



BOGOTÁEXPORTA
POR LA DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS

**OPORTUNIDADES
COMERCIALES**
PERFUMES Y AGUAS DE TOCADOR
EN
COSTA RICA

Dirección general

María Fernanda Campo Saavedra

Presidenta Cámara de Comercio de Bogotá

Luz Marina Rincón Martínez

Vicepresidenta Ejecutiva

María Isabel Agudelo

Vicepresidenta de Competitividad Empresarial

Equipo Técnico

Juan Guillermo Castro

María Mónica Conde

Vilma Cecilia Amaya

Andrea Paola Castañeda

Adriana Castillo

Miguel Espinosa

Angela Rocío Maldonado

Sandra Rocío Parada

Claudia Vergara

Cámara de Comercio de Bogotá

Carlos Ronderos

Ronderos y Cárdenas Ltda.

ISBN

978-958-688-312-2

Bogotá, 2010

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|-----------|
| I. RESUMEN EJECUTIVO. | 1 |
| II. INTRODUCCIÓN. | 2 |
| 1 ANÁLISIS CUANTITATIVO | 3 |
| 1.1 INFORMACIÓN SOCIOECONÓMICA DEL PAÍS | 3 |
| 1.1.1 Población. | 3 |
| 1.1.2 Producto Interno Bruto - PIB | 4 |
| 1.1.2.1 Variación PIB (porcentual y en valor USD). | 4 |
| 1.1.2.2 PIB per cápita. | 5 |
| 1.2 INFORMACIÓN COMERCIAL PAÍS | 6 |
| 1.2.1 Importaciones | 6 |
| 1.2.1.1 Valor de importaciones. | 6 |
| 1.2.1.2 Socios comerciales del país, para el subsector. | 7 |
| 1.2.1.3 Estructura importadora (principales productos) y la participación sectorial en las cifras de importación del subsector. | 8 |
| 1.2.2 Exportaciones | 9 |
| 1.2.2.1 Valor de exportaciones. | 9 |
| 1.2.2.2 Socios comerciales del país para el subsector. | 10 |
| 1.2.3 Comportamiento sectorial | 11 |
| 1.2.3.1 Balanza comercial para el subsector específico. | 11 |
| 1.2.3.2 Dinámica comercial de las importaciones del subsector (Cantidades). | 11 |
| 1.2.3.3 Descripción de la producción nacional del subsector. | 12 |
| 1.2.4 Productos potenciales. | 13 |
| 2 ANÁLISIS CUALITATIVO | 15 |
| 2.1 CLIMA COMERCIAL | 15 |
| 2.1.1 Acuerdos comerciales de los cuales se beneficia el subsector | 15 |
| 2.1.2 Socios comerciales del subsector. | 17 |
| 2.1.3 Barreras comerciales. | 19 |
| 2.1.3.1 Cuotas. | 19 |
| 2.1.3.2 Normas técnicas. | 19 |
| 2.1.3.3 Etiquetado | 19 |
| 2.1.3.4 Licencias. | 20 |
| 2.1.3.5 Normas fitosanitarias. | 20 |
| 2.1.3.6 Ayudas gubernamentales e incentivos a la industria nacional. | 21 |
| 2.1.4 Estructura arancelaria para el subsector. | 21 |
| 2.1.5 Trámites Registro Sanitario. | 23 |
| 2.1.6 Análisis de importaciones vs. Producción local. | 24 |
| 2.1.7 Trámites para la creación de empresas. | 24 |
| 2.1.8 Impuestos y otras Imposiciones. | 26 |
| 2.1.9 Período de compra, tendencias y gustos de los consumidores. | 27 |
| 2.1.10 Estrategia de mercadeo de la competencia. | 28 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2 COMPRADORES/IMPORTADORES | 29 |
| 2.2.1 Relación de los importadores locales del subsector. | 29 |
| 2.2.2 Importadores. | 30 |
| 2.2.3 Productos importados. | 31 |
| 2.2.4 Márgenes de utilidad del comprador/importador. | 32 |
| 2.2.5 Proceso logístico | 32 |
| 2.2.5.1 Proceso logístico para el importador. | 32 |
| 2.2.5.2 Principales carreteras. | 39 |
| 2.2.5.3 Oferta logística local. | 39 |
| 2.2.5.4 Requisitos para importar muestras sin valor comercial | 41 |
| 2.2.6 Percepción del producto colombiano. | 42 |
| 2.2.7 Condiciones de compra y pago. | 42 |
| 2.3 ANÁLISIS SECTORIAL E INDUSTRIAL | 43 |
| 2.3.1 Tendencias sectoriales. | 43 |
| 2.3.2 Perspectivas y oportunidades para los productos de Bogotá y la región | 43 |
| 2.3.3 Productos, marcas, precios y empresas líderes en el mercado. | 44 |
| 2.3.4 Canales de distribución. | 45 |
| III. CONCLUSIONES | 46 |

LISTA DE GRÁFICAS

| | |
|---|----|
| <i>Gráfica 1. Pirámide poblacional de Costa Rica 1986 y 2006.</i> | 3 |
| <i>Gráfica 2. Participación porcentual de origen de importaciones de Perfumes y Aguas de Tocado Subpartida 3303.00.00.00 en 2009.</i> | 8 |
| <i>Gráfica 3. Márgenes de utilidad del importador/ distribuidor.</i> | 32 |
| <i>Gráfica 4. Trámites de nacionalización de la mercancía.</i> | 37 |
| <i>Gráfica 5. Canales de distribución</i> | 45 |

LISTA DE CUADROS

| | |
|--|----|
| <i>Cuadro 1. Producto Interno Bruto gastos y precios corrientes. 2006-2009.</i> | 4 |
| <i>Cuadro 2. PIB per cápita.</i> | 5 |
| <i>Cuadro 3. Importaciones totales de Costa Rica desde el mundo. USD Dólares.</i> | 6 |
| <i>Cuadro 4. Importaciones costarricenses de la subpartida arancelaria 3303.00.00.00. 2006-2009.</i> | 7 |
| <i>Cuadro 5. De las Principales Importaciones de Productos Pertenecientes al Capítulo 33- Aceites Esenciales y Resinados.</i> | 9 |
| <i>Cuadro 6. Exportaciones totales de Costa Rica al mundo. USD Dólares.</i> | 10 |
| <i>Cuadro 7. Exportaciones totales de Costa Rica al mundo. 2006-2009. Subpartida 3303.00.00.00.</i> | 10 |
| <i>Cuadro 8. Balanza comercial de Costa Rica con el mundo. 2006-2009. Subpartida 3303.00.00.00 Perfumes y Aguas de Tocado.</i> | 11 |
| <i>Cuadro 9. Dinámica de las importaciones totales. 2006-2009. Subpartida 3303.00.00.00. Kilogramos.</i> | 12 |
| <i>Cuadro 10. Resumen general de industria según CIIU, división y clase</i> | 13 |
| <i>Cuadro 11. Subpartida 3003.00.00.00. Importaciones costarricenses desde Colombia y el mundo. Exportaciones al mundo desde Colombia y la región Bogotá. USD.</i> | 18 |
| <i>Cuadro 12. Arancel aplicable.</i> | 22 |
| <i>Cuadro 13. Trámites para la creación de empresa en Costa Rica.</i> | 24 |

I. RESUMEN EJECUTIVO.

El sector de perfumes y aguas de tocador en Costa Rica representa un mercado potencial para la industria internacional y en especial para la de Bogotá y la Región. El mercado de Costa Rica es netamente importador, por lo tanto, en el presente estudio se tendrán en cuenta la oferta, y las variables que afectan el acceso al mercado, además comparar el comportamiento de éstas, con las variables de mercadeo que han incidido en el aumento del consumo de dichos productos en el país centroamericano.

El estudio de mercado da a conocer los productos potenciales de exportación desde la región de Bogotá hacia Costa Rica, se describe el tipo de distribuidor interesado en importar cada uno de los productos objeto de estudio en este caso perfumes y aguas de tocador. De la misma manera, se da a conocer al empresario de Bogotá cuales son los períodos de compra de los perfumes y aguas de tocador, como las temporadas de venta, ya que estos productos son adquiridos en ocasiones especiales como navidad y día de la madre; en los períodos intermedios los canales de venta hacen descuentos y liquidan el excedente de inventario, creando rotación de productos.

Como consecuencia de la baja producción nacional el mercado se ve dominado por productos de marcas europeas y americanas que son asociadas con calidad y prestigio. Algunos productos de esas marcas son elaborados bajo licencia en Guatemala como son los casos de Avon, Ebel y Revlon. Las marcas europeas fabricadas en Guatemala y que en muchas ocasiones son los proveedores del mercado en Costa Rica, están orientadas hacia un mercado de precios bajos, con fragancias más accesibles, en muchas ocasiones compiten al mismo nivel de marcas americanas, usando como estrategia las tendencias de la moda. En la categoría general de cosméticos, ya sea maquillaje o perfumes y aguas de tocador, Avon es la marca de belleza más demandada en el país, seguida por Ebel y Revlon.

II. INTRODUCCIÓN.

El presente estudio presenta las principales características del mercado de perfumes y aguas de tocador en Costa Rica, las cuales fueron identificadas con el objeto de ofrecer a los empresarios de Bogotá y la Región información relevante para internacionalizar su actividad.

Después de realizar una preselección de partidas arancelarias, teniendo en cuenta el volumen y dinámica de las importaciones de Costa Rica y de la existencia de oferta exportable de Bogotá y su Región, la Cámara de Comercio de Bogotá seleccionó la subpartida 3303.00.00.00, correspondiente a *Perfumes y Aguas de Tocador*, para realizar el diagnóstico de las posibilidades que tienen los productos pertenecientes al sector Cosmético en el mercado de Costa Rica.

La metodología utilizada para realizar el diagnóstico inició con la selección a seis (6) dígitos de las subpartidas de mayor importancia en este sector en la canasta importadora de Costa Rica; posteriormente se analizó el comportamiento dentro de la partida a ocho (8) dígitos, para identificar los rubros de importación que más pesaban en el sector. Para las posiciones arancelarias que más importa Costa Rica, se verificó si existía producción en Bogotá y su Región, y finalmente se hizo un análisis del mercado potencial de estos productos en dicho país. Todo lo anterior, se realizó con el fin de ofrecer a las empresas un insumo que les permita incursionar en el mercado costarricense con mayor agilidad y facilidad.

El presente estudio está dividido en dos partes: la primera realiza un análisis cuantitativo del mercado destino, especificando información de la situación socio-económica y comercial del país y la segunda, realiza un análisis cualitativo del mercado de los productos de la subpartida seleccionada, teniendo en cuenta el clima comercial, los compradores o importadores y la situación sectorial e industrial.

1 ANÁLISIS CUANTITATIVO

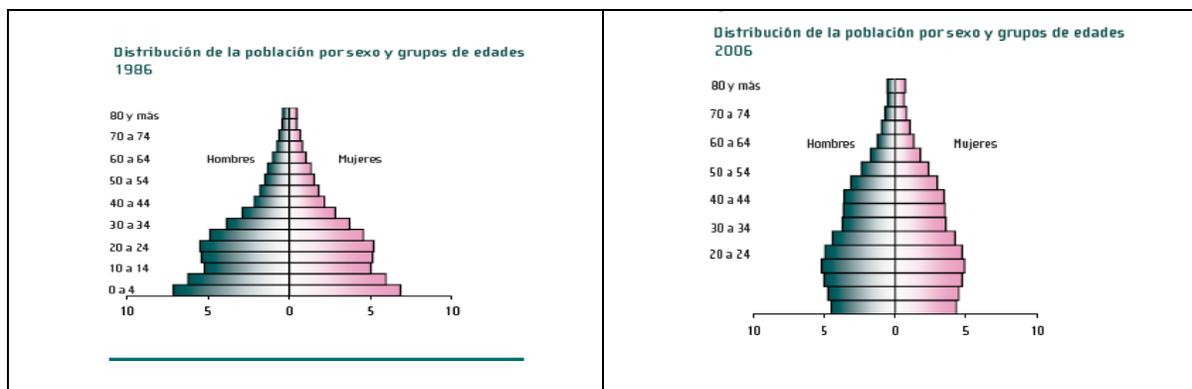
1.1 INFORMACIÓN SOCIOECONÓMICA DEL PAÍS

1.1.1 Población.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica, su población actual es de 4'451.205 habitantes (cifras a 2008); de los cuales 2'258.500 son hombres, y 2'192.705 son mujeres. La tasa de crecimiento poblacional anual ha descendido de 1,5% en 2005 a 1,4% en 2008. Vale la pena resaltar la preocupación del gobierno con la creciente inmigración de ciudadanos nicaragüenses en los últimos años, que oscila entre los 300.000 a 500.000 personas.

