

El sector cosmético en Costa Rica: Un mercado de oportunidades para las empresas francesas

Desde la entrada en vigor del aspecto comercial (1 de octubre de 2013) del Acuerdo entre la Unión Europea y los países de América Central, las barreras arancelarias de los productos cosméticos han sido parcialmente reducidas¹, ofreciendo así nuevas oportunidades para las empresas francesas en los 7 diferentes mercados de América Central. Costa Rica, con sus más de 5 millones de habitantes, tiene el nivel de vida más alto de los países centroamericanos, con un PIB per cápita superior a los 13 000 dólares al año en 2022, más del doble que en El Salvador y Guatemala. Por lo tanto, las empresas francesas de este sector tienen todo el interés en interesarse en el mercado costarricense, que está en plena evolución.

Gran atracción por los productos cosméticos

Las costarricenses dan gran importancia al cuidado facial y a los cosméticos. Utilizan diariamente todo tipo de cremas hidratantes, tonificantes y limpiadoras. En 2022, Costa Rica fue el 79º importador de cosméticos del mundo, con un total de 55,4 millones de dólares gastados. Es importante destacar que los hombres costarricenses también son grandes consumidores de productos cosméticos.

Nuevas tendencias de consumo

En Costa Rica, el sector de los cosméticos ha experimentado un crecimiento estable en el período 2022. Además, los actores del mercado han observado cambios en el comportamiento de los consumidores, principalmente debido al efecto de la pandemia de COVID-19. De hecho, el consumidor costarricense ahora busca productos más seguros, minimizando el riesgo de contaminación². La innovación es esencial, al igual que la identificación de nuevas fórmulas o ingredientes que respeten más las preocupaciones de los consumidores.

Sin embargo, el panorama competitivo se ha vuelto más complejo con los años. En efecto, Costa Rica, con su economía fuerte y estable, ha atraído a muchas marcas extranjeras, como Yves Rocher desde 2022. Estas marcas han invertido para desarrollar ofertas atractivas para el consumidor final.

¹ Para el capítulo 33 (aceites esenciales y resinosos, productos de perfumería o de tocador preparados y preparaciones cosméticas), algunos productos (perfumes, aguas de tocador) se benefician de una eliminación total de las barreras arancelarias, mientras que otros (maquillaje, productos de manicura, desodorantes) tendrán una reducción gradual en un plazo de 5, 10 a 13 años.

² [procomer](#)

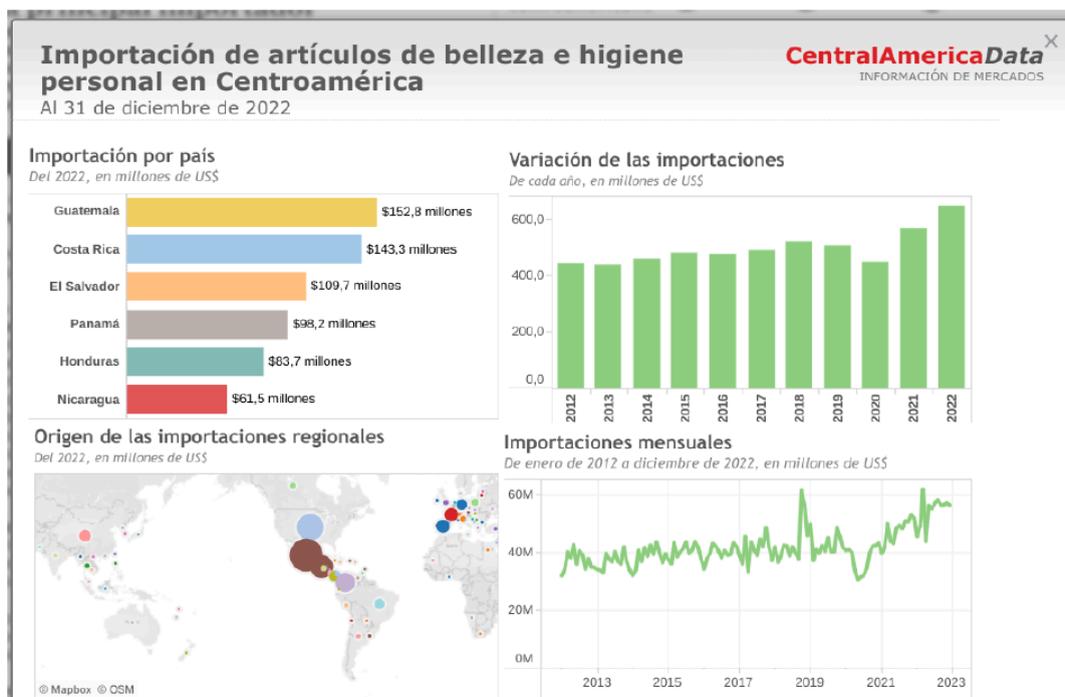
Además, la industria cosmética se ha centrado con éxito en el mercado de spas en los últimos años. El número de salones de belleza ha aumentado considerablemente en todo el país, especialmente en la capital, San José (Gran Área Metropolitana). Hay franquicias nacionales e internacionales presentes en el sector del bienestar y la belleza. En 2016, representaban respectivamente el 3% y el 6%. Gracias a este mercado, productos como los aceites (y aceites esenciales) y los extractos de plantas han experimentado un fuerte crecimiento desde el mismo año.

Oportunidades para captar en las industrias y los consumidores

A pesar de una disminución de las exportaciones costarricenses de productos cosméticos, estas aún representaron 10 millones de dólares en 2021, principalmente hacia Panamá (43%), Guatemala (30%) y El Salvador (11%).

Sin embargo, la producción local de cosméticos es mínima en comparación con la demanda del país. Solo existen algunas marcas locales que comercializan productos cosméticos (LABINSA, Bioland, Centro Natural La Fuente), lo que ofrece importantes oportunidades para las marcas extranjeras.

Por lo tanto, Costa Rica importa enormemente, ya que la producción local no es suficiente. Es el segundo país de la zona que más importa artículos de belleza e higiene, con 143,3 millones de dólares de importaciones en 2022, detrás de Guatemala (ver gráfico abajo). En 2022, la mayoría del valor importado provenía de Estados Unidos, Colombia, México, Francia y España.



En 2022, Francia exportó un total de 106 millones de dólares a Costa Rica. Los principales productos exportados fueron medicamentos envasados (15,3 millones de dólares), vacunas, antitoxinas y cultivos (5,1 millones de dólares), y productos de belleza (4,04 millones de dólares).

Una distribución más diversificada

En Costa Rica, los productos cosméticos se distribuyen principalmente en salones de belleza, farmacias y supermercados. En los últimos años, la venta por internet se ha democratizado en gran medida en este sector y permite establecer un diálogo directo entre el fabricante/importador y el consumidor final.

El mercado costarricense = una apertura hacia otros mercados centroamericanos

El mercado costarricense, en el marco del sistema de integración centroamericana (SICA), ofrece una apertura hacia otros mercados de la región (Belice, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, además de la República Dominicana en el Caribe). Esta integración aduanera permite realizar solo una vez los trámites administrativos, como el registro sanitario de los productos cosméticos. Costa Rica se presenta así como una plataforma de entrada al mercado centroamericano, que representa más de 50 millones de consumidores potenciales.