



Grandes cadenas de supermercados en Costa Rica

Efectos de su concentración sobre la producción agropecuaria y la nutrición

El crecimiento en el poder de mercado de las grandes cadenas de supermercados (GCS) ha generado inquietudes entre los actores de la economía agroalimentaria en Costa Rica. Ante este contexto, el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y el Instituto de Desarrollo Rural de Costa (INDER) solicitaron a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) desarrollar un análisis de la situación. La solicitud se enfocaba en los posibles efectos de la concentración del mercado agroalimentario en la producción agropecuaria y el acceso de los agricultores familiares a los mercados. El énfasis se puso en el mercado de las frutas y hortalizas dada su importancia para una amplia base de pequeños y medianos productores. La FAO, por su parte, accedió a realizar dicho estudio y, además, recomendó agregar en él un tercer componente: los posibles efectos en los patrones de consumo de la población, con su respectivo impacto en la nutrición y la salud. Además, en el proceso de desarrollo del estudio surgió la necesidad de plantearse preguntas sobre el papel que podrían desempeñar las compras institucionales de alimentos como mecanismo de compensación. A continuación, se presenta un resumen de los principales hallazgos del estudio.



MENSAJES CLAVE

- Promover una competitiva diversidad de mercados para frutas y hortalizas es de alta prioridad ante la concentración en uno de los principales canales de comercialización.
- El auge de los supermercados no ha reducido la creciente epidemia del sobrepeso y la obesidad en el país.
- El Programa de Abastecimiento Institucional representa una opción estable para el acceso al mercado por parte de pequeños y medianos productores, quienes, serían los más afectados en el proceso de concentración.

Canales de comercialización de frutas y hortalizas y el impacto de su posible concentración

El estudio hace énfasis en el posible proceso de concentración del mercado de frutas y hortalizas por parte de las grandes cadenas de supermercados (GCS), y el impacto sobre los pequeños productores y sus sistemas tradicionales de intermediación.

Diversidad de canales comerciales para el acceso a frutas y hortalizas

El consumidor en Costa Rica accede a frutas y hortalizas a través de una diversidad de canales comerciales que se adaptan a las preferencias de compra. Entre las principales cadenas de comercialización se encuentran las ferias del agricultor, verdulerías independientes y supermercados; sin embargo, mini-supermercados, ventas ambulantes, pulperías, etc., suman una importante porción en la preferencia de compra.

Existe una concentración del mercado abastecido por los supermercados

Los supermercados se han convertido en uno de los modelos de comercialización favoritos para la compra de frutas y hortalizas, impulsados por el crecimiento de las GCS. La proporción del mercado abastecida por los supermercados presenta una alta concentración, medida por número de locales. La cadena Walmart domina esta porción del mercado, con un crecimiento en el periodo 2011-2020 que duplica la media del resto de competidores.

Las cadenas de supermercados establecen sus precios de compra basados en los precios reportados por el PIMA

Los precios reportados por el Programa Integral de Mercadeo Agropecuario (PIMA) en el Centro Nacional de Abastecimiento y Distribución de Alimentos (CENADA), son la referencia para la negociación de precios en los distintos canales de comercialización de frutas y verduras. El conocimiento sobre cómo se establecen los precios dentro del CENADA y su monitoreo, es de gran importancia para la dinámica comercial del mercado de frutas y hortalizas.

Solamente Walmart realiza intercambios de frutas y hortalizas a nivel centroamericano

La cadena Walmart reporta que aplica una política general de utilizar 80% de producto nacional y 20% de producto importado. Pese a los cambios en los canales de comercialización de los últimos años, y al aumento de la presencia de grandes minoristas en el país, no se aprecia un incremento sustancial en la importación de frutas y hortalizas que son tradicionalmente producidas en el territorio nacional.

Productores y el sector minorista tradicional perciben efectos negativos

Tanto el sector minorista tradicional como los proveedores de frutas y hortalizas tienen dificultad para operar en el mercado de supermercados ante el poder ejercido por las grandes cadenas. Estas últimas pueden beneficiarse de descuentos por volumen, la centralización de los productos y el manejo de economías de escala y alcance. Los pequeños y medianos productores entrevistados—como parte del estudio—perciben que la concentración de supermercados en pocas manos es perjudicial, especialmente porque existe una política de exigencia de precios bajos, los cuales no se reflejan en los puntos de venta.

El tipo y tamaño de productor limita la posibilidad de proveer a las GCS

Proveer a las GCS no está al alcance de todos los productores, y su crecimiento desmedido reduciría las opciones de mercado de las personas y las familias que dependen de la producción de frutas y hortalizas para su subsistencia. Ante ello, la diversidad de mercados para los diferentes productores del país se torna esencial.

El reto de la fragmentación productiva

Una base productiva tan distribuida entre pequeños y medianos productores supone -para los productores- el gran reto de acumular el poder de mercado suficiente para negociar con las GCS. El mismo efecto se observa en la negociación para el acceso a insumos, tecnología y capacitación.

La intermediación, la operación centralizada y la venta de marcas exclusivas afectan el acceso al mercado

La intermediación a lo largo de la cadena agroalimentaria y la operación centralizada por parte de las GCS generan ineficiencias en los sistemas de operación de los pequeños y medianos productores. Las prácticas de venta exclusiva de marcas propias por parte de las GCS pueden restar competitividad dentro del sector agropecuario.

RECOMENDACIONES

1. Fortalecer los canales de mercado con que cuentan actualmente los productores de frutas y hortalizas en el país.
2. Promover acciones que reduzcan las ineficiencias y desequilibrios en el acceso a la comercialización (tales como intermediación, bajo poder de mercado por alto fraccionamiento productivo, centralización de mercados y barreras de acceso al mercado).
3. Incentivar la investigación en el mercadeo agropecuario, especialmente de frutas y hortalizas, dada su importancia para la amplia base de pequeños y medianos productores que dependen de ella para su subsistencia.
4. Promover un ambiente positivo, justo y competitivo en la comercialización de frutas y vegetales en el país.



Impacto de la concentración en los patrones de consumo y la nutrición de la población

Otro elemento clave – en estudio – es identificar las tendencias en el comportamiento alimentario del consumidor, principalmente las que pueden estar relacionadas con la oferta de los mercados abastecidos por las GCS, y que podrían llevar al consumidor a tener una dieta menos equilibrada y saludable.

Gasto global en alimentos crece mientras que la brecha del gasto entre zona rural y urbana se reduce

La mayor proporción del gasto en Costa Rica está orientada hacia los productos de origen animal (carnes y lácteos), seguidos de productos con alto contenido en almidón y azúcares. El grupo de frutas ha tendido a aumentar su proporción relativa ligeramente, pero su peso en la distribución total continúa siendo bajo.

Vacío de información sobre el consumo real de alimentos

El país carece de información actualizada sobre el consumo real de alimentos a escala nacional y en la población general o estratifica según región, zona (rural o urbana) o nivel socioeconómico. Esta limitación dificulta la identificación de acciones estratégicas y la asignación de recursos para atender los crecientes problemas de alimentación y nutrición.

Hábitos alimentarios que conllevan a altos niveles de sobrepeso y obesidad

La información disponible sobre la ingesta de alimentos indica que los hábitos alimentarios en Costa Rica son poco variados y con un insuficiente consumo de leguminosas, frutas, verduras no harinosas y pescado. Esto ha derivado en una dieta que está lejos de cumplir con las recomendaciones de las Guías Alimentarias Basadas en Alimentos (GABA) para Costa Rica.

La dieta ha repercutido en el estado nutricional de la población, tanto en la reducción de los niveles reducidos de desnutrición, como en la tendencia al crecimiento del sobrepeso y obesidad en todos los grupos de edad de la población. La dieta actual se ha convertido en el mayor riesgo de muerte asociado a la conducta o comportamiento, superando al tabaco, alcohol y al uso de drogas.

Ferias del agricultor destacan en la preferencia de compra

Los supermercados se han convertido en el principal tipo de establecimiento de compra de una gran mayoría de productos alimentarios en los hogares costarricenses. Se destaca – en el estudio – que las frutas y hortalizas son adquiridas en otros establecimientos (verdulerías, ferias del agricultor, tramos, etc.) por una gran parte de la población. Los resultados de una encuesta realizada en el cantón de Zarcero corroboran la preferencia en el supermercado; sin embargo, un 77% de los entrevistados también realiza sus compras en la feria del agricultor.

El auge de los supermercados no ha reducido el crecimiento del sobrepeso y la obesidad

Dado el crecimiento de las GCS en los últimos 20 años y a su preferencia por parte de los consumidores; estas han tenido un rol importante en la modelación de la dieta actual y los efectos de la misma. Si bien no existe información suficiente para establecer una correlación estadística, lo cierto es que el aumento de la presencia de las GCS no ha reducido la creciente epidemia del sobrepeso y la obesidad en el país. Una hipótesis sería que, más bien, la ha incrementado en la medida que se han convertido en el principal lugar de compra de la gran mayoría de productos alimentarios. Sin embargo, se hace necesaria una mayor investigación para determinar y medir este efecto.

Los supermercados como actores claves para una dieta saludable

Dada la importancia de los supermercados para el acceso de los alimentos por parte de la población en Costa Rica, se vuelve fundamental el trabajo conjunto con diferentes actores gubernamentales y no gubernamentales para promover un entorno de comercialización de alimentos que conduzca a una dieta más saludable. Se debe tener presente que los supermercados no deben ser vistos solo en términos de su presencia física y geo-local (disponibilidad) o en los precios a los que ponen a la venta los alimentos (asequibilidad), sino también en cómo hacen que los alimentos sean deseables.

RECOMENDACIONES

1. Revisar, implementar y crear políticas coherentes que faciliten opciones para una dieta saludable y permitan redoblar esfuerzos para enfrentar el sobrepeso y la obesidad en la población del país.
2. Realizar un acercamiento con las cadenas de supermercados y demás distribuidores de alimentos a fin de implementar acciones estratégicas que promuevan una dieta más saludable y sostenible. Se deberá dar más importancia al rol de los minoristas a la hora de hacer que los alimentos saludables sean más deseables.
3. Reducir, a través de la investigación, la brecha informativa sobre el consumo real de alimentos existente en el país, y fomentar el monitoreo y evaluación de las políticas públicas específicas y sensibles a la nutrición.

Compras institucionales de alimentos ante la concentración del mercado agroalimentario

Es importante que los programas de compras públicas de alimentos puedan convertirse en un instrumento de apoyo a los pequeños productores que están siendo afectados en el proceso de concentración de los mercados de alimentos por parte de las GCS. Además, pueden promover una dieta más saludable, biodiversa y sostenible.

El PAI representa una opción estable para el acceso al mercado por parte de pequeños y medianos productores

Las compras públicas de alimentos, operadas por el Programa de Abastecimiento Institucional (PAI), representan un mecanismo real y sustantivo para el acceso y la estabilidad en el mercado por parte de los pequeños y medianos productores de alimentos. Dados los rápidos cambios en la dinámica de comercialización, y principalmente la creciente concentración por parte de las GCS, estos productores tienden a quedar excluidos.

El PAI ha abierto oportunidades de mercado durante el auge de los supermercados en el país

El aumento de proveedores en diversos territorios del país en los últimos años, testimonian que el PAI ha abierto oportunidades de mercado prioritariamente a pequeños productores (en micro y pequeñas agroempresas, u organizados en empresas de economía social). Esto significa un impulso para los agentes más vulnerables dentro de la comercialización agropecuaria. A la vez, se trata de un patrón que surge al mismo tiempo que han ganado terreno las grandes cadenas de supermercados en Costa Rica. Se debe recordar que estas grandes cadenas no se adaptan a la diversidad de pequeños y medianos productores del país, lo cual no deja de ser un aspecto interesante.

Existe espacio para incorporar una mayor cantidad y diversidad de productores

Dado el amplio umbral de crecimiento del PAI, existe espacio suficiente para la incorporación de una mayor cantidad y diversidad de productores agropecuarios; así como para reducir las desigualdades en la distribución de los beneficios del mercado en los diversos territorios del país, en especial donde la concentración es más marcada.

El PAI como promotor de una dieta saludable, biodiversa y sostenible

El PAI representa una oportunidad en diversos sentidos. El Programa tiene el potencial para incentivar la demanda de productos que aumenten la diversidad en la dieta, incluidos aquellos de la agrobiodiversidad autóctona. Asimismo, para promover una dieta saludable y sostenible para los diversos grupos atendidos por la institucionalidad gubernamental. Esto puede ser clave principalmente para los grupos en situación de alta vulnerabilidad social que se ven fuertemente afectados por enfermedades relacionadas a la malnutrición.

RECOMENDACIONES

1. Fortalecer el Programa de Abastecimiento Institucional mediante servicios de apoyo a los pequeños y medianos productores para facilitar su ingreso al mercado institucional. Esto manteniendo el objetivo social que caracteriza al programa, reforzando el enfoque local, el porcentaje de cobertura de la demanda por tamaño de agroempresa y tomando en cuenta las divergencias y desigualdades intraterritoriales e intrarregionales dentro del Programa.
2. Fomentar políticas interinstitucionales que aprovechen los vínculos entre la demanda institucional y la oferta para incentivar la incorporación de una mayor diversidad de productos agropecuarios, incluidos aquellos ligados a la agrobiodiversidad del país. Esto permitiría: incrementar los nichos de desarrollo de productos a través de la pequeña agroempresa; promover la diversidad de la dieta y mejorar la alimentación, incidiendo en los grupos de población que no son parte directo del mismo.

El estudio *Grandes cadenas de supermercados en Costa Rica. Efectos de su concentración sobre la producción agropecuaria y la nutrición* ha sido realizado por la División de Economía Agroalimentaria de la FAO en Roma (ESA).

Bajo la supervisión técnica de Marco V. Sánchez (ESA), las aportaciones iniciales realizadas por los consultores nacionales Rodolfo Rodríguez Calvo y Carlos Enrique Monge, consolidadas y complementadas por Diego Fallas Conejo, han permitido completar este informe.

DESCARGUE EL ESTUDIO: www.fao.org/3/cb4509es/cb4509es.pdf



Algunos derechos reservados. Esta obra está bajo una licencia de [CC BY-NC-SA 3.0 IGO](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo/)