El análisis de las cifras de 2006 realizado por el Instituto de Estadísticas y Censos de Costa Rica - INEC muestra un cambio significativo en la pirámide poblacional por edades en el período comprendido entre 1986 y 2006.¹ Como puede apreciarse en la Gráfica 1, la población costarricense se ha envejecido y para 2006 el porcentaje de población entre los 0 y 10 años había disminuido, mientras el grupo poblacional entre 20 y 30 años de edad creció.

Gráfica 1. Pirámide poblacional de Costa Rica 1986 y 2006.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica - INEC

Es previsible que con esta estructura varíen los patrones de consumo de Costa Rica, demandando bienes de manera más acordes con las necesidades de los

¹ INEC (2007); **Panorama Demográfico**, BOLETIN ANUAL, Volumen 1, Año 1. P.7

grupos poblacionales en crecimiento, esto es, aquellos que se encuentran entre los 20 y los 30 años de edad. También es importante anotar que el grupo mayor a treinta años también ha venido creciendo y ello resultará en una mayor demanda por servicios y una mayor demanda de bienes relacionados con vivienda, medicamentos y bienes de consumo.

1.1.2 Producto Interno Bruto - PIB

1.1.2.1 Variación PIB (porcentual y en valor USD).

A precios corrientes², según el Banco Central de Costa Rica, el Producto Interno Bruto tuvo comportamiento creciente en los años 2007 y 2008, con tasas del 18% y 13% anual, respectivamente. Sin embargo, para 2009 la desaceleración de la economía mundial repercutió en la economía costarricense, que tuvo un decrecimiento de 2%. Para 2010, de acuerdo con las proyecciones realizadas por el Banco Central de Costa Rica, se prevé una ligera recuperación con un modesto crecimiento del 2,6%. Una caída en la formación de capital y en el sector externo³ son las principales causas de la contracción para 2009.

Cuadro 1. Producto Interno Bruto gastos y precios corrientes. 2006-2009.

| PRODUCTO INTERNO BRUTO Y GASTO A PRECIOS CORRIENTES | | | | | | | |
|---|--------|--------|---------------------------------|--------|---------------------------------|--------|---------------------------------|
| En Millones de US\$ Dólares | | | | | | | |
| PRODUCTO INTERNO BRUTO | 2006 | 2007 | Tasa de Crecimiento 2006 - 2007 | 2008 | Tasa de Crecimiento 2007 - 2008 | 2009 | Tasa de Crecimiento 2008 - 2009 |
| Producto interno bruto a precios básicos | 20.275 | 23.517 | 17% | 26.694 | 14% | 26.640 | -0,2% |
| Más: Impuestos sobre los productos y las importaciones (netos de subvenciones) | 2.357 | 2.915 | 25% | 3.253 | 12% | 2.747 | -16% |
| Menos: Subvenciones sobre los productos | 103 | 110 | 8% | 100 | -10% | 90 | -10% |
| Igual: Producto interno bruto a precios de mercado | 22.529 | 26.322 | 18% | 29.847 | 13% | 29.297 | -2% |
| GASTO DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO | | | | | | | |
| Gasto de consumo final | 17.962 | 21.094 | 19% | 24.521 | 16% | 25.234 | 3% |
| Gasto de consumo final de los hogares | 14.913 | 17.590 | 19% | 20.237 | 15% | 20.263 | 0% |
| Gasto de consumo final del Gobierno General | 3.050 | 3.504 | 16% | 4.285 | 22% | 4.971 | 16% |
| Formación bruta de capital fijo | 4.485 | 5.737 | 29% | 6.949 | 21% | 6.087 | -12% |
| Variación de existencias | 1.466 | 755 | -48% | 1.265 | 67% | -2.054 | -262% |
| Exportaciones de bienes y servicios | 11.068 | 12.821 | 17% | 13.604 | 6% | 12.574 | -8% |
| Exportaciones de bienes F.O.B. | 8.233 | 9.417 | 16% | 9.614 | 2% | 8.901 | -7% |
| Exportaciones de servicios | 2.835 | 3.404 | 21% | 3.990 | 17% | 3.673 | -8% |
| Menos: Importaciones de bienes y servicios | 12.453 | 14.086 | 14% | 16.491 | 17% | 12.545 | -24% |
| Importaciones de bienes F.O.B. | 10.830 | 12.259 | 14% | 14.586 | 19% | 10.882 | -25% |
| Importaciones de servicios | 1.624 | 1.827 | 14% | 1.905 | 4% | 1.662 | -13% |
| Igual: Producto interno bruto a precios de mercado | 22.529 | 26.322 | 18% | 29.847 | 13% | 29.297 | -2% |

p/ Cifras preliminares

Fuente: Banco Central de Costa Rica

² Equivalen a los precios vigentes en el mercado.

³ El sector externo se refiere a la economía a nivel mundial que se contrajo a causa de la crisis en Estados Unidos a finales de 2008.

1.1.2.2 PIB per cápita.

El ingreso per cápita resulta ser una variable fundamental en el análisis de mercado, pues muestra la capacidad de compra de la población. En el caso costarricense, se observa que se trata de un país cuya población tiene un alto poder adquisitivo y que éste ha venido creciendo de manera sostenida a través del tiempo, a excepción de una leve contracción en período de 2008 a 2009 de 3%.

Como puede verse en el Cuadro 2, el PIB per cápita en dólares en Costa Rica, alcanzó para el año 2008 la cifra de USDD6.706, lo que significó un crecimiento del ingreso per cápita de 12%. Lo contrario ocurrió en el año 2009, donde se presenta un decrecimiento del 3%. Pese a esta caída, Costa Rica goza de un ingreso per cápita alto, lo cual lo hace atractivo para las exportaciones de Perfumes y Aguas de Tocador de Bogotá y la Región. Lo que convierte en uno de los países con el ingreso per cápita más alto en la región centroamericana, en comparación con países como Guatemala y El Salvador que tienen ingreso per cápita de USD 1.735 y USD 3.524 dólares respectivamente.

Cuadro 2. PIB per cápita.

| Año | PIB per cápita (USD) | Variación % |
|-------------|---------------------------------|--------------------|
| 2006 | 5.081 | 20% |
| 2007 | 5.997 | 19% |
| 2008 | 6.706 | 12% |
| 2009 | 6.492 | -3% |

Fuente: Banco Central de Costa Rica e INEC

1.2 INFORMACIÓN COMERCIAL PAÍS

1.2.1 Importaciones

1.2.1.1 Valor de importaciones.

Las importaciones costarricenses reportan un crecimiento sostenido en el período 2006-2008, con aumentos del 12% y 19% en los períodos 2006-2007 y 2007-2008 respectivamente. Para 2009, esta tendencia empieza a revertirse y se registra una caída para el período 2008-2009 de 26%. El Cuadro 3 muestra los principales países proveedores de las importaciones de Costa Rica. Estados Unidos es el principal proveedor con un 33% de total de las importaciones en el año 2009, seguido por México y Taiwán (China) con el 6% cada uno. Estos tres países aportaron el 45% del total de las importaciones de Costa Rica en el año 2009. En el cuarto lugar se encuentra Colombia, que en el año 2009 exportó casi 293 millones de dólares lo que representó un 3% del total de las importaciones costarricenses en el año 2009. Cabe aclarar que dentro de las importaciones de otros países, se encuentran aquellas hechas a zona franca por parte de la empresa INTEL⁴, para la fabricación de productos de dicha compañía.

Cuadro 3. Importaciones totales de Costa Rica desde el mundo. USD Dólares.

| Principales Socios Comerciales de Costa Rica Importaciones | | | | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Valor CIF (En dólares) | | | | | | | |
| PAIS | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | %Variación 2006-2007 | %Variación 2007-2008 | %Variación 2008-2009 |
| Estados Unidos | 2.244.000.000 | 2.869.000.000 | 3.728.000.000 | 3.734.000.000 | 28% | 30% | 0,2% |
| México | 541.000.000 | 697.000.000 | 912.000.000 | 700.000.000 | 29% | 31% | -23% |
| China - Taiwán | 541.000.000 | 722.000.000 | 920.000.000 | 699.000.000 | 33% | 27% | -24% |
| Colombia | 224.000.000 | 280.000.000 | 373.000.000 | 293.000.000 | 25% | 33% | -21% |
| Guatemala | 206.000.000 | 241.000.000 | 289.000.000 | 271.000.000 | 17% | 20% | -6% |
| Brasil | 369.000.000 | 399.000.000 | 394.000.000 | 240.000.000 | 8% | -1% | -39% |
| Japón | 271.000.000 | 385.000.000 | 428.000.000 | 239.000.000 | 42% | 11% | -44% |
| Panamá | 159.000.000 | 219.000.000 | 234.000.000 | 198.000.000 | 38% | 7% | -15% |
| El Salvador | 103.000.000 | 129.000.000 | 148.000.000 | 116.000.000 | 25% | 15% | -22% |
| Venezuela | 547.000.000 | 576.000.000 | 616.000.000 | 82.000.000 | 5% | 7% | -87% |
| Otros Países | 6.343.000.000 | 6.430.000.000 | 7.305.000.000 | 4.823.000.000 | 1% | 14% | -34% |
| Total Países | 11.548.000.000 | 12.947.000.000 | 15.347.000.000 | 11.395.000.000 | 12% | 19% | -26% |

Fuente: Banco Central de Costa Rica

⁴ Intel es una empresa de tecnología que diseña y desarrolla software.

1.2.1.2 Socios comerciales del país, para el subsector.

Como se puede apreciar en el Cuadro 4, el principal proveedor de las importaciones costarricenses de la subpartida 3303.00.00.00 es México, que le ha proveído el 41% del total de las importaciones al país centroamericano durante el periodo 2006-2009, seguido por Panamá con un 20% y Estados Unidos con un 11%. Colombia figura en un cuarto lugar mostrando una dinámica positiva en el período 2006-2008 y un ligero retroceso en 2009 producto de la crisis mundial. En general se puede afirmar que los productos colombianos correspondientes a la subpartida de estudio tienen un comportamiento más dinámico que aquellos productos provenientes de otros destinos.

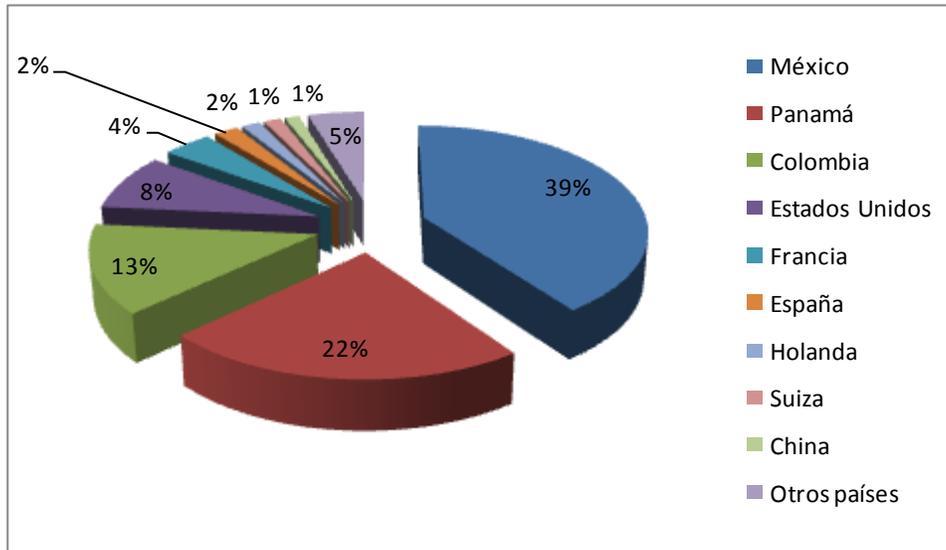
Cuadro 4. Importaciones costarricenses de la subpartida arancelaria 3303.00.00.00. 2006-2009.

| Subpartida 3303.00.00.00 | IMPORTACIONES TOTALES DE COSTA RICA DESDE EL MUNDO PERFUMES Y AGUAS DE TOCADOR | | | | | | |
|-----------------------------|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | % Variación | % Variación | % Variación |
| | PAIS | VALOR US\$ | VALOR US\$ | VALOR US\$ | VALOR US\$ | 2006-2007 | 2007-2008 |
| México | 5.049.932 | 5.431.535 | 6.569.503 | 5.771.296 | 8% | 21% | -12% |
| Panamá | 2.263.612 | 2.865.051 | 2.597.516 | 3.300.262 | 27% | -9% | 27% |
| Estados Unidos | 1.440.114 | 1.595.959 | 1.638.900 | 1.226.799 | 11% | 3% | -25% |
| Colombia | 269.000 | 1.102.936 | 2.569.377 | 1.938.627 | 310% | 133% | -25% |
| Francia | 166.457 | 1.213.775 | 1.028.718 | 588.317 | 629% | -15% | -43% |
| España | 311.711 | 285.653 | 626.112 | 290.657 | -8% | 119% | -54% |
| Suiza | 60.967 | 116.866 | 110.949 | 212.745 | 92% | -5% | 92% |
| China | 111.205 | 66.627 | 89.641 | 174.251 | -40% | 35% | 94% |
| Otros países | 2.008.840 | 915.964 | 803.387 | 664.967 | -54% | -12% | -17% |
| Total | 11.715.375 | 13.802.708 | 16.173.192 | 14.772.441 | 18% | 17% | -9% |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica - INEC

En la Gráfica 2, se presenta la participación de los países de donde se originan las importaciones totales de Perfumes y Aguas de Tocador en el año 2009 en Costa Rica.

