
Estudio de Mercado Envases, Embalajes y Etiquetas en Costa Rica

Marzo 2012

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en San José,
Costa Rica

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	5
1. Arancel General, Arancel Preferencial Producto Chileno, Otros Países con Ventajas Arancelarias y Otros Impuestos:	5
2. Barreras Para – Arancelarias	5
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	5
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	5
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	6
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	6
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	8
1. Estadísticas 2011	8
2. Estadísticas 2010	9
3. Estadísticas 2009	9
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	10
1. Potencial del producto	10
1.1. Formas de consumo del producto	12
1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)	12
1.3. Comentarios de los importadores	12

1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....	13
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.	13
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>13</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i>	<i>14</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i>	<i>14</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>14</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i>	<i>15</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>16</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i>	<i>16</i>

PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

Envases flexibles con impresión metalizada	3920202100

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Envases flexibles con impresión metalizada

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

Producto	Código
Envases flexibles con impresión metalizada	3920202100



SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL, ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO, OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS Y OTROS IMPUESTOS:

Producto	Arancel general	Arancel Preferencial Chile	Otros países con ventaja arancelaria	Otros Impuestos
Las demás placas, láminas, hojas y tiras de plástico flexible con impresión metalizadas.	9%	0%	México, Panamá, República Dominicana, CARICOM (*), Centroamérica. Canadá al 2012 paga un 2.63% y EEUU un 4.8%	1% ley 6946 Los países con TLC no lo pagan, entre ellos Chile Sin excepción, todas las importaciones pagan el 13% de Impuesto de Ventas (IVA).

(*)CARICOM vigentes con: Jamaica; Guyana; Barbados; Surinam y Trinidad & Tobago) y pendientes de ratificación: Antigua; Barbuda; Belice; Dominica; Granada; San Cristóbal; Nieves; Santa Lucía; Saint Vincent y Las Granadinas).

2. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

No se encontró ninguna barrera arancelaria debido a que la medida antidumping aplicada por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica para las importaciones originarias de Chile de esta partida arancelaria terminó el 17 de enero del 2012.



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Es importante considerar que todos los productos alimenticios que Costa Rica exporte a la Unión Europea, en envases plásticos, deberán adaptarse a la reglamentación sobre los plásticos que están en contacto con alimentos, el cual establece requisitos específicos para la fabricación y comercialización de materiales y objetos plásticos destinados a entrar en contacto con alimentos, se trata del reglamento 10/2011 aprobado el 14 de enero del 2011 y que rige a partir del 1 de mayo del 2011.

Esta reglamentación se puede ver en: <http://www.mundoplast.com/images/reglamento1501.pdf>

Se requiere DUS (Documento aduanero), factura comercial y el certificado de origen.

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

Ventanilla única de Comercio Exterior de PROCOMER (Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica, www.procomer.com) www.procomer.com/contenido/ventanilla-única-de-comercio-exterior.html

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS

Envases de café:



Tostadora El Dorado





Otros envases :





IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

1. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
El Salvador	138,978	1,084,331	41%
Guatemala	158,736	942,681	34.9%
Taiwán	46,730	416,509	16%
Chile (4º)	12,736	108,415	4.1%
Otros	200090	98,186	4.%
Total Importado	377,270	2,650,122	100.00%

Fuente: Instituto nacional de Estadísticas y Censos. Costa Rica. 2011

2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
El Salvador	137,439	979,366	57%
Guatemala	119,951	658,088	38%
EEUU	5,678	35,459	2%
Chile (4º)	3,204	20,001	1%
Otros	2,706	17,447	2%
Total Importado	268,978	1,710,356	100.00%

Fuente: Instituto nacional de Estadísticas y Censos. Costa Rica.

3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
El Salvador	259,313	767,310	49%
Guatemala	85,535	478,415	31%
Taiwán	32.704	219,209	14%
Chile (4º)	10,975	66,892	4%
Otros		38,569	2%
Total Importado	399,920	1,570,395	100.00%

Fuente: Instituto nacional de Estadísticas y Censos. Costa Rica.

En el año 2011 las importaciones totales registraron un aumento de un 55% con relación al año 2010, unos de los sectores de importación más dinámicos en los últimos años. A pesar de ingresar un nuevo oferente como es Taiwán, las exportaciones desde Chile fueron las que tuvieron un mayor crecimiento respecto del año 2010, se incrementaron en un 440% versus 10% y 43% de El Salvador y Guatemala, respectivamente.

V ■ POTENCIAL DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

En primer lugar se debe señalar que dentro del marco del TLC entre Chile y Costa Rica los envases flexibles tienen arancel 0% versus el que debe pagar los productos originarios de países que no tienen TLC con Costa Rica, como es el caso de Taiwán que en el año 2011 fue el tercer país proveedor, esta situación nos da una ventaja competitiva.

El potencial de envases flexibles metalizados en el mercado de Costa Rica es muy grande, especialmente el orientado a la industria alimenticia área relevante en la producción nacional, esta representó el 6% de la producción nacional y un 12% de las exportaciones nacionales en el año 2011.

La industria alimenticia de Costa está compuesta por más de 1.300 industrias en todo el país, en un 98% micro y pequeña empresa, que generan más de 43.000 empleos directos. Con más de 100 años de experiencia ha desarrollado productos de alto valor agregado. Con relación a las exportaciones aumentaron un 15% en comparación a 2010, pasando de US\$1,133 millones a US\$1.301 millones en 2011. Centroamérica y Panamá siguen siendo los mercados más importantes para esta industria, representando un 44% del total de las exportaciones del sector.

Los industriales de alimentos están apostando a la innovación de productos, estrategias de marcas y lealtad del consumidor, certificaciones de calidad, diversificación de los canales de ventas, mejorar la participación en los mercados externos e incrementar su portafolio de productos a objeto de mejorar los márgenes de rentabilidad, ante esta estrategia los empresarios se ven obligados a innovar permanentemente sus envases, embalajes y etiquetas para mantenerse presentes en las decisiones del consumidor.

Cabe destacar, que en Costa Rica se encuentran varias plantas de producción de empresas que atienden el mercado centroamericano como es el caso de Unilever, Galletas Pozuelo, Productos Jacks, Numar, Grupo Florida, CEFA, Demasa, entre otras compañías y existen muchas empresas emparadoras de café para exportación y consumo interno. En virtud de lo anterior, existe gran potencial de mercado para productos importados de envases dado la poca oferta local y a que los estándares de calidad son muy bajos, por lo que los empresarios de este país se inclinan por envases importados. Una ventaja para los envases de origen chileno es que los empresarios locales tienen amplio conocimiento de la internacionalización y modernización del sector de envases y embalajes de Chile lo que favorece una percepción positiva de la industria chilena del producto en estudio.

A lo anterior, se debe agregar que Costa Rica aspira a ser una potencia alimentaria dentro de la región centroamericana por lo que el segmento de envases, empaques y etiquetas cobra especial relevancia toda vez que la oferta local es muy cara y no se ajusta a los requerimientos de la industria alimenticia local, farmacéutