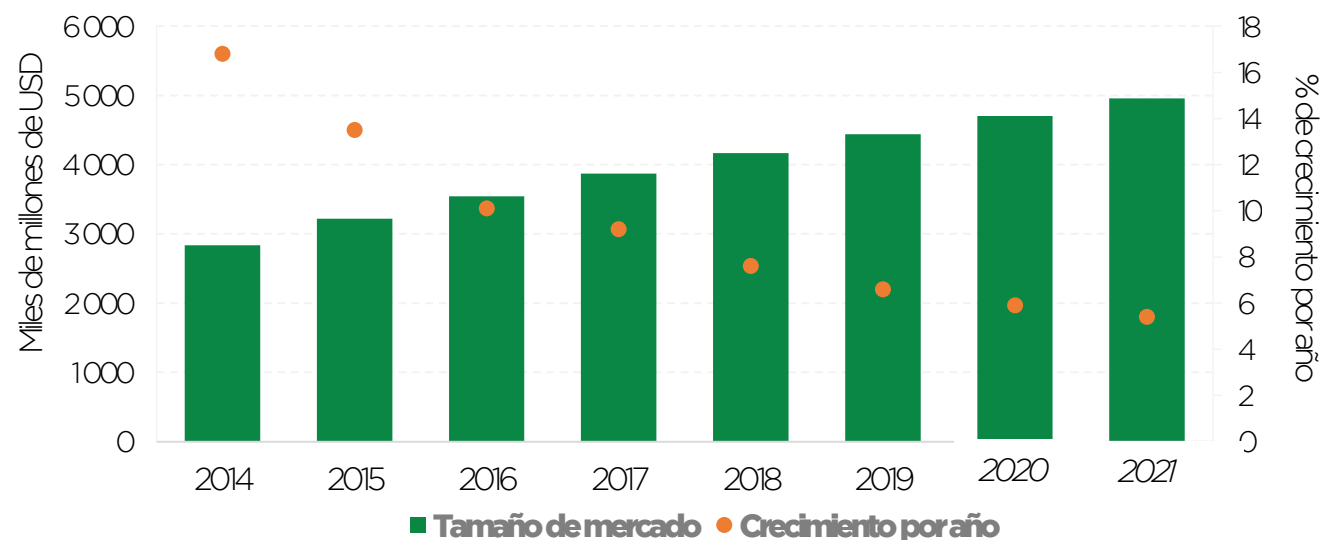


Crecimiento se ha visto potenciado por **grandes fabricantes** que desarrollan gamas de productos sin gluten que buscan **reducir consumo de carbohidratos** (como parte de dietas como la Atkins o Paleo), además incluyendo **ingredientes naturales, etiquetas limpias** y **diferentes granos** como la quinoa, amaranto, sorgo, entre otros, pese a ello su **ritmo se ha ido desacelerando** (se proyecta +6% al 2021).



Europa Occidental, Norteamérica y Brasil son los principales regiones en el mundo en ventas de alimentos libres de gluten. Los países que proyectan un mayor crecimiento absoluto al 2021 son: **Reino Unido** (+296 mill USD), **EEUU** (+259 mill.), **Italia** (+254 mill.) y **Canadá** (+92mill).

Mundo: mercado de alimentos libres de gluten, 2014-2021 (miles de millones de USD)



Canales de distribución de harina de yuca

CAGR: Crecimiento Anual Promedio. Fuente: MINTEL y Euromonitor



70%
Supermercados



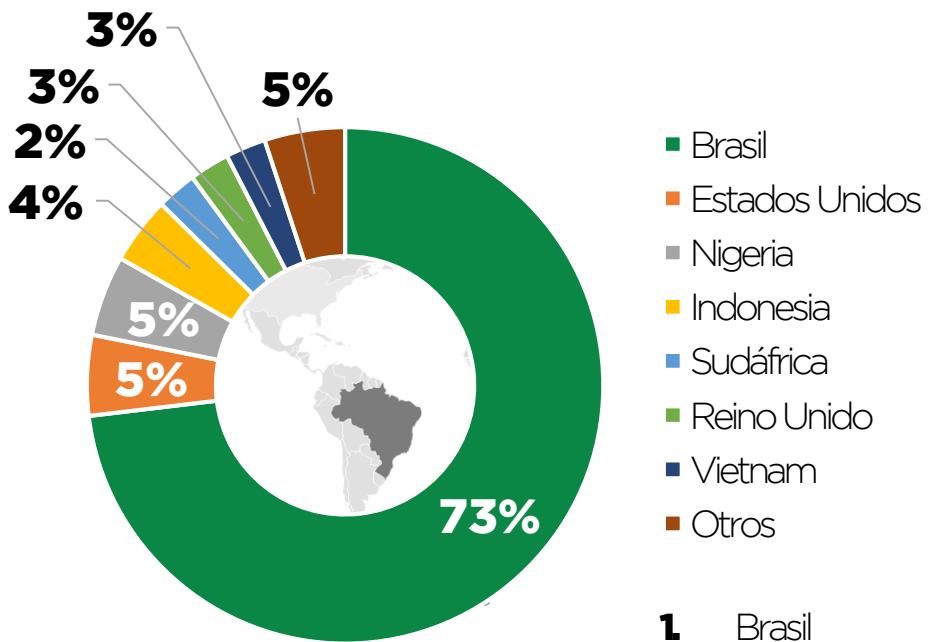
11%
Venta al por menor especializada



+44% (CAGR 2016-2019)
6%
Tienda herbodietética
13%
Otros

Harina de yuca

Mundo: mercados de comercialización de harina de yuca, 2015-2019 (total de lanzamientos)



PRINCIPALES PAÍSES DE FABRICACIÓN (2015-2019):

1	Brasil	88%
2	Nigeria	4%
3	Canadá	1%
4	Costa Rica	1%

Total de lanzamientos 2015-2019: 119

Brasil es el principal país de comercialización y fabricación de harina de yuca. EEUU dispone del mayor precio promedio por cada 100g de 1,6 USD.

Mercado	Top compañías	Precio promedio por cada 100g 2015-2019	Número de productos 2015-2019
Brasil	Vitoria Alimentos	1,5	5
	Carrefour	1,2	4
	Corvino, Catusso e Perottoni	3,6	4
	Chef Di Serio Gastronomia e Eventos	3,8	3
	Bistek Supermercados	1,0	3
	Total Brasil	1,2	87
Nigeria	Nato Resources West-Africa	0,2	1
	Ranks West Africa	0,3	1
	Omobee Solution Logistics Services	0,2	1
	Heir Farms Limited	0,2	1
	D.S.C. Foods	0,2	1
	LKO Agribusiness	0,3	1
	Total Nigeria	0,2	6
EEUU	Bob's Red Mill Natural Foods	1,2	2
	Siete Family Foods	4,0	1
	Hain Celestial Group	0,8	1
	Anthony's Almonds	1,3	1
	Carrington Farms	1,1	1
	Total EEUU	1,6	6
Indonesia	Lotte	0,2	1
	Agung Bumi Agro	0,2	1
	Permata Food	0,3	1
	Boga Jaya Flour	0,2	1
	Sungai Budi Group	0,1	1
	Total Indonesia	0,2	5
Total mundo		1,0	119

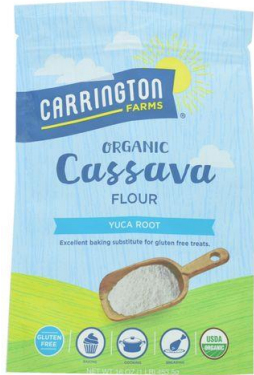


En Costa Rica el precio promedio por cada 100g entre 2015-2019 fue de 0,7 USD.

*No se incluyen 36 productos que no especifican el país de fabricación. Fuente: MINTEL

Harina de yuca:

destaca como un alimento funcional libre de gluten y diferenciación como orgánico. El CITA* se encuentra estudiando las propiedades de los almidones resistentes de la harina de yuca, la cual tiene indicios de reducción del cáncer y como prebiótico. También están desarrollando mezclas con otros productos para potenciar sus propiedades nutricionales.



Énfasis en presentación orgánica y libre de gluten

Sustituto de horneado para productos de panadería sin gluten. Esta harina orgánica por la USDA es una excelente opción para dietas alternativas y selectivas o para aquellos con alergias y sensibilidades alimentarias.

- Empresa Carrington Farms, USA
- Marca Carrington Farms
- Mercado Estados Unidos (producto importado)
- Precio \$4.88
- Precio por 100g/ml \$1.08 / €0.98
- Tamaño 454 gr
- Lugar de fabricación Vietnam

Principales *claims* de los productos incluyen: **sin gluten** (82%), **bajo en alergen**os (82%), **sin aditivos conservantes** (24%) y **envase respetuoso con el ambiente** (23%).



Énfasis como producto natural como sustituto de la harina convencional

Es un producto con harina de yuca convencional multipropósito, el cual funciona como sustituto para la harina de trigo. Es alto en fibra, y apto para el consumo de vegetarianos.

- Empresa Isabel's Cuisine, UK
- Marca Isabel's
- Mercado Reino Unido
- Precio \$5.15
- Precio por 100g/ml \$1.47
- Tamaño 350 gr



En la [Norma de la FAO para la harina de yuca comestible CXS 176-1989](#), se establecen los estándares y factores de calidad para su producción.



3. Mercados con potencial

Mercados con potencial

1. Estados Unidos 2. Canadá 3. Países Bajos



¿Por qué estos países?

1.

Participación en las importaciones mundiales y en las exportaciones de Costa Rica

- EEUU: importador #1 de mora del mundo y es uno de los principales compradores de sub productos de yuca de Costa Rica.
- Canadá: segunda posición como importador en sub productos de yuca y recientemente es un destino para la cúrcuma costarricense.
- Países Bajos: principal comprador de cúrcuma costarricense.

**EEUU
(Miami)**



Mora y sub productos de yuca

2.

Lanzamientos de productos para su comercialización

- EEUU: principal país de comercialización de productos de cuidado personal y belleza con mora, y segundo país de comercialización de harina de yuca.
- Países Bajos: 5to país de fabricación y comercialización de alimentos con cúrcuma a nivel mundial
- Canadá: tercer país de fabricación de harina de yuca a nivel mundial.

Canadá



Cúrcuma y sub productos de yuca

3.

Feedback de Oficinas de Promoción Comercial (OPC) de PROCIMER

- Documento de las OPC donde se destaca la **dinámica de mercado** de los productos del estudio DESCUBRE 150, y se indica el **feedback positivo** para la venta de sub productos de yuca, cúrcuma y mora en estos mercados.

Países Bajos



Cúrcuma y sub productos de yuca



Costa Rica cuenta con el **acceso sanitario y/o fitosanitario** para la comercialización de los productos en estos mercados

Mercados con potencial: Estados Unidos



Principales aspectos para el ingreso al mercado

Producto	Arancel NMF*	Arancel preferencial**	Millones de USD importados 2019	Países proveedores 2019	Valor unitario USD/ton 2019	Principales certificaciones solicitadas
Mora fresca	0%	0%	398 (+8%) ↑	México (98%) Guatemala (2%)	5 060 4 350	Mora: FDA, BPA, USDA orgánico, Fair Trade
Mora congelada	9%	0%	25 (-6%) ↓	Chile (69%) México (18%)	1920 1400	
Harina de yuca	0%	0%	52 (-3%) ↓	China (55%) Brasil (25%)	511 1310	Sub productos de yuca: FDA, gluten free, Non GMO, HACCP, USDA orgánico, Fair Trade, Kosher
Chips de yuca	7,9%	0%	7 (+2%) ↑	Costa Rica (26%) Colombia (22%)	1368 1289	

Impuestos internos



HMF (Harbor Maintenance Fee)	0,125%	Base en valor FOB, aplicable en productos en vía marítima.
------------------------------	--------	--



Miami es el 4to distrito estadounidense en relevancia con importaciones de mora fresca de **7 millones de USD** en 2019, **+22%** (18/19).

Principales requisitos no arancelarios

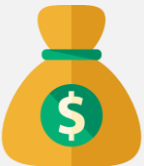
1. [Registro ante la FDA.](#)
2. [Notificación previa ante la FDA.](#)
3. [Cumplimiento de normativa alimentaria:](#) [Title 21 of the Code of Federal Regulations \(21 CFR\)](#),
4. [Buenas Prácticas de Manufactura.](#)
5. [Cumplimiento de normas de etiquetado](#) (incluyendo: [Gluten Free](#), ["Natural"](#), [orgánico](#)).
6. [Control de contaminantes](#)
7. [Aditivos y colorantes](#)
8. [Alérgenos](#)
9. [Cumplimiento de normativa FSMA](#)
10. [Registro de marca](#)
11. [Cumplimiento normativa USDA](#) (mora fresca-certificado fitosanitario y e-permit)

*Arancel Nación Más Favorecida, que corresponde al arancel ordinario. **Arancel en aplicación del TLC CAFTA-DR, para su aplicación debe aportarse el [certificado de origen](#) negociado en el marco del acuerdo, aranceles actualizados al 1-01-2020. CAGR calculados en el período 2015-2019. Fuente: World Tariff, Trademap y COMEX

Principales aspectos para el ingreso al mercado

Producto	Arancel NMF*	Arancel preferencial**	Miliones de USD importados 2019	Países proveedores 2019	Valor unitario USD/ton 2019	Principales certificaciones solicitadas
Cúrcuma	0%	0%	7 (+22%) ↑	India (44%) Japón (34%)	2 818 9 496	Mora: BPA, Canada Organic, Fair Trade
Harina de yuca	0%	0%	9 (+6%) ↑	EEUU (58%) Tailandia (12%)	1612 1858	Sub productos de yuca: Gluten free, Non GMO, orgánico, HACCP, Canada Organic, Fair Trade, Kosher
Chips de yuca	0%	0%	53 (+10%) ↑	EEUU (37%) China (20%)	ND	

Impuestos internos



GST (Goods and Services Tax)	5%	Se calcula sobre el valor de los productos, incluidos los impuestos especiales
Dependiendo de la provincia los productos deben pagar un impuesto armonizado/provincial de ventas por ejm: 8% (Ontario)		



Principales requisitos no arancelarios

- 1 La [Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos](#) (CFIA) regula los alimentos importados a Canadá, verifica etiquetas, empaques y su inocuidad.
- 2 Cumplir normas de etiquetado: [herramienta para la industria](#)
- 3 Cumplimiento de Ley de Alimentos Seguros para Canadienses (SFCA) y el Reglamento de Alimentos Seguros para Canadienses (SFCR), [ver línea de tiempo de aplicación](#). Regulación incluye: [licencias](#), [controles preventivos](#), [plan de control preventivo](#), [trazabilidad de los alimentos](#), [embalajes](#) y [normas y pautas de seguridad alimentaria](#).

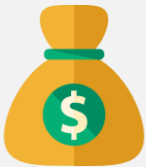
[Guía](#) paso a paso para exportar a Canadá.

*Arancel Nación Más Favorecida, que corresponde al arancel ordinario. **Arancel en aplicación del TLC Costa Rica-Canadá, para su aplicación debe aportarse el [certificado de origen](#) negociado en el marco del acuerdo, aranceles actualizados al 1-01-2020. CAGR calculados en el período 2015-2019. Fuente: World Tariff, Trademap y COMEX

Principales aspectos para el ingreso al mercado

Producto	Arancel NMF*	Arancel preferencial**	Miliones de USD importados 2019	Países proveedores 2019	Valor unitario USD/ton 2019	Principales certificaciones solicitadas
Cúrcuma	0%	0%	10 (+16%) ↑	India (63%) Perú (22%)	2 818 9 496	Cúrcuma: BPA, Global Gap (ámbito social y ambiental), Fair Trade
Harina de yuca	166 EUR/mt	0%	2 (+11%) ↑	Perú (28%) Ghana (21%)	4 219 1 174	
Chips de yuca	8,30% + 3.80 EUR/ 100 kg/net eda	0%	53 (+43%) ↑	EEUU (51%) Canadá (38%)	1 920 2 360	Sub productos de yuca: Gluten free, Non GMO, orgánico, HACCP, Fair Trade, IFS, EU Leaf (orgánico)

Impuestos internos



VAT	9%	Se calcula sobre el valor de los productos, incluidos los impuestos especiales
-----	----	--

Procedimiento de importación

- Procedimientos de importación de la UE
- Documentos para el despacho de aduana
- Procedimientos de importación y autoridades competentes para : Países Bajos



Principales requisitos no arancelarios

Deberá cumplirse con:

- Control de contaminantes en alimentos
- Control sanitario de alimentos de origen no animal
- Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos y piensos
- Etiquetado de alimentos
- Voluntario - Productos de producción ecológica
- Control de residuos de plaguicidas en alimentos de origen vegetal y animal (cúrcuma)

*Arancel Nación Más Favorecida, que corresponde al arancel ordinario. **Arancel en aplicación del Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea (AACUE), para su aplicación debe aportarse el [certificado de origen](#) negociado en el marco del acuerdo, aranceles actualizados al 1-01-2020. CAGR calculados en el período 2015-2019. Fuente: World Tariff , Trademap y COMEX



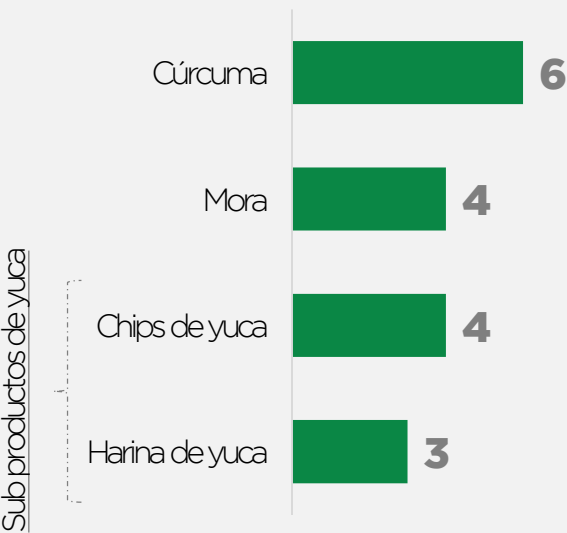
4. Experiencia de exportadores/productores de cúrcuma, sub productos de yuca y mora

Experiencia de exportadores/productores

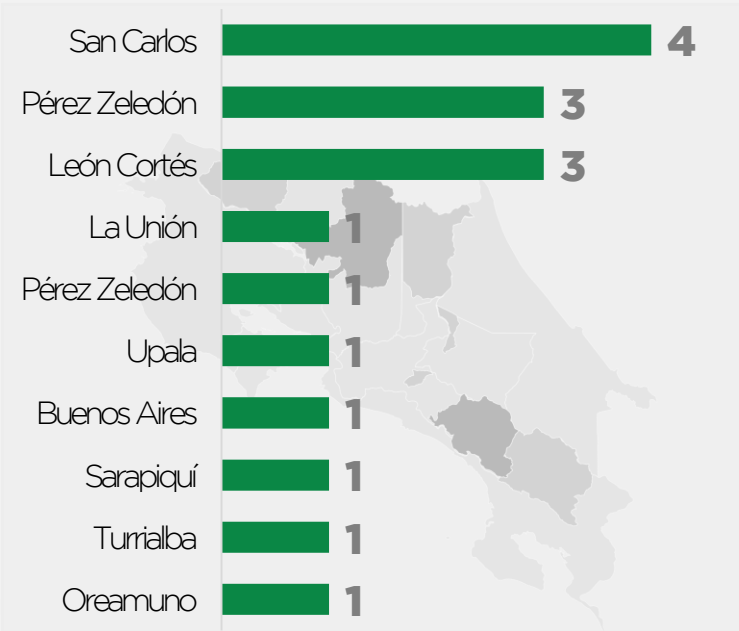


Metodología: se realizaron **17** entrevistas presenciales/telefónicas/formulario en línea en febrero-marzo 2020 a **gerentes y encargados comerciales y mercadeo** de organizaciones productoras/exportadoras de **sub productos de yuca, cúrcuma y mora en Costa Rica**, para conocer **características, retos y barreras** de la comercialización de estos productos.

Número de entrevistas por producto



Ubicación de la principal instalación de la empresa



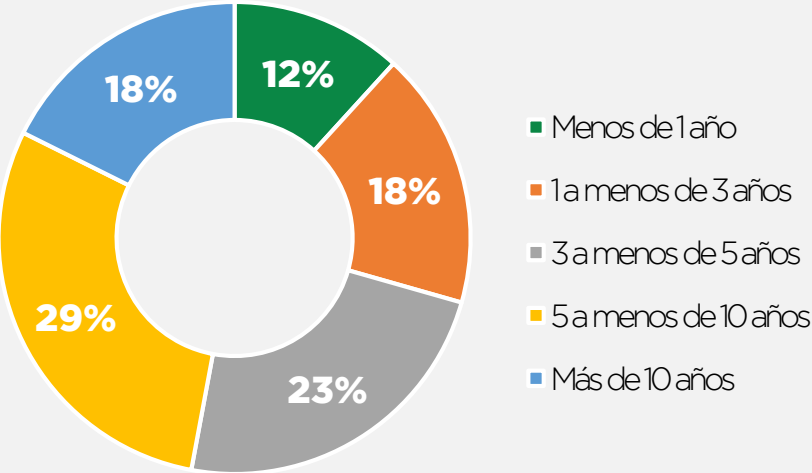
Cantón	¿Qué producto dispone su empresa?	Número de empresas
San Carlos	Sub productos de yuca (chips, harinas)	3
	Cúrcuma	1
Pérez Zeledón	Cúrcuma	4
León Cortés	Mora (fresca y/o procesada)	3
Oreamuno	Mora (fresca y/o procesada)	1
Turrialba	Sub productos de yuca (chips, harinas)	1
Sarapiquí	Sub productos de yuca (chips, harinas)	1
Buenos Aires	Cúrcuma	1
Upala	Sub productos de yuca (chips, harinas)	1
La Unión	Sub productos de yuca (chips, harinas)	1
Total general		17

n=17

Fuente: PROCOMER con base en entrevistas realizadas.

n=17

Años de producción

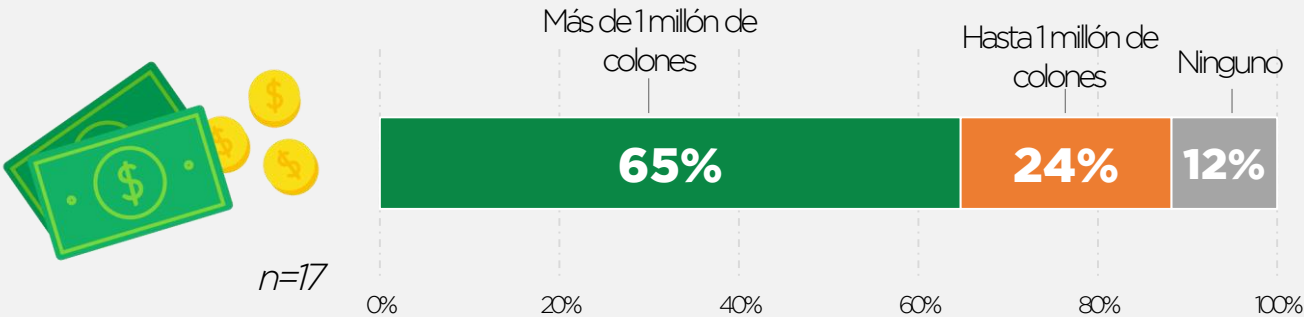


n=17

53% realiza la producción desde hace **5 años o menos**, principalmente en productos como cúrcuma y harina de yuca.

18% realiza la producción desde hace **más de 10 años**, principalmente en productos como cúrcuma y harina de yuca.

Ingresos mensuales y ventas



65% señala ventas mensuales por más de 1 millón de colones, principalmente con chips de yuca y mora. Aquellos que no reportan ventas corresponden a cúrcuma y harina de yuca.

41% indica que realiza envíos al exterior, en donde más de la mitad de su producción la exportan ya sea en forma directa o indirecta.

¿En dónde venden sus productos?*

(número de menciones)



*Para mayor información ir a la sección de cadena de comercialización, según producto. Fuente: PROCOMER con base en entrevistas realizadas.



Principales requisitos para la venta (número de menciones)



Destacan el **precio y la calidad** como los principales requisitos para la venta, en el caso de la calidad, hace referencia a que el producto debe **mantener la textura, el sabor y la forma**. **Precio competitivo-calidad** en el mercado local y **Calidad-precio competitivo** en el mercado internacional.

Dentro de las certificaciones voluntarias que disponen los productores se encontraron: **Buenas Prácticas Agrícolas**, BPA), **Buenas Prácticas de Manufactura** (BPM), **HACCP**, **CCA** y **BPA de la cadena de supermercados Walmart**.

Fuente: PROCOMER con base en entrevistas realizadas.

Certificaciones para la exportación (número de menciones)



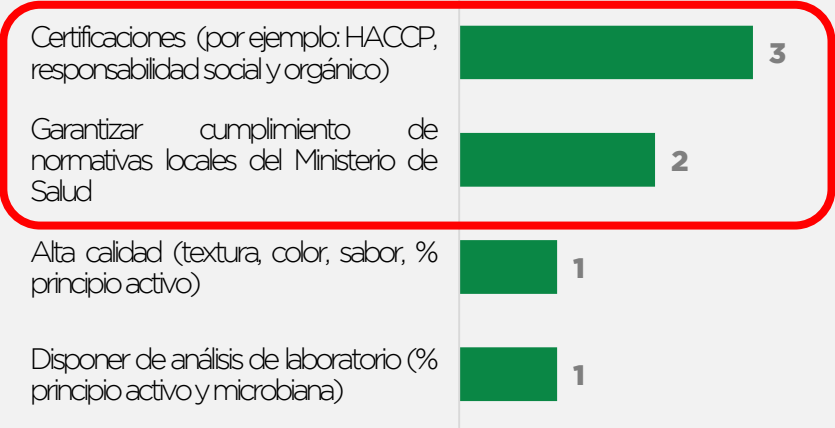
Destacan las certificaciones **Global Gap y orgánico**. Hay una tendencia creciente de productos que no son certificados orgánicos, pero que provienen de **agricultura sostenible**.

Barreras identificadas

Comercialización local	Exportación
Precios bajos para la venta en el mercado local	Falta de estandarización de procesos y acceso a tecnología para la producción
Cultura de consumo (asociado a que el consumidor adquiere en ocasiones fruta con mal manejo poscosecha).	Falta de certificaciones para la exportación (por ejemplo: Global Gap y orgánico)
Dificultad para la venta en nuevos canales.	No se disponen de requisitos fitosanitarios de acceso a mercados de su interés
Dificultades para dar a conocer el producto.	Volumen insuficiente
Vida útil en fresco es baja.	Altos costos de producción que inciden en precios más elevados que países competidores
Trámites con entidades públicas (ejemplo: hacienda, revisión de contenedores, etc) y acompañamiento técnico	Poco valor agregado debido a dificultades para el acceso a tecnologías y maquinarias para la producción.



Principales requisitos para la venta
(número de menciones)



- El garantizar el cumplimiento de las normativas del Ministerio de Salud, es mencionado por las empresas de **cosméticas y de la industria farmacéutica**.
- Producción de cúrcuma se combina con otros productos como **jengibre, hortalizas, café, yuca**, entre otros.

Tanto en la región Brunca como Huetar Norte, se encuentran empresas **certificadas orgánicas** que han realizado exportaciones principalmente al mercado europeo. Otros productores cuentan según número de menciones con las certificaciones: **BPA**, (2) **BPM** (2), **HACCP** (2), **Global Gap** (2) y **GRASP** (responsabilidad social de Global Gap (1), **Fair Trade** (1) y **FDA** (1).

* Por ejemplo: Fair Trade y GRASP. Fuente: PROCOMER

Certificaciones para la exportación
(número de menciones)

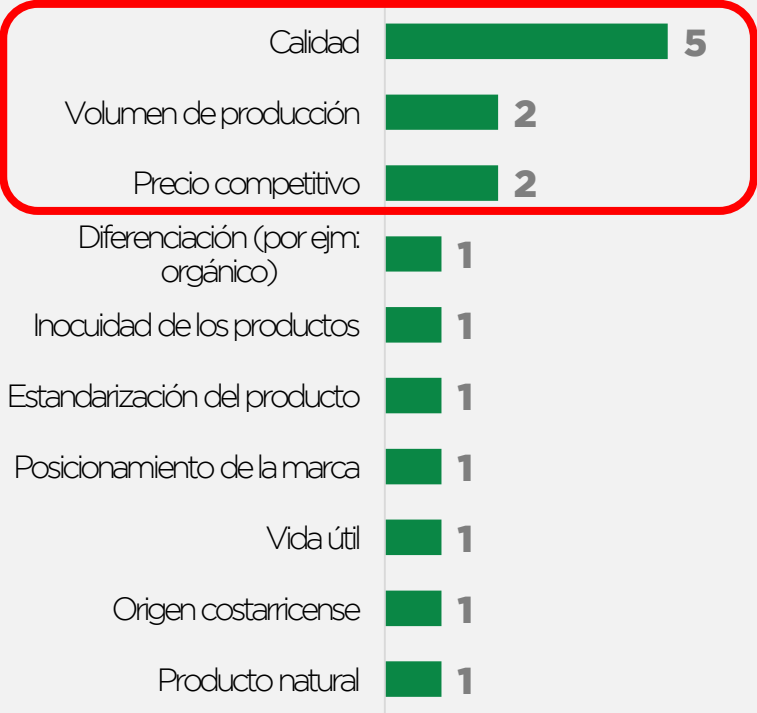


Barreras identificadas

Comercialización local	Exportación
Dificultades para la obtención de clientes	
Pocas opciones de valor agregado por falta de equipo y personal capacitado	
Tramitología (por ejm: registros sanitarios)	Competencia con precios bajos de países como India y Perú
Altos costos de producción	Carencia de requisitos fitosanitarios de acceso del producto fresco a países con interés como lo es EEUU
Dificultades para el acceso al financiamiento	Dificultades para la obtención de certificación orgánica, debe darse una mayor promoción del sector.
Asistencia técnica para la producción	Dificultades para participar obtener fondos RBA-O del Ministerio de Agricultura (factores administrativos y financieros de las empresas reducen posibilidades de acceso a los fondos)



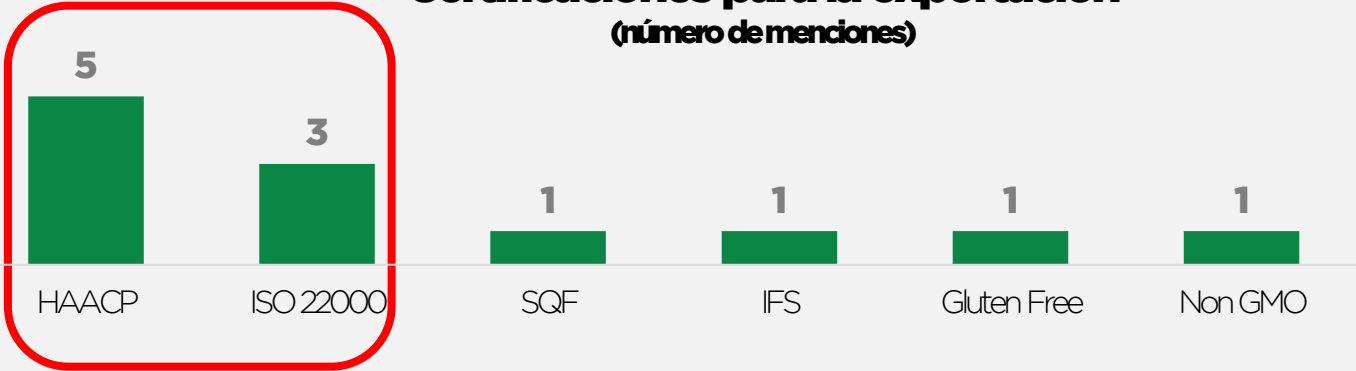
Principales requisitos para la venta (número de menciones)



La **calidad** es el aspecto más importante tanto para el los chips como la **harina**. En el caso de la **diferenciación** como orgánico es principalmente para el caso de la **harina de la yuca**.

Las principales con que cuentan actualmente las empresas son por mención: **BPM** (3), **HACCP** (2), **certificación orgánica** (2), y **Esencial Costa Rica** (2).

Certificaciones para la exportación (número de menciones)



Barreras identificadas

Comercialización local	Exportación
Falta de recursos para invertir en la empresa (por ejemplo: publicidad, certificaciones y equipo)	Hábitos de consumo en potenciales mercados de destino que no están sensibilizados con el consumo (por ejemplo: Caribe de habla inglesa)
Crecientes costos de producción (materias primas y mano de obra)	Competencia con países que tienen menores costos de producción y precios más bajos
Dificultad de acceso al financiamiento	Disponer de las certificaciones solicitadas por el mercado (por ejemplo: HACCP o ISO 22000)
Segmento del mercado es pequeño respecto a productos competidores	Obtención de clientes en mercados internacionales
Alta competencia de marcas en el país que genera lucha constante de precios	Inseguridad en el cobro de los pedidos

¿Qué diferencia al producto de Costa Rica?



Mora

- **Propiedades físicas y organolépticas** de la mora criolla respecto a la de países de zonas templadas, (alta presencia de antioxidantes).
- Variedades mejoradas brindan un **sabor diferenciado** y una **mayor duración en anaqueles**.



Cúrcuma

- **Responsabilidad social y ambiental** en la producción (posicionamiento como país “verde”)
- **Alto porcentaje de principio activo de curcumina** respecto a competidores (4% de CR vs 2% India en cúrcuma en polvo)
- **Clima y condición geográfica** beneficia calidad del producto



Sub productos de yuca

- Variedades de **alta calidad de la yuca dulce reconocida a nivel internacional** (para alimentación humana), pese a ello estamos ante países competidores con precios bajos y con cada vez mejor calidad.
- Producto costarricense es reconocido por la **responsabilidad social y ambiental**.
- Investigación a nivel nacional de **almidones resistentes** en las harinas, como **alimento prebiótico** y para la **prevención del cáncer** es promisorio.
- Presencia de producto con **certificación orgánica**
- **Estandarización e inocuidad** de los productos con valor agregado.
- **Posición geográfica** facilita la colocación del producto.

En resumen



	Mora	Sub productos de yuca	Cúrcuma
Tamaño de la demanda mundial (millones de USD, 2019 y CAGR 2015-2019)	4 192 (+7%)	1 864 (+2%)	296(+12%)
Principales importadores mundiales (participación %, 2019) y en el caso de chips de yuca países de comercialización, 2019.	EEUU (34%) Alemania (11%) Canadá (8%)	Harinas: EEUU (45%) Canadá (8%) Chips: Indonesia, India, Brasil	EEUU (12%) India (11%) Reino Unido (5%)
Principales competidores (participación %, 2019, y en el caso de chips de yuca países fabricantes, 2019)	España (18%) México (13%) EEUU (12%)	Harinas: Tailandia (23%), Perú (14%) y Brasil (12%) Chips: Indonesia, Brasil y Malasia	India (66%) Vietnam (5%) Myanmar (4%)
Principal categoría según total de lanzamientos 2015-2019	Alimentos (1 317 lanzamientos)	Chips de yuca (303 lanzamientos)	Alimentos (599 lanzamientos)
Principal subcategoría según promedio de lanzamientos 2015-2019	Bebidas calientes	NA	Snacks
Canal de distribución con mayor crecimiento de la categoría principal 2015-2019	Pedido postal/internet (+42%)	Harinas: tiendas herbodietéticas (+44%) Chips: tiendas herbodietéticas (+32%)	Pedido postal/internet (+63%)
Mercados identificados con potencial	EEUU (Miami)	EEUU, Canadá y Países Bajos	Canadá y Países Bajos