Gráfica 2. Participación porcentual de origen de importaciones de Perfumes y Aguas de Tocador Subpartida 3303.00.00.00 en 2009.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica – INEC

1.2.1.3 Estructura importadora (principales productos) y la participación sectorial en las cifras de importación del subsector.

Las importaciones de los productos pertenecientes al capítulo de Aceites Esenciales y Resinados (33), entre los que se encuentran los Perfumes y Aguas de Tocador, ocuparon el puesto 5 en el escalafón de importaciones de Costa Rica y representaron el 0,15% de las compras que ese país hace del mundo.

Al interior del Capítulo 33 las importaciones de Perfumes y Aguas de Tocador participaron con un 11% en el año 2009, ubicándose como la tercera subpartida en importancia con importaciones que sobrepasaron los catorce millones de dólares.

Cuadro 5. De las Principales Importaciones de Productos Pertencientes al Capítulo 33- Aceites Esenciales y Resinados.

| Estructura importadora (principales productos) y participacion sectorial en las cifras de importacion del subsector | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--|
| | Importaciones totales | 2006 | | 2007 | | 2008 | | 2009 | | Participación en USD de la Subpartida sobre el total del Capítulo a 2009 |
| | | Valor USD\$ | Volumen (Kg) | |
| | | 117.675.550 | 34.274.477 | 128.467.373 | 28.462.554 | 127.442.455 | 24.318.429 | 129.737.946 | 25.007.393 | |
| Ranking | Capitulo/Partida/Subpartida | | | | | | | | | |
| 5 | 33 | 117.675.550 | 34.274.477 | 128.467.373 | 28.462.554 | 127.442.455 | 24.318.429 | 129.737.946 | 25.007.393 | 100% |
| | 3302 | 22.153.645 | 4.160.304 | 24.763.500 | 2.236.340 | 19.872.110 | 1.841.771 | 1.983.595 | 172.534 | 2% |
| | 3302.10.20.00 | 11.638.748 | 2.302.047 | 14.289.430 | 1.006.376 | 10.242.041 | 881.322 | 16.039.665 | 1.337.588 | 12% |
| | 3303 | 11.715.375 | 2.706.099 | 13.802.708 | 1.942.960 | 16.173.192 | 1.802.239 | 667.091 | 111.996 | 1% |
| | 3303.00.00.00 | 11.715.375 | 2.706.099 | 13.802.708 | 1.942.960 | 16.173.192 | 1.802.239 | 14.772.441 | 1.739.159 | 11% |
| | 3304 | 21.203.053 | 5.107.789 | 26.160.908 | 5.790.945 | 29.283.755 | 3.491.207 | 1.642.090 | 245.242 | 1% |
| | 3304.99.00.90 | 14.071.263 | 3.490.411 | 17.336.091 | 2.842.167 | 19.340.887 | 2.449.174 | 17.540.750 | 2.477.986 | 14% |
| | 3305 | 23.518.881 | 8.968.646 | 24.872.975 | 6.693.596 | 23.811.046 | 6.399.017 | 1.897.503 | 437.033 | 1% |
| | 3305.10.00.00 | 12.542.543 | 5.290.425 | 13.256.497 | 3.784.801 | 11.962.195 | 3.540.452 | 12.581.496 | 3.686.140 | 10% |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica - INEC

1.2.2 Exportaciones

1.2.2.1 Valor de exportaciones.

Como puede verse en el Cuadro 6, el principal destino de las exportaciones costarricenses es Estados Unidos, con una participación en 2009 del 12% sobre el total de las exportaciones del país centroamericano. Otros destinos de importancia para Costa Rica son Panamá, Bélgica y Guatemala con una participación de 3% cada uno. Como se había mencionado anteriormente, debido a la política de zonas francas, las empresas ubicadas bajo este régimen que realicen exportaciones se benefician de exenciones tributarias. Se puede decir que Costa Rica es un país ampliamente diversificado en el destino de sus exportaciones. Cabe aclarar que INTEL representa un papel preponderante dentro de las exportaciones costarricenses al mundo.

Cuadro 6. Exportaciones totales de Costa Rica al mundo. USD Dólares.

| Principales Destinos de las Exportaciones FOB de Costa Rica | | | | | | | |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Valor en US\$ dólares | | | | | | | |
| PAIS | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | %Variación 2006-2007 | %Variación 2007-2008 | %Variación 2008-2009 |
| Estados Unidos | 1.077.000.000 | 1.138.000.000 | 1.182.000.000 | 1.078.000.000 | 6% | 4% | -8,8% |
| Panamá | 195.000.000 | 241.000.000 | 308.000.000 | 279.000.000 | 24% | 28% | -9% |
| Bélgica - Luxemburgo | 116.000.000 | 186.000.000 | 269.000.000 | 257.000.000 | 60% | 45% | -4% |
| Guatemala | 234.000.000 | 253.000.000 | 258.000.000 | 242.000.000 | 8% | 2% | -6% |
| Honduras | 185.000.000 | 217.000.000 | 228.000.000 | 205.000.000 | 17% | 5% | -10% |
| Países Bajos (Holanda) | 190.000.000 | 170.000.000 | 177.000.000 | 201.000.000 | -11% | 4% | 14% |
| El Salvador | 178.000.000 | 201.000.000 | 204.000.000 | 162.000.000 | 13% | 1% | -21% |
| Italia | 88.000.000 | 101.000.000 | 118.000.000 | 120.000.000 | 15% | 17% | 2% |
| Otros Países | 5.937.000.000 | 6.830.000.000 | 6.760.000.000 | 6.233.000.000 | 15% | -1% | -8% |
| Total Países | 8.200.000.000 | 9.337.000.000 | 9.504.000.000 | 8.777.000.000 | 14% | 2% | -8% |

Fuente: Banco Central Costa Rica, INEC, Trade Map.

1.2.2.2 Socios comerciales del país para el subsector.

En el Cuadro 7 se puede observar que los principales destinos de las exportaciones de perfumes y aguas de tocador de Costa Rica son El Salvador, Nicaragua y Panamá. Las cifras registradas son muy bajas y muestran que Costa Rica no tiene una oferta exportable.

Cuadro 7. Exportaciones totales de Costa Rica al mundo. 2006-2009. Subpartida 3303.00.00.00.

| Subpartida 3303.00.00.00 | Perfumes y Aguas de Tocador | | | | | | |
|-----------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| | 2006 Valor CIF en Dólares | 2007 Valor CIF en Dólares | 2008 Valor CIF en Dólares | 2009 Valor CIF en Dólares | %Variación 2006 - 2007 | %Variación 2007 - 2008 | %Variación 2008 - 2009 |
| El Salvador | 1.305 | 75.503 | 82.720 | 74.737 | 5687% | 10% | -10% |
| Nicaragua | 33.851 | 41.998 | 9.448 | 4.454 | 24% | -78% | -53% |
| Panamá | 13.876 | 20.284 | 21.627 | 32.917 | 46% | 7% | 52% |
| Guatemala | 5.985 | 35.583 | 15.509 | 4.749 | 495% | -56% | -69% |
| Estados Unidos | - | - | 19.546 | 9.778 | - | - | -50% |
| Honduras | 3.855 | 17.242 | 18.323 | 10.640 | 347% | 6% | -42% |
| España | 194 | 1.240 | 634 | 930 | 539% | -49% | 47% |
| Otros países | - | 5.875 | 55.681 | 27.298 | - | 848% | -51% |
| Total | 59.066 | 197.724 | 223.488 | 165.503 | 235% | 13% | -26% |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica – INEC.

1.2.3 Comportamiento sectorial

1.2.3.1 Balanza comercial para el subsector específico.

Las importaciones de Perfumes y Aguas de Tocador presentaron crecimientos anuales de 18% entre 2006-2007 y de 17% entre 2007-2008, mientras que en el periodo 2008-2009 se registró una caída del 9%. A su vez el valor de las exportaciones fue muy reducido lo que arroja un déficit comercial en esta subpartida, resultado del hecho que Costa Rica es ante todo un importador de Perfumes y Aguas de Tocador.

Cuadro 8. Balanza comercial de Costa Rica con el mundo. 2006-2009. Subpartida 3303.00.00.00 Perfumes y Aguas de Tocador.

| Subpartida | Perfumes y Aguas de Tocador | | | | | | |
|--------------------------|-----------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | % variación 2006-2007 | % variación 2007-2008 | % variación 2008-2009 |
| 3303.00.00.00 | | | | | | | |
| Importaciones | 11.715.375 | 13.802.708 | 16.173.192 | 14.772.441 | 18% | 17% | -9% |
| Exportaciones | 59.066 | 197.724 | 223.488 | 165.503 | 235% | 13% | -26% |
| Balanza Comercial | -11.656.309 | -13.604.983 | -15.949.704 | -14.606.938 | 17% | 17% | -8% |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica - INEC

1.2.3.2 Dinámica comercial de las importaciones del subsector (Cantidades).

Dentro de las importaciones totales de Costa Rica en kilogramos de la subpartida 3303.00.00.00, México aparece como el principal proveedor de las mismas con una participación promedio de 40% sobre el total importado durante el período de estudio, seguido por Estados Unidos, con un 24%, y Colombia con un 9%. Es importante destacar que las importaciones de Perfumes y Aguas de Tocador en kilogramos disminuyeron durante el período de 2006 a 2009.

Cuadro 9. Dinámica de las importaciones totales. 2006-2009. Subpartida 3303.00.00.00. Kilogramos.

| Subpartida 3303.00.00.00 | IMPORTACIONES TOTALES DE COSTA RICA DESDE EL MUNDO PERFUMES Y AGUAS DE TOCADOR | | | | | | |
|-----------------------------|---|------------------|------------------|------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 2006 Kilos | 2007 Kilos | 2008 Kilos | 2009 Kilos | % Variación 2006-2007 | % Variación 2007-2008 | % Variación 2008-2009 |
| México | 1.338.856 | 810.337 | 634.583 | 595.606 | -39% | -22% | -6% |
| Panamá | 197.578 | 167.040 | 63.652 | 49.348 | -15% | -62% | -22% |
| Estados Unidos | 462.654 | 441.725 | 500.149 | 508.440 | -5% | 13% | 2% |
| Colombia | 66.571 | 122.838 | 237.833 | 233.710 | 85% | 94% | -2% |
| Francia | 3.704 | 108.704 | 30.586 | 18.061 | 2835% | -72% | -41% |
| España | 31.935 | 43.721 | 57.902 | 35.641 | 37% | 32% | -38% |
| Holanda | 5.989 | 23.939 | 8.799 | 14.153 | 300% | -63% | 61% |
| Suiza | 1.125 | 3.854 | 2.960 | 6.651 | 243% | -23% | 125% |
| China | 22.281 | 49.191 | 63.925 | 94.148 | 121% | 30% | 47% |
| Otros países | 575.406 | 171.612 | 201.849 | 183.401 | -70% | 18% | -9% |
| Total | 2.706.099 | 1.942.960 | 1.802.239 | 1.739.159 | -28% | -7% | -4% |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica - INEC

1.2.3.3 Descripción de la producción nacional del subsector.

La elaboración de Perfumes y Aguas de Tocador en Costa Rica pertenece a la industria de “Fabricación de sustancias y productos químicos” (CIU)⁵. La clasificación según actividades fue codificada y procesada en los datos entregados en el último censo industrial⁶. Para el caso puntual de los Perfumes y Aguas de Tocador, el código de la industria es 24, que corresponde a la elaboración de productos químicos y como se puede observar en el Cuadro 10, esta industria en Costa Rica cuenta con 45.888 empresas distribuidas en las diferentes actividades que corresponden a esta categoría.

Una de estas actividades clasificada bajo el código 2424 incluye de manera específica los perfumes y los preparados de tocador que tan solo registra 3.098 empresas entre las cuales se incluye la fabricación de jabones y detergentes que son actividades no incluidas en la posición arancelaria que se está estudiando. Las cifras son indicativas de una industria local pequeña en el área de Perfumes y Aguas de Tocador.

⁵ Clasificación Internacional Industrial Uniforme.

⁶ VII Censo Económico Nacional 2005.

Cuadro 10. Resumen general de industria según CIU, división y clase

| TOTAL DE EMPRESAS DIVISION Y CLASIFICACION CIU | | | | | | | |
|--|---|----------------|--|--------------------|----------------------|------------------------|-------------------------|
| División y Clase | Descripción | Total empresas | Intervalo de empleados (mano de obra empleada) | | | | |
| | | | 1 a5 Cantidad | 6 a 30 Cantidad | 31 a 100 Cantidad | mas de 100 Cantidad | no definido Cantidad |
| 24 | Fabricacion de sustancias y productos quimicos | 45888 | 31599 | 8495 | 1804 | 1093 | 2897 |
| 2424 | Fabricacion de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador | 3098 | 1634 | 874 | 336 | 243 | 11 |
| Porcentaje de participacion (%) | | 6,75% | 5,17% | 10,29% | 18,63% | 22,23% | 0,38% |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica - INEC

1.2.4 Productos potenciales.

Los productos de la subpartida de Perfumes y Aguas de Tocador, que tienen potencial en el mercado costarricense son aquellos que puedan ofrecer un bajo precio y sean capaces de competir con fragancias de marcas europeas y americanas. La estrategia utilizada por los distribuidores del país centroamericano ayuda a identificar las características de los productos potenciales en este mercado. Estos buscan ofrecer productos que se identifiquen con las tendencias de la moda que ha sido la estrategia que han adoptado Avon, Ebel y Revlon que son las marcas de belleza más demandada en el país centroamericano.

Dado que los compradores costarricenses no son muy fieles a la marca, existe un potencial para aquellos productos que introduzcan marcas nuevas a bajos precios. La percepción confirmada en las entrevistas realizadas sugiere que por tratarse de un artículo de lujo los clientes potenciales buscan principalmente la calidad y la presentación de la fragancia.

En Costa Rica tienen potencialidad los productos de tocador o splash que están dirigidos a mercados masivos, es decir un segmento de mercado de clases media y baja, que son más sensibles al precio y donde los canales de comercialización

son catálogos, farmacias y supermercados. Son productos potenciales aquellos que puedan competir en precio, pero que a su vez tengan una calidad que genere una recordación y que pueda lograr la fidelidad de los clientes costarricenses.

2 ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1 CLIMA COMERCIAL

2.1.1 Acuerdos comerciales de los cuales se beneficia el subsector⁷

Mercado Común Centroamericano (MCCA).

El Mercado Común Centroamericano (MCCA) entró en vigencia el 4 de junio de 1961 para Guatemala, El Salvador y Nicaragua. Posteriormente el 27 de abril de 1962 entró en vigencia para Honduras y el 23 de septiembre de 1963 para Costa Rica. El principal objetivo de lo que posteriormente se convirtió en una Unión Aduanera era confirmar el propósito de unificar las economías de los países contratantes y promover el desarrollo de Centroamérica.

Antes de la Unión Aduanera actual, los países se comprometieron a perfeccionar una zona centroamericana de libre comercio, además de adoptar un arancel centroamericano uniforme en los términos establecidos en el Convenio Centroamericano sobre Equiparación de Gravámenes a la Importación.

De esta manera, las naciones centroamericanas contratantes se otorgan entre sí la posibilidad de ingresar libremente los productos originarios y manufacturados en sus territorios con excepción de las limitaciones incluidas en los regímenes especiales.

Las mercancías que cumplan el requisito de origen de cada país signatario serán tratadas como nacionales en los demás países contratantes y estarán exentas de restricciones o medidas cuantitativas, excepto las concernientes al control legalmente aplicables en los estados miembros por razones de sanidad y/o seguridad.

El sector correspondiente a los productos de la subpartida 6908.90.00.00 se beneficia de la desgravación arancelaria y las importaciones que ingresen a Costa Rica de cualquier país perteneciente a este acuerdo gozan de un arancel del 0%.

⁷ Fuente: www.proexport.com.co

La duración del Mercado Común Centroamericano fue pactada en veinte años desde su entrada en vigencia y será prorrogable indefinidamente.

Tratado de Libre Comercio República Dominicana – Centroamérica.

El Tratado involucra a Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y República Dominicana, países que acordaron un *Programa de Desgravación Arancelaria* basándose en el arancel de Nación más Favorecida vigente para cada una de las partes en agosto de 1998, y estuvo en vigor hasta enero de 2005 fecha en la cual los mercados de los países miembros quedaron totalmente liberados.

El sector correspondiente a los productos de la subpartida 3303.00.00.00 se beneficia de la desgravación arancelaria, las exportaciones provenientes de cualquier país perteneciente a este acuerdo que ingresen a Costa Rica tienen arancel del 0%.

Tratado de Libre Comercio Panamá – Centroamérica.

El Tratado, que entró en vigencia en noviembre de 2009 y que libera el comercio entre El Salvador, Costa Rica, Guatemala, Honduras y Nicaragua con Panamá abarca temas como reglas de origen; procedimientos aduaneros; medidas de salvaguardia; prácticas desleales de Comercio y medidas sanitarias y fitosanitarias.

El sector correspondiente a los productos de la subpartida 3303.00.00.00 se beneficia de la desgravación arancelaria. Las exportaciones provenientes de cualquier país perteneciente a este acuerdo que ingresen a Costa Rica tienen arancel del 0%.

Tratado de Libre Comercio entre Chile y Centroamérica.

Mediante este Tratado las Partes establecieron las bases para crear e implementar una Zona de Libre Comercio. Este Tratado se aplica bilateralmente entre Chile y cada uno de los países contratantes (El Salvador, Costa Rica y Honduras). La Zona de Libre Comercio abarcará la totalidad del universo arancelario en 2015.

En cuanto al Programa de Desgravación, los países tienen listas separadas según los productos que se desgravan y sus correspondientes tasas arancelarias.

El sector correspondiente a los productos de la subpartida 3303.00.00 se beneficia de la desgravación arancelaria. Las exportaciones de los productos pertenecientes a esta subpartida provenientes de Chile ingresan a Costa Rica con un arancel del 0%.

Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana- Centroamérica- Estados Unidos – CAFTA⁸.

Dentro del contenido del Tratado se resaltan los temas concernientes al tratamiento arancelario, donde los países centroamericanos tienen un período de gracia para desgravar los aranceles escalonadamente para productos sensibles. En este sentido, cabe definir lo que se conoce como condiciones *ad hoc*, se refiere a que no existe un tratamiento homogéneo para los mismos, ni siquiera entre los países miembros.

El Tratado fue suscrito el 5 de agosto de 2004 y entró en vigencia en Estados Unidos el 27 de julio de 2005, en El Salvador el 17 de diciembre de 2005. El 1º de julio de 2006 entró en vigencia en Guatemala, el 1º de marzo de 2007 en República Dominicana. En Costa Rica el CAFTA se ratificó a través de un referéndum realizado el 7 de octubre de 2007 y empezó a regir el 1º de enero de 2009.

El sector correspondiente a los productos de la subpartida 3303.00.00 se beneficia de la desgravación arancelaria. Las exportaciones provenientes de República Dominicana que ingresen a Costa Rica tienen arancel del 0%. Por otra parte, los productos provenientes de Estados Unidos también se benefician de un arancel del 0%.

2.1.2 Socios comerciales del subsector.

El Cuadro 11 muestra los principales proveedores de la subpartida 3303.00.00 en Costa Rica. Allí se puede apreciar la evolución de las importaciones provenientes de Colombia que en 2008 alcanzaron una cifra cercana a los USD 2.6 millones. Las exportaciones de Colombia hacia Costa Rica presentaron un crecimiento durante el período 2007 – 2008 de 138%, pasando de vender un millón de dólares en 2007 a casi 2,6 millones de dólares en 2008.

⁸ Central American Free Trade Agreement o Tratado de Libre Comercio Centroamericano

México, Panamá y Estados Unidos son los principales socios comerciales de Costa Rica en las importaciones de la subpartida 3303.00.00. Estos países gozan de preferencias arancelarias en virtud de los tratados de libre comercio que tienen suscritos con Costa Rica. Esta ventaja de los competidores no parece haber sido un problema para las exportaciones colombianas que el año 2009 crecieron un 138%.

El Cuadro 11 igualmente registra un comportamiento saludable en las exportaciones de esta subpartida hacia el mundo desde Colombia y desde Bogotá, con aumentos de 47% entre 2007 y 2008 y de 142% respectivamente entre 2007 y 2008.

Cuadro 11. Subpartida 3003.00.00.00. Importaciones costarricenses desde Colombia y el mundo. Exportaciones al mundo desde Colombia y la región Bogotá. USD.

| POSICIÓN ARANCELARIA | 3303000000 | DESCRIPCIÓN | Perfumes y Aguas de Tocador | IMPORTACIONES PROVEEDORES | | | | | Arancel Preferencial | |
|----------------------|------------|------------------------------------|-----------------------------|---------------------------|-----------|-----------|-------------------|-------------------|----------------------|-----|
| | | | | 2006 | 2007 | 2008 | % var 2006 - 2007 | % var 2007 - 2008 | | |
| | | IMPO 2006 | 11.715.375 | México | 5.049.933 | 5.312.410 | 6.569.503 | 5% | 24% | 0% |
| | | IMPO 2007 | 13.601.044 | Panamá | 2.263.612 | 2.865.051 | 2.597.516 | 27% | -9% | 0% |
| | | IMPO 2008 | 16.173.192 | EEUU | 1.440.114 | 1.590.742 | 1.638.900 | 10% | 3% | 0% |
| | | % var 2006 - 2007 | 1% | Francia | 1.113.114 | 1.210.935 | 1.028.718 | 9% | -15% | N/A |
| | | % var 2007 - 2008 | 19% | Guatemala | 421.181 | 298.454 | 227.785 | -29% | -24% | 0% |
| | | EXPORTACIONES COLOMBIA 2007 | 56.248.129 | España | 311.711 | 285.606 | 626.112 | -8% | 119% | N/A |
| | | EXPORTACIONES COLOMBIA 2008 | 82.863.424 | Honduras | 303.944 | 1.262 | 77 | -100% | -94% | 0% |
| | | % var 2007 - 2008 | 47% | Alemania | 299.497 | 383.466 | 262.114 | 28% | -32% | N/A |
| | | EXPORTACIONES BOGOTÁ - REGIÓN 2007 | 7.861.982 | Colombia | 269.000 | 1.079.852 | 2.569.377 | 301% | 138% | N/A |
| | | EXPORTACIONES BOGOTÁ - REGIÓN 2008 | 19.047.514 | China | 111.205 | 63.892 | 89.641 | -43% | 40% | N/A |
| | | % var 2007 - 2008 | 142% | Otros países | 401.064 | 509.374 | 563.449 | 27% | 11% | N/A |
| | | ARANCEL GENERAL | 14% | | | | | | | |
| | | ARANCEL PREFERENCIAL PARA COLOMBIA | N/A | | | | | | | |

Fuente: Trade Map, WiserTrade, INEC.

2.1.3 Barreras comerciales.

Las normas no arancelarias que se aplican en Costa Rica están basadas en las normas de la OMC⁹ que rigen la materia y se fundamentan principalmente en la protección de la vida humana, la protección Fito y Zoo sanitaria y la protección del medio ambiente.

En este país se mantiene un régimen liberal de acceso a los mercados para las mercancías, y los aranceles solo constituyen un instrumento de protección a la industria y a los productores agrícolas.

En Costa Rica no hay restricciones a las importaciones de los productos comprendidos en la subpartida 3303.00.00.00 correspondiente a Perfumes y Aguas de Tocador.

2.1.3.1 Cuotas.

No se aplican cuotas para la importación de los productos comprendidos en la subpartida 3303.00.00.00 correspondiente a Perfumes y Aguas de Tocador en Costa Rica.

2.1.3.2 Normas técnicas.

Según la (ONNUM)¹⁰ en Costa Rica no se aplica ninguna norma técnica para la importación de los productos comprendidos en la subpartida 3303.00.00.00 correspondiente a Perfumes y Aguas de Tocador.

2.1.3.3 Etiquetado

En Costa Rica el etiquetado que identifique los productos debe contener la siguiente información:

- a. Nombre y tipo del producto.
- b. Nombre del propietario o del fabricante del producto.

⁹ Organización Mundial del Comercio

¹⁰ ONNUM: oficina nacional de normas y unidades de medida.

- c. País de origen.
- d. Cantidad contenida en el envase en el sistema métrico decimal.
- e. Composición completa en nomenclatura INCI. Si el producto contiene ingredientes controlados debe indicar su nombre y concentración.
- f. Número de trámite asignado por la Dirección.
- g. Número de lote.
- h. Modo de empleo, precauciones, advertencias e indicaciones cuando proceda.

Esta información debe de estar en idioma español y puede incluirse en el producto utilizando etiquetas adhesivas, folletos u otros.

El representante en Costa Rica (químico farmacéutico) debe contar en sus archivos, con la documentación científica que justifique cualquier propiedad que se le atribuya al producto.

Para más información visitar la página web www.meic.go.cr.

2.1.3.4 Licencias.

Para las importaciones de Perfumes y Aguas de Tocador, se requiere visto bueno previo a la nacionalización. Dicho visto bueno se obtiene visando la factura proforma de cada importación ante la Dirección de Registros y Controles del Ministerio de Salud.

2.1.3.5 Normas fitosanitarias.

No aplican disposiciones sobre medidas sanitarias y fitosanitarias para la importación de la subpartida 3303.00.00.00 en Costa Rica.

2.1.3.6 Ayudas gubernamentales e incentivos a la industria nacional.

Las leyes de Costa Rica permiten el establecimiento de las zonas de libre comercio, en la actualidad existen 57 empresas entre nacionales y extranjeras operando allí. Las actividades comerciales y las operaciones de estas zonas son para cualquier tipo de industria.

Los Usuarios de estos sistemas reciben beneficios arancelarios y tributarios por períodos de hasta diez años, consistente en ingreso de mercancías a las zonas francas sin aranceles y exención en el impuesto a la renta y exención de impuestos de ventas y consumo. El requisito básico para ingresar a un parque industrial de zona franca¹¹ es una inversión nueva inicial en activos fijos de al menos USD 150.000 y de USD 2.000.000 para empresas que se instalen fuera de parque industrial.

2.1.4 Estructura arancelaria para el subsector.

- Como miembro de la Organización Mundial de Comercio (OMC), Costa Rica aplica los principios de Trato Nacional y Nación más Favorecida a todos sus socios comerciales.
- Costa Rica aplica los acuerdos de la OMC sobre protección de propiedad intelectual, servicios e inversiones.
- Costa Rica se rige por el Sistema Arancelario Centroamericano que adoptó el Sistema Armonizado internacional de Capítulos, partidas y subpartidas.
- El arancel aplicable para el subsector es de 14% Ad Valorem¹².
- Colombia no goza de preferencias arancelarias en esta subpartida.
- México, Panamá, República Dominicana y los demás países centroamericanos se benefician de preferencias en virtud a los acuerdos comerciales ya mencionados.

¹¹ Ley de Zonas Francas de Costa Rica Ley No. 210

<http://www.comex.go.cr/infog/Documentos%20legislacion%20relevante/Ley%20No.7210.pdf>

¹² Gravamen Arancelario que afecta las mercancías en el Arancel Aduanero, cuya aplicación se hace tomando como base impositiva el valor aduanero o el valor CIF de las mercancías.

Cuadro 12. Arancel aplicable.

| 3303.00.00.00 Perfumes y Aguas de Tocador | |
|--|---------------|
| Régimen Comercial | Tarifa |
| Arancel NMF | 14% |
| CACM | 0% |
| Canadá | 7% |
| Chile * | 0% |
| República Dominicana ** | 0% |
| México | 0% |
| Panamá **** | 0% |
| Barbados | 0% |
| Guyana | 0% |
| Trinidad y Tobago | 0% |
| Estados Unidos *** | 0% |

* TLC firmado entre Centroamérica y Chile.

** TLC firmado entre Centroamérica y República Dominicana

*** TLC firmado entre Centroamérica y TLCAN.

**** TLC firmado entre Centroamérica y Panamá.

Fuente: Trade Map

2.1.5 Trámites Registro Sanitario.

| Tramite | Entidad | Documentos y Requisitos | Tiempo | Costo |
|----------------------|---|--|---|--|
| Registros sanitarios | La Dirección de Registros y Controles del Ministerio de Salud | <p>Se requiere de notificación ante la Dirección de registro y controles del ministerio de salud.</p> <p>Para la notificación de un cosmético se deberá presentar en original y copia el formulario oficial, de cosméticos diseñado por la Dirección con la información completa y con letra a máquina o en computadora, firmado por el interesado o su representante legal.</p> <p>El formulario de notificación a que se refiere el artículo anterior debe acompañarse de la siguiente documentación en idioma español.</p> <p>En el caso de documentos oficiales en idioma extranjero debe incluirse la correspondiente traducción oficial.</p> <p>a. Certificado de operación en el caso de Laboratorios Nacionales.</p> <p>b. Certificado de Libre Venta en caso de productos importados.</p> <p>c. Original y copia de declaración de la fórmula cualitativa en nomenclatura INCI, firmada por el profesional responsable de la fabricación. En el caso de que el cosmético contenga en su formulación ingredientes controlados, se debe declarar su concentración, la cual debe concordar con las establecidas en las listas oficializadas por la Dirección. Este requisito no se exigirá cuando dicha fórmula esté contemplada en el Certificado de Libre Venta.</p> <p>d. Original y copia de las especificaciones físico-químicas y microbiológicas para el control de calidad del producto terminado.</p> | El tiempo puede durar entre 1 a 3 meses dependiendo de la cantidad de productos | el costo promedió de todo el proceso oscila entre los 80 y 140 dólares, para todo el proceso |

2.1.6 Análisis de importaciones vs. Producción local.

Como se ha visto anteriormente, la industria costarricense de los productos comprendidos en la subpartida 3303.00.00.00 no tiene un peso importante comparado con el valor de las importaciones de los bienes correspondientes a esta subpartida.

2.1.7 Trámites para la creación de empresas.

En los cuadros que se presentan a continuación se describen paso a paso los trámites para la creación de una sociedad anónima en Costa Rica, así como su costo y tiempo de duración.

Cuadro 13. Trámites para la creación de empresa en Costa Rica¹³.Paso 1.

| Trámite | Entidad | Observaciones | Tiempo | Costo |
|-----------------------------|------------------|--|--------|---|
| Verificación de la sociedad | Registro Público | Se debe manifestar el nombre de la sociedad que se desea inscribir | 1 día | El costo de todos los pasos de registro oscila entre USD 560 y USD 660. |

Paso 2.

| Trámite | Entidad | Observaciones | Tiempo | Costo |
|---------------------------------|--|--|--------|---|
| Autenticación de las escrituras | Sección mercantil del registro público | Un notario verifica y prepara las escrituras públicas de la sociedad | 1 día | El costo de todos los pasos de registro oscila entre USD 560 y USD 660. |

¹³ <http://www.formacompany.es/constituir-costa-rica/costa-rica-precios-constituir-sociedad.html>

Paso 3.

| Trámite | Entidad | Observaciones | Tiempo | Costo |
|--|---------------------------------------|--|--------|---|
| Envío de la notificación de constitución de la empresa para la publicación | Diario Oficial de Costa Rica "Gaceta" | Se debe esperar la obtención de un recibo para la seguridad del constituyente de la compañía | 1 día | El costo de todos los pasos de registro oscila entre USD 560 y USD 660. |

Paso 4.

| Trámite | Entidad | Observaciones | Tiempo | Costo |
|-------------------------------------|--|--|--------|---|
| Depositar el 25% del capital pagado | Depósito en una cuenta bancaria costarricense no importa la entidad financiera | La cantidad depositada puede ser retirada una vez la empresa este debidamente registrada | 1 día | El costo de todos los pasos de registro oscila entre USD 560 y USD 660. |

Paso 5.

| Trámite | Entidad | Observaciones | Tiempo | Costo |
|--|------------------------|--|---------|---|
| Registro de la sociedad para pago de impuestos | Ministerio de Hacienda | El Ministerio de Hacienda es la entidad que legalizará los libros de la sociedad | 18 días | El costo de todos los pasos de registro oscila entre USD 560 y USD 660. |

Paso 6.

| Trámite | Entidad | Observaciones | Tiempo | Costo |
|---------------------------------------|--|---------------|---------|---|
| Solicitud de patente si se da a lugar | Sección mercantil del registro público | | 18 días | El costo de todos los pasos de registro oscila entre USD 560 y USD 660. |

Paso 7.

| Trámite | Entidad | Observaciones | Tiempo | Costo |
|----------------------------|--|---|--------|--|
| Registrarse como empleador | Sección mercantil del registro público | Registro de la entidad en la seguridad social | 7 días | El costo de todos los pasos de registro oscila entre USD 560 y USD 660 |

Paso 8.

| Trámite | Entidad | Observaciones | Tiempo | Costo |
|------------------------------|--|---------------|--------|--|
| Inspección por parte de CCSS | Caja Costarricense de Seguro Social - CCSS | | 1 día | El costo de todos los pasos de registro oscila entre USD 560 y USD 660 |

Paso 9.

| Trámite | Entidad | Observaciones | Tiempo | Costo |
|--|----------------------------|---|--------|--|
| Registrarse para riesgos profesionales | Centro nacional de seguros | La prima anual para este tipo de seguros es el 2,17% de la nómina notificada. | 1 día | *El costo de todos los pasos de registro oscila USD 560 y USD 660. |

2.1.8 Impuestos y otras Imposiciones.

En Costa Rica, el Impuesto de Valor Agregado (IVA) es del 13% General. Este valor debe ser cancelado para toda compra de bienes o servicios.

La Aduana recauda los Derechos Arancelarios y el Impuesto al Valor Agregado, facilitando la recaudación de los tributos que se encuentran establecidos en la normatividad.

Los impuestos e imposiciones que recauda son:

- a) Derecho Arancelario a la Importación (DAI) 0%
- b) Impuesto al Valor Agregado (IVA) 13%

La Aduana, igualmente, recauda por los servicios que se prestan en los recintos fiscales ubicados en sus propias instalaciones que son depósitos donde deben ingresar las mercancías para realizar las inspecciones aduaneras. Existen tarifas por concepto de almacenamiento, parqueo de vehículos, cargue y descargue. Dicho almacenamiento no puede superar los 30 días hábiles.

2.1.9 Período de compra, tendencias y gustos de los consumidores.

Período de compra

Los periodos de compra de los perfumes y aguas de tocador en Costa Rica se dan particularmente en fechas especiales como San Valentín (14 de Febrero), Día de la Madre (segundo domingo de Mayo), Día del Padre o conocido como el día de San José (17 de Junio), y Navidad (25 de Diciembre).

Como consecuencia de las tendencias de compra de los costarricenses, las perfumerías, farmacias y tiendas por departamentos aplican una estrategia de mercadeo durante el año para hacer descuentos y bazares, y así aumentar ventas, liquidar el inventario excedente de las fiestas y crear rotación de producto

Tendencia y Gustos de los Consumidores

La tendencia del consumidor frente a los perfumes y aguas de tocador dependen mucho de la moda y la publicidad internacional que desarrollan las casas matriz más importantes, razón por la cual en la tendencia de consumo de este tipo de producto no existe fidelización hacia una única fragancia de una marca en particular. Esta especificidad del mercado exige que el fabricante deba innovar con aromas que se identifiquen con los distintos estilos de vida de la población, basados en patrones de conducta afines a la moda del momento.

En Costa Rica los perfumes son considerados un producto de lujo y las grandes empresas de marcas europeas y estadounidenses buscan compañías que puedan distribuir o comercializar sus productos en tiendas especializadas que proporcionen confianza al consumidor final, sin desprestigiar la marca y manteniendo el status que la caracteriza. Esto trae como resultado que el consumidor final sea fiel al canal de distribución y no a la marca de los productos, así que las diferentes fragancias de los perfumes y aguas de tocador varían según la moda internacional y aparecen en los puntos de las tiendas especializadas como SIMAN que atiende esta clase de necesidades del mercado.

Los perfumes ofertados por los canales de venta directa o por catálogo son sensibles al precio, por lo cual, las empresas que ofertan dichos productos se han visto en la necesidad de crear en sus catálogos, promociones de descuentos, o facilitar la venta cruzada con productos afines de la misma fragancia. Por ejemplo,

en los catálogos de Avon que ofrecen perfumes, cuando van destinados al consumidor adolescente vienen con la promoción de un producto que bien es una cartera para fiesta o una crema con la misma fragancia por un precio especial. De esta manera, producen ventas cruzadas, creando una necesidad de comprar un artículo relacionado con la moda o temporada con el perfume.

En general, el mercado está en busca de fragancias dulces y fuertes para las mujeres, y para los hombres, fragancias fuertes y refrescantes, esto debido a que el país es de clima cálido y ocasionalmente los perfumes sirven de desodorante y fragancia a la vez.

2.1.10 Estrategia de mercadeo de la competencia.

Los productos de la subpartida 3303.00.00 correspondientes a Perfumes y Aguas de Tocado, son artículos sobre los cuales las grandes firmas europeas y americanas prefieren manejar exclusividad con sus distribuidores en Costa Rica, razón por la cual buscan que la publicidad del producto sea compartida por el distribuidor y la casa matriz. Las casas matriz a nivel mundial desarrollan campañas publicitarias en revistas y comerciales para dar distinción y posicionamiento a las marcas, con estrategias tales como la entrega en las revistas de muestras de la fragancia de una nueva línea de *Eau de Parfum* y publicidad en la televisión por cable incentivando el consumo.

La estrategia de mercadeo generalmente utilizada por los canales de comercialización especializados sólo en la venta de perfumes, como el caso de perfumerías o islas en tiendas por departamento, es invitar a sus clientes al lanzamiento de nuevas fragancias donde se reparten muestras gratis a los clientes frecuentes. Para clientes no frecuentes la estrategia consiste en que por la compra en alguna de sus tiendas se les obsequia una muestra gratis del producto.

SIMAN, la mayor cadena de almacenes por departamentos de centroamérica, utiliza las promociones para aumentar las ventas, rotar inventarios de mercancía e incrementar tráfico de personas. Dentro de las diferentes promociones que realiza esta cadena está la denominada “Rombo Rojo”, que consiste en realizar descuentos en los productos con la tarjeta SIMAN, y la participación activa en eventos en los festivales de belleza.

Los distribuidores de los productos de venta por catálogo, como los de la marca Avon, Oriflame, L’Ebel, Esika, Cyzone y Mary Kay, son a su vez los encargados de

la comercialización y usan como estrategia de mercadeo la venta directa o venta por catálogo, con la cual además de manejar el voz a voz como publicidad y promoción con sus asesores de venta (que usualmente son consumidoras finales), manejan las demostraciones del producto, convirtiendo a las mismas vendedoras en su canal de comercialización, enseñándoles las bondades del producto y cómo vender haciendo uso de su red de contactos. Convierten a las vendedoras en empresarias de sus líneas, para que ellas estén pendientes del cliente, al cual generalmente conocen y reciben bonificaciones o regalos por el aumento de las ventas.

Los distribuidores de perfumes y agua de tocador que distribuyen sus productos en canales como salones de belleza, spas y farmacias usan como estrategia de mercadeo la venta directa con agentes o visitantes de productos cosméticos y de belleza, estableciendo así una relación con los canales de comercialización. Este esquema puede llegar a ser riesgoso para los distribuidores, si se tiene en cuenta que estos visitantes son los que realmente conocen y tienen contacto directo con los almacenes, clínicas, salones de belleza, spas y farmacias.

2.2 COMPRADORES/IMPORTADORES

2.2.1 Relación de los importadores locales del subsector.

La perfumería en Costa Rica es un negocio con bastante competencia, donde los distribuidores son los encargados de destinar el producto al canal de comercialización del nicho donde se desea ingresar.

Los tres grandes distribuidores de los productos destinados a las tiendas por departamento, perfumerías y farmacias en el país centroamericano son: PERFUMES Y COSMETICOS S.A de COSPER, PROCTER & GAMBLE INTERAMERICAS INC, y EQUINSOL. Estas tres empresas son las encargadas de la importación y distribución de perfumes y aguas de tocador destinadas al segmento de mercado de mayor poder adquisitivo, son las que surten a las grandes cadenas de servicio y tiendas por departamento. Almacenes especializados como SIMAN importan y distribuyen productos de las marcas Estée Lauder, Clinique y Tommy Hilfiger en sus almacenes. Es importante destacar que PROCTER & GAMBLE INC., solo importa y distribuye sus propias marcas.

El grupo Wisa, es una empresa internacional de Panamá que importa y distribuye perfumes y cosméticos Elite en su tienda especializada La Riviera, aunque no es

un competidor fuerte para los tres grandes distribuidores especializados en el segmento de mayor poder adquisitivo señalados anteriormente.

Los productores que realizan las ventas por catálogo, como es el caso de Avon, la marca más demandada y consumida en perfumes y cosméticos en Costa Rica, despachan sus productos desde la casa matriz en México y desde la planta de Productos Avon en Guatemala. Los productos de L'ebel y Revlon también elaborados en Guatemala por distintos laboratorios son distribuidos por ESIKA.

Importadores y distribuidores pequeños distribuyen a través de almacenes orientados al mercado masivo. Alguno de estos importadores son también productores y concentran sus esfuerzos en la distribución de sus productos en salones de belleza y pequeños supermercados con el fin de captar la mayor atención y participación del mercado posible.

2.2.2 Importadores.

A continuación se presenta copia de las tarjetas de los principales importadores y distribuidores de Perfumes y Aguas de Tocado en Costa Rica para los diferentes segmentos del mercado:



Aranceli Angulo
Jefe de Ventas
Curridabath frente al balcon de los mariscos
edificio blanco con verde
Telefono: 83630463



Jorge Moreno B
Vicepresidente
Telefono: (506)22100433
250 Mts, oeste del cementerio Paves
jorge@grupomoreno.com
www.grupomoreno.com



Alexander Badilla
Jefe de categorias y bienestar
Telefono: (506) 22894949
San Antonio de Escazu, 800 Mts al sur del Liceo Escazu
Edificio Mano Izquierda, Avon CR
alexanderb@avon.cr
www.avon.com

Fuente: Investigación de campo país.

2.2.3 Productos importados.

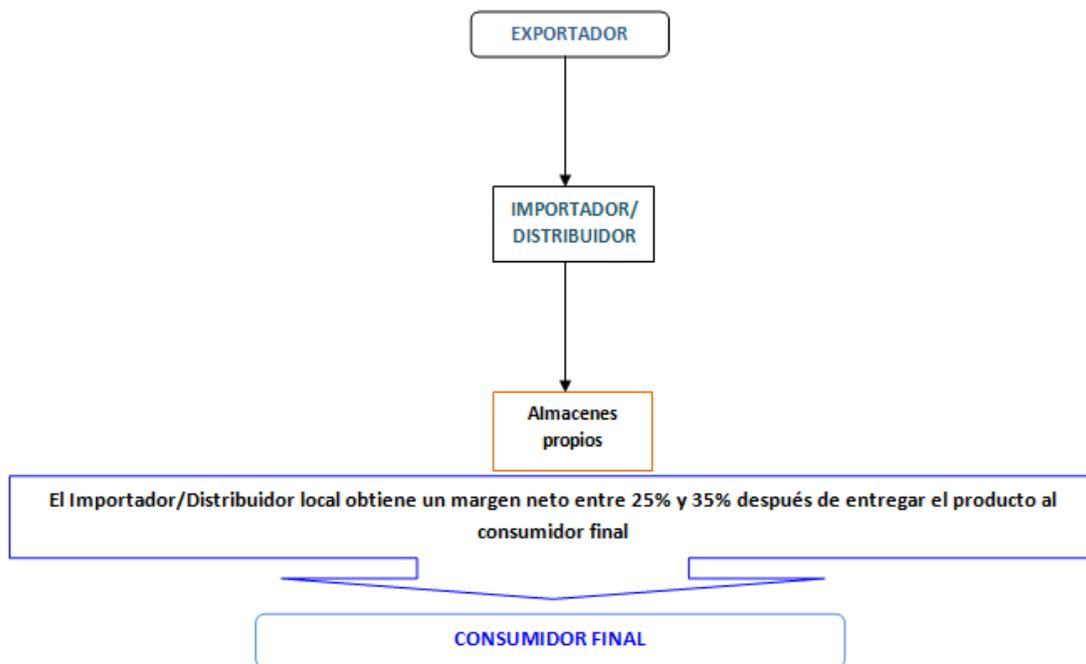
Los productos importados hacia Costa Rica están dirigidos a dos tipos de distribuidores; unos que se enfocan al mercado masivo para grandes superficies, salones de belleza y spas, y los que se enfocan a comercializar productos por medio de las ventas por catálogo como es el caso de las fragancias internacionales que se producen bajo licencia en Guatemala.

Avon, L'ebel, y Revlon son líderes en participación del mercado con los perfumes y cosméticos en Costa Rica. Revlon lidera la participación de mercado de productos no costosos en las perfumerías, supermercados, farmacias y tiendas por departamento, mientras Avon y L'ebel lideran las ventas y participación de mercado por medio de catálogo.

Por otra parte, aparecen los productos importados de una gama más alta como Mary Kay en catálogos, Calvin Klein, Carolina Herrera y Hugo Boss distribuidos en tiendas por departamento y perfumerías y están dirigidos a diferentes mercados.

2.2.4 Márgenes de utilidad del comprador/importador.

Gráfica 3. Márgenes de utilidad del importador/ distribuidor.



Fuente: Grupo investigador

2.2.5 Proceso logístico

2.2.5.1 Proceso logístico para el importador.

El proceso logístico inicia de acuerdo al Incoterm de negociación ya sea FOB o CIF¹⁴, además depende del medio de transporte que se quiera escoger. A continuación se describe el proceso, desde la salida de la mercancía de Colombia contemplando que existen dos alternativas de envío de mercancía hacia, Costa Rica vía marítima y aérea.

¹⁴ FOB la mercancía se vende en puerto de salida y CIF la mercancía se vende en puerto de llegada e incluye el costo de fletes y seguros.

Marítima.

Los siguientes puertos prestan la logística necesaria para el envío de mercancías desde Colombia hacia Costa Rica.

Puertos de Salida

- Puerto de Cartagena.¹⁵



Con destino a los puertos de Limón, Moin y Caldera en Costa Rica. Estas rutas transitan por el Mar Caribe y Océano Pacífico. La frecuencia de las rutas de los buques es de 4 a 15 días y el tiempo de tránsito oscila entre 2 y 13 días mientras que para los envíos sin conexión los tiempos oscilan entre 2 y 5 días, teniendo como punto de desembarque el Puerto de Caldera. Los precios de transporte para contenedores de 20 y 40 toneladas oscilan entre USD 800 y USD 1.300.

- Puerto de Santa Marta.¹⁶



Partiendo del Puerto de Santa Marta y teniendo como único destino Puerto Limón en Costa Rica, la frecuencia de la ruta es de 7 días y el tiempo de tránsito es de 1 a 4 días. Para contenedores de 40 toneladas el valor de transporte es de USD 1.500.

- Puerto de Buenaventura.¹⁷



Con destino a los puertos de Moin, Limón y Caldera ubicados en el Mar Caribe y Océano Pacífico, la frecuencia de las rutas de los buques es de 7 días y el tiempo de tránsito es de 4 a 14 días. Los precios de transporte para contenedores de 20 y 40 toneladas oscilan entre USD 700 y USD 1.800.

¹⁵<http://www.proexport.com.co/SIICExterno/Logistica/Reportes/ResultadoReportes.aspx?Reporte=RutasMaritimas>

¹⁶<http://www.proexport.com.co/SIICExterno/Logistica/Reportes/ResultadoReportes.aspx?Reporte=RutasMaritimas>

¹⁷<http://www.proexport.com.co/SIICExterno/Logistica/Reportes/ResultadoReportes.aspx?Reporte=RutasMaritimas>

- Puerto de Barranquilla.¹⁸



Con destino a los puertos de Caldera y Limón, ubicados en el mar Caribe y Océano Pacífico, la frecuencia de las rutas de los buques es de 7 a 15 días y el tiempo de tránsito es de 2 a 20 días. Los precios de transporte para contenedores de 20 y 40 toneladas, oscilan entre USD 800 y USD 1.240.

Puertos de Llegada.

- Puerto de Moín.¹⁹



Cuenta con un canal de acceso de 14 metros de calado, lo que permite la entrada de buques de gran capacidad. Adicionalmente, está dotado con tres atracaderos, de los cuales dos son multipropósito.

- Puerto de Limón.²⁰



Es el segundo puerto de Costa Rica, está especializado en manejo de carga general y cruceros. Cuenta con un área de almacenamiento de 3,26 hectáreas y un total de cinco atracaderos. Está ubicado a seis kilómetros de Puerto Moín, puerto con el cual funcionan como un complejo portuario.

¹⁸<http://www.proexport.com.co/SIICEexterno/Logistica/Reportes/ResultadoReportes.aspx?Reporte=RutasMaritimas>

¹⁹ <http://www.proexport.com.co/vbecontent/VerImp.asp?ID=1198&IDCompany=16>

²⁰ <http://www.proexport.com.co/vbecontent/VerImp.asp?ID=1198&IDCompany=16>

- Puerto de Caldera.



Es el principal puerto de Costa Rica y está ubicado a 100 kilómetros (6 horas) de San José, en la Bahía de Caldera. Tiene fácil acceso desde y hacia el mar por medio de un canal natural con 13 metros de profundidad.

Es la principal puerta de entrada del comercio internacional a Costa Rica. Cuenta con 3 atracaderos y está conectado a la red ferroviaria por un ramal que se enlaza con el Ferrocarril Eléctrico al Pacífico.

Aérea.

A diferencia de los otros países centroamericanos, Costa Rica cuenta con más de un aeropuerto para la recepción de mercancías provenientes de Colombia y el mundo. Se describen a continuación los servicios de los Aeropuertos El Dorado (Colombia), Internacional Juan Santa María y Aeropuerto Internacional Liberia Daniel Oduber de Costa Rica.

Aeropuerto de Salida

- El Dorado Bogotá Colombia.²¹



Existen diferentes aerolíneas que prestan el servicio entre Colombia y Costa Rica, la frecuencia de los vuelos de pasajeros y de carga se encuentra entre 1 y 2 vuelos diarios dependiendo la compañía. El costo de la carga mínima está entre los USD 85 y USD 205. Para mercancías que superen los 500 kg. la tarifa va desde USD 0,80 hasta USD 1,05 por cada kilogramo.

²¹<http://www.proexport.com.co/SIICExterno/Logistica/Reportes/ResultadoReportes.aspx?Reporte= TarifasAereas>

Aeropuerto de Llegada

- Internacional Juan Santamaria.²²



Se encuentra ubicado a 17 kilómetros al noroeste de la ciudad de San José. Concentra parte sustancial de la carga aérea internacional y la totalidad de la carga procedente de Colombia. Está dotado de facilidades para el manejo y almacenamiento de carga general, perecedera y de valores.

- Internacional de Liberia Daniel Oduber.²⁴



Se encuentra ubicado al noroeste del país en la provincia de Guanacaste a 13 kilómetros de la ciudad de Liberia. Este aeropuerto es de alta importancia para el sector turístico. Presenta mejores condiciones climáticas para el tránsito aéreo que San José. Se espera que funcione como aeropuerto alternativo al Aeropuerto Internacional Juan Santa María.

Al momento de presentarse ante las autoridades aduaneras es necesario:

- Tener la documentación completa, clara y con anterioridad a la llegada de la mercancía.
- Relacionar toda la información en la factura: precio unitario, descripción de cada uno de los ítems, moneda de negociación, Incoterm usado en la negociación, información general de la empresa vendedora (exportador), dirección, teléfono y página Web. Esta factura debe estar en Español o, en su defecto, debe venir con traducción oficial de la misma.

²² <http://www.proexport.com.co/vbecontent/VerImp.asp?ID=1198&IDCompany=16>

²³ <http://www.proexport.com.co/vbecontent/VerImp.asp?ID=1198&IDCompany=16>

²⁴ <http://www.proexport.com.co/vbecontent/VerImp.asp?ID=1198&IDCompany=16>

Gráfica 4. Trámites de nacionalización de la mercancía²⁵.

En los siguientes cuadros se describe el proceso de nacionalización de la mercancía, así como los trámites y los documentos que se presentan ante la aduana:

PASO 1.

| Trámite | Entidad | Documentos y Requisitos | Tiempo | Costo |
|------------------------|--|---|---|--|
| Registro de Documentos | Aduana del puerto o aeropuerto o de manera electrónica | Envíos Comerciales: 5 facturas comerciales firmadas por el expedidor (2 copias por correo aéreo al consignatario, 3 copias con el envío). Debe contener: Nombre completo y dirección del expedidor y del consignatario, fecha y lugar del envío, estación de salida y de destino, país de origen, fecha del envío, cantidad de paquetes, números de las marcas y clase de paquete, contenido de cada paquete con la descripción detallada de cada artículo, peso neto de cada clase de artículo y peso bruto de cada paquete en kilogramos, precio unitario y total de cada artículo, valor en CIF y FOB y especificación del transporte y de otras cargas; para las siguientes declaraciones juradas, firmadas por el embarcador, a título individual, | El tiempo depende de la cantidad de mercancías para nacionalizar. | El costo promedio de todo el proceso oscila entre los USD 100 y los USD 120. |

²⁵ <http://www.proexport.com.co/vbecontent/VerImp.asp?ID=1198&IDCompany=16>

PASO 2.

| Trámite | Entidad | Decisión | Tiempo | Costo |
|-----------------------------|----------------------|--|---|--|
| Inspección Externa de Carga | Aduana de Costa Rica | Si hay aceptación de la mercancía se pasa a la presentación de la declaración de importación y la liquidación de los tributos. | El tiempo en muchas ocasiones depende de la cantidad de mercancías para nacionalizar. | El costo promedio de todo el proceso oscila entre los USD 100 y los USD 120. |

PASO 3.

| Trámite | Entidad | Decisión | Tiempo | Costo |
|--------------|----------------------|---|--|--|
| Selectividad | Aduana de Costa Rica | En este punto se pueden presentar tres posibilidades según la discrecionalidad de la aduana: 1. Semáforo Rojo 2. Semáforo Amarillo 3. Semáforo Verde. | Dependiendo la selectividad los tiempos varían pero están entre los 2 a 5 días | El costo promedio de todo el proceso oscila entre los USD 100 y los USD 120. |

PASO 4. La aduana somete de manera discrecional a la mercancía que se importa a alguno de los siguientes tres procedimientos.

| Trámite | Entidad | Decisión | Tiempo | Costo |
|---------------|----------------------|---|------------------|--|
| Semáforo Rojo | Aduana de Costa Rica | Revisión física de la carga por parte de un fiscal de la aduana | Entre 1 y 2 días | Depende en muchas ocasiones de la cantidad de la mercancía y del número de personas que se necesite en el proceso de carga y descarga de la mercancía. |

| Trámite | Entidad | Decisión | Tiempo | Costo |
|-------------------|----------------------|--|-------------------------|----------------|
| Semáforo Amarillo | Aduana de Costa Rica | Revisión de la autoliquidación de los tributos | Entre 12 horas y un día | No tiene costo |

| Trámite | Entidad | Decisión | Tiempo | Costo |
|----------------|----------------------|---|--------------------|----------------|
| Semáforo Verde | Aduana de Costa Rica | Disponibilidad de la mercancía por parte del importador | Entre 6 y 12 horas | No tiene costo |

Para efectos de una operación de exportación, es muy importante contar con más de una cotización para tomar la decisión más adecuada. Se deben cotizar los gastos adicionales que se puedan generar hasta la entrega de la mercancía al consignatario de la misma en destino. Se debe tener en cuenta que adicional a los gastos de transportes pueden existir otros gastos por concepto de seguros, nacionalización, distribución, almacenamiento y otros, dependiendo del término de negociación (Incoterm utilizado).

2.2.5.2 Principales carreteras.

Costa Rica posee una infraestructura de transporte compuesta por 35.330 Km. de carreteras, de las cuales el 24,4% se traducen en 8.621 kilómetros pavimentados y el 75,6%, es decir, 26.709 kilómetros, se encuentra sin pavimentar. A lo largo del territorio nacional existe una extensión de 663 kilómetros que pertenecen a la Carretera Panamericana, la cual conecta a Costa Rica con Nicaragua y Panamá.



2.2.5.3 Oferta logística local.

En materia de logística y comercio exterior, existen empresas que cuentan con profesionales capacitados en clasificación arancelaria, licenciados en derecho, químicos y agentes de aduana inscritos ante la autoridad aduanera, que cuentan con las garantías exigidas para realizar dicha labor. Estas empresas prestan servicios integrales y cuentan con la infraestructura para atender el manejo de la carga de las mercancías de acuerdo a los requerimientos, incluida la distribución,

el reempaque, el empaque para promociones, es decir, todos los requerimientos necesarios en materia de distribución y logística.

En Costa Rica es obligatorio el uso de Agente de Aduana y existe una gran cantidad de empresas que ofrecen el servicio de agente. Todos los agentes deben estar inscritos ante la autoridad aduanera y deben contar con las fianzas respectivas. El agente es persona natural que se encuentra dentro de una empresa que por lo general presta servicios complementarios y se les exige título profesional y presentar exámenes cada dos años.

Las tarifas de la empresa que recibe la mercancía (incluyendo la labor del agente aduanero) oscilan entre USD 70 y USD 80 para productos cuyo valor no sea superior a USD 5.000; para mercancías con un valor entre USD 5.000 y USD 10.000 un porcentaje del 1% sobre el valor CIF; para productos cuyo valor sea de más de USD 10.000 un porcentaje del 0.5% del valor CIF. La tarifa mínima no es menor de USD 50. Estos costos solo incluyen Revisión Exterior de la carga, despacho de la mercancía y envío de un tramitador para retiro de la carga; en caso de inspección física, este trámite tiene recargos y es cobrado con una tarifa dependiendo de la complejidad de la inspección, del término utilizado en la misma y del lugar donde deba realizarse. Igualmente, si la mercancía es heterogénea y requiere de la presentación de varios ítems en la declaración o de varias declaraciones, el costo del agenciamiento es mayor.

Adicionalmente se deben cancelar gastos de transporte terrestre dentro del país, de inspección (cuando esta ocurra), de desplazamiento del contenedor o de la carga al depósito de la aduana, de bodegaje, de comodato de contenedores, por demoras y en general todos los gastos adicionales que se generan en la importación de la mercancía. Los puertos y depósitos fiscales trabajan los siete días de la semana.

La Aduana de Costa Rica cuenta con una página Web <https://www.hacienda.go.cr/Msib21/Espanol/Direccion+General+de+Aduanas/BIENVENIDA.htm> donde se pueden encontrar los listados de los Depósitos de Aduanas, de los Agentes de Aduana, de los Apoderados, y en general, de todos los auxiliares de la función aduanera.

Estos son algunos agentes de carga que pueden ser consultados:

- UPS: Licenciado Arnoldo Lobo Zamora Tel. (506) 2293-4750. Correo electrónico: alobo@seisacr.com

- AIME: Licenciado Rómulo Ugalde. Tel. (506) 2239-8181. www.aimicargo.com. Correo electrónico: rugalde@aimicargo.com
- CORPORACION AEROMAR: Licenciado Jorge Ulloa Chavarría, Gerente de Operaciones. Tel (506) 2247-0444 www.aeromar.co.cr. Correo electrónico: jorge.ulloa@aeromar.cr
- CONSOLIDACIONES MUNDOTRANS S.A.: Dagoberto Aguilar. Tel. (506) 2248-9290. Correo electrónico: daguilar@mundotrans.net www.mundotrans.net
- MILENIO 2000, Teresita Ruíz, Tel. (506) 2239-5872. www.corporacionmilenio.com; Correo electrónico: teresita.ruiz@corporacionmilenio.com
- AGENCIA ADUANAL SICSA: Carlos E. Vargas. www.sicsa.co.cr; Correo electrónico: enrique.vargas@sicsa.co.cr www.sicsa.co.cr

2.2.5.4 Requisitos para importar muestras sin valor comercial²⁶

Se considerarán muestras sin valor comercial siempre que su valor no exceda los USD 50.

- a. Las mercancías elaboradas de cualquier material, acondicionadas para su exhibición en cartulinas o soportes ordinarios, con excepción de los metales preciosos o gemas.
- b. Las materias y productos que por su tamaño o composición y por su presentación unitaria, no puedan utilizarse para cualquier otro fin que no sea su presentación como muestra.

Se considerarán además muestras sin valor comercial, otras mercancías que hayan sido inutilizadas para la comercialización o fin para el que fueron destinadas en forma original y normal o para cualquier otro fin que no sea su presentación como muestras, mediante cortes, perforaciones o colocación de marcas indelebles con la leyenda "Muestra sin valor comercial".

²⁶

http://www.pgr.go.cr/scij/busqueda/normativa/Normas/nrm_repartidor.asp?param1=NRA&nValor1=1&nValor2=48352&nValor3=67609&nValor5=391&nValor6=14/06/1996&strTipM=FA

El interesado efectuará la declaración aduanera en los formatos que establezca la Dirección General, con indicación de la descripción de las mercancías, sus cantidades, precio y la finalidad u objeto de su importación.

El interesado presentará con la declaración aduanera la factura comercial. En caso que el valor en factura de las mercancías exceda USD 200 deberá presentarse, adicionalmente, la declaración del valor aduanero. El interesado deberá acreditar el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias a que estén sujetas las mercancías.

2.2.6 Percepción del producto colombiano.

En Costa Rica la población no tiene mucho conocimiento acerca del sector de perfumes y aguas de tocador colombiano. Sin embargo, los distribuidores entrevistados están de acuerdo en que el producto colombiano cuenta con una buena presentación y alta calidad, aunque no posee marcas reconocidas internacionalmente, lo cual implica que el proceso de comercialización local se realice a baja escala. Los productos cosméticos colombianos más reconocidos en Costa Rica son las aguas de tocador, las cremas corporales y los jabones.

2.2.7 Condiciones de compra y pago.

Es importante resaltar que en el trabajo de campo realizado se encontró que en la mayoría de las negociaciones utilizan como término de negociación FCA²⁷ o FOB²⁸. Por tanto el comprador es responsable del transporte internacional, de los seguros sobre la carga y de los trámites inherentes a la nacionalización de las mercancías. Solo algunas empresas grandes que cuentan con sedes instaladas en Costa Rica y con distribuidores en este país, utilizan un término de negociación diferente. Por tanto, en materia logística casi el 90% de los negocios para mediana y pequeña empresa se genera en Costa Rica no en Colombia.

²⁷ FCA - Libre Transportista: El vendedor cumple con su obligación una vez le haya entregado los bienes al transportador designado por el comprador, en el lugar acordado habiendo cumplido con las formalidades de aduana

²⁸ FOB – Free On Board: el vendedor está en la obligación de colocar los bienes en su punto de embarque, listos para el envío

2.3 ANÁLISIS SECTORIAL E INDUSTRIAL

2.3.1 Tendencias sectoriales.

Costa Rica reportó para el periodo 2006-2008 un aumento considerable en las importaciones de productos de perfumes y aguas de tocador que crecieron en promedio un 17%, cifra que refleja una creciente demanda por estos productos.

Para el periodo 2008 a 2009 se registró una caída en las importaciones de dicho producto de 9% contracción que se explica por la crisis mundial que afectó los niveles de consumo de bienes de lujo y/o bienes que no son de primera necesidad en Costa Rica.

Las cifras preliminares y la percepción de importadores y distribuidores encuestados indican que en 2010 se recuperará el mercado, pero es probable que la tendencia descrita en el análisis de los volúmenes de importación, según la cual existe una preferencia por productos de menor precio.

2.3.2 Perspectivas y oportunidades para los productos de Bogotá y la región

Como se pudo observar en la sección que se refiere a los períodos de compra los costarricenses consideran los Perfumes y Aguas de Tocador artículos costosos y suntuarios, que se regalan en ocasiones especiales y para personas muy cercanas, por lo que se sugiere la búsqueda de oportunidades mediante el ofrecimiento de fragancias a bajo precio que puedan demandarse para consumo de los compradores a lo largo de todo el año. Las oportunidades surgen también de la estructura de distribución de multinivel por catálogo en las cuales los compradores se convierten en los distribuidores del producto, manejando márgenes menores, que repercutirá en menores precios al consumidor. Se recomienda ofrecer una amplia variedad de fragancias frescas ya que esta es una constante en el mercado.

2.3.3 Productos, marcas, precios y empresas líderes en el mercado.

Productos, marcas y empresas líderes en el mercado

El consumo de los productos de Perfumes y Aguas de Tocador está fuertemente marcado por el poder adquisitivo y la clase social, pues la clase alta está en busca de perfumes de marcas europeas o marcas de diseñador reconocidas. En este grupo se distinguen productos como Dior, Givenchy, Carolina Herrera, Chanel, Issey Miyake y Calvin Klein. Las empresas que venden este tipo de productos son tres grandes aglomerados como lo son el grupo Wissar con la Riviera, SantoNore y Anfora.

Por otra parte, si el producto va destinado a la clase media-baja, el líder del mercado corresponde a Avon quien está haciendo una fuerte campaña de publicidad con sus perfumes.

Las empresas nacionales como Laboratorios Nacionales S.A, compiten por el nicho de mercado representado en los supermercados y los grandes almacenes de consumo masivo y más económico.

Cuadro 15. Precios de la subpartida 3303.00.00.00 en Costa Rica

| Perfumes y Aguas de Tocador | | |
|------------------------------------|-----------------|--------------------|
| Producto | Marca | Precio US\$ |
| Hombre | | |
| Perfume | Pacco Rabanne | 94 |
| Perfume | Lacoste | 65 |
| Perfume | Hugo Boss | 54 |
| Perfume | Benneton | 60 |
| Perfume | Calvin Klein | 77 |
| Mujeres | | |
| Perfume | Nautica Women | 19,99 |
| Perfume | Swiss Army | 46,05 |
| Perfume | American Beauty | 34 |
| Perfume | Diesel | 86 |
| Perfume | Givenchi | 105 |
| Perfume | Pacco Rabanne | 94 |

Fuente: Grupo investigador

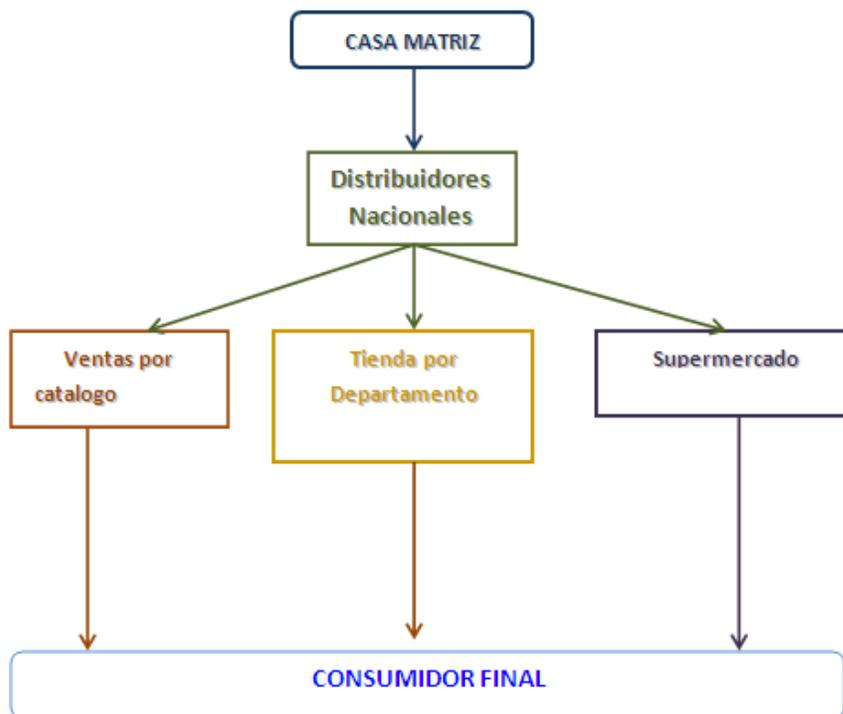
2.3.4 Canales de distribución.

En el trabajo de campo se identificaron varios canales de distribución que surten al consumidor final. Con frecuencia los productores extranjeros usan como intermediarios a los distribuidores nacionales, ya que estos poseen la infraestructura logística y comercial que permite distribuir en todas las regiones del país los productos en cuestión.

Los supermercados en Costa Rica son canales de distribución de Perfumes y Aguas de Tocador y se orientan a diferentes segmentos de mercado. Supermercados Palí atiende la población de clase media-baja, Más x Menos, Hiper más, Megasuper y Perimercados a clase media-alta y Price Smart a la clase alta. Todos estos mercados son en su gran mayoría abastecidos por Unilever, Procter & Gamble, productores nacionales y las distribuidoras Costenla y Cefa.

Se presenta a continuación un esquema que tipifica los canales de distribución más utilizados en el sector belleza en Costa Rica, específicamente los productos comprendidos en la subpartida 3303.00.00.00, Perfumes y Aguas De Tocador:

Gráfica 5. Canales de distribución



Fuente: Grupo investigador

III. CONCLUSIONES

El mercado de perfumes y aguas de tocador en Costa Rica está dividido en dos nichos de mercado según el poder adquisitivo de la población: de alto y bajo poder adquisitivo. En el primero es importante considerar que es un mercado que no es fiel a las fragancias sino al prestigio que da usar este tipo de marca y a la confianza que brinda el canal de comercialización. Por otro lado, el segundo nicho de mercado tiene unas preferencias más enfocadas hacia la relación precio/calidad. Quienes proveen esta clase de productos deben ajustarse a la economía de la población, que depende en buena medida de remesas internacionales, que se vieron disminuidas debido a la crisis en Estados Unidos.

Si el exportador colombiano desea ingresar al mercado masivo de grandes superficies o cadenas de farmacias, donde el consumidor final es sensible al precio, deberá trabajar con los grandes distribuidores del país y crear relaciones de largo plazo. Por otro lado, si se desea ingresar a salones de belleza, góndolas o islas dentro de los centros comerciales, el distribuidor elegido debe apoyarse en los puntos de venta de personal calificado para la promoción y divulgación de las cualidades del producto (donde se usan productos de marcas menos reconocidas y el precio es la variable más sensible). Pero si además se desea ingresar a salones de belleza y Spas, el distribuidor elegido debe conocer las necesidades que más se demandan en dichos establecimientos pues el cliente se mueve en función de adquirir tratamientos que se acomoden a sus necesidades específicas. En los productos demandados en este tipo de canal de comercialización, los ingredientes son naturales y/o orgánicos en su mayoría.

El nicho de mercado con ingresos medios y bajos está siendo atendido de manera creciente por medio de ventas por catálogo y estrategia que puede resultar interesante para exportadores de Bogotá y la región. Por otro lado, es necesario que el exportador colombiano tenga en cuenta la gran competencia que existe en el mercado costarricense de esta clase de productos, pues los competidores principales (Guatemala, Panamá y Estados Unidos) tienen preferencias arancelarias.