	Mora
Retos para la exportación	Factores administrativos y de asociatividad no han permitido el desarrollo sostenido de los negocios internacionales, además existen barreras como la falta de estandarización de procesos productivos, el acceso a tecnología para la producción, certificaciones internacionales los cuales dependen del mercado de destino, volúmenes insuficientes (que cumplan con estándares internacionales) y valor agregado, que inciden en la capacidad de exportación del país. Además, hay gran competencia con países como: México o europeos como España, Serbia, y Alemania, que compiten con grandes volúmenes y ya están posicionados en el mercado.
Oportunidades	Costa Rica dispone de variedades criollas de mora que cuentan con gran cantidad de antioxidantes que disponen de propiedades físicas y organolépticas que la diferencian de las de zonas templadas., con lo cual es posible desarrollo productos con valor agregado como alimentos y de cuidado personal y salud que puedan demostrar estas características. Se debe apuntar a un segmento nicho de consumidores de ingresos altos, y promover el producto fresco y procesado con atributos como: 1. Producto orgánico y sostenible. 2. Mostrar propiedades nutricionales de las variedades de mora costarricense. EEUU, específicamente en Miami, muestra potencial para su comercialización.



Cúrcuma

Retos para la exportación



Costa Rica es **poco conocido a nivel internacional** como productor de cúrcuma, lo cual dificulta el posicionamiento actual del producto. Además, Costa Rica **compite con países asiáticos** como **India o Vietnam** y a nivel **latinoamericano** con **Perú**, que disponen de grandes volúmenes a bajos precios. Otros retos incluyen, el **no contar con requisitos fitosanitarios del producto fresco** para la exportación a mercados con potencial (por ejemplo: EEUU) y **dificultades para la obtención de la certificaciones internacionales** (por ejemplo: orgánico, Global Gap u otras dependiendo del mercado), dificultades para **elaborar productos industrializados** a partir de cúrcuma , estas dos últimos aspectos se encuentran relacionados con la falta de capital de trabajo para desarrollarlos y la obtención de **análisis** de laboratorio que demuestren la presencia del principio activo.

Oportunidades



El país debe apostar por la **diferenciación** de la cúrcuma mediante la **certificación de la producción orgánica y de responsabilidad social y ambiental**. Las características de clima y suelo de Costa Rica, le dan a la cúrcuma un **alto porcentaje de principio activo**, (4% vrs 2% India) que es un factor diferencial de relevancia frente a los países competidores. Hay amplias oportunidades para el desarrollo de productos mediante alianzas público-privados que **fortalezcan el sistema inmunológico**, ya sea en **alimentos o para el cuidado de la salud**, la **combinación** con especias como la pimienta, permite potenciar la absorción de su principio activo. Potencial oportunidad para el desarrollo de curcumina de **origen natural** que pueda **reducir el uso de la artificial**. Se identificó **Canadá y Países Bajos** como potenciales mercados de destino de estos productos.



Sub productos de yuca

Retos para la exportación



Alta competencia de países que tienen menores costos de producción y precios bajos, principalmente en el **sureste asiático** (Tailandia y Camboya por ejemplo) y **Suramérica** (como el caso de Brasil), los cuales se asocian con yucas amargas que tienen altos rendimientos y precios bajos, lo cual tiene efecto tanto para las harinas como para los chips. En el caso de este último, deben **competir con grandes categorías** como los de papa o tortilla, lo cual tiende a dificultar su posicionamiento comercial.

Oportunidades



Desarrollo de productos que se identifiquen como de **origen natural** (procesamiento mínimo e ingredientes no artificiales) y **“fibras de”** para el caso de intolerancias corresponden a afirmaciones que continúan teniendo aceptación entre los consumidores. Por otro lado, la elaboración de productos que apelen a la **búsqueda del bienestar emocional**, para el caso de chips corresponde a una tendencia creciente. La investigación a nivel nacional de **almidones resistentes** en las harinas como **alimento prebiótico** y para la **prevención del cáncer** es promisorio.

Por otro lado, apelar por la **calidad de la yuca costarricense**, y la **diferenciación** mediante **certificaciones orgánica**, de **responsabilidad social y ambiental** permite optar por un segmento de nicho, y no por volumen como el caso de los países competidores.

Se determinó a **EEUU, Canadá y Países Bajos** como potenciales mercados de destino.



CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE MORA, CÚRCUMA Y SUB PRODUCTOS DE YUCA

Enrique Ulloa Leitón
Dirección de Inteligencia Comercial
Abril, 2020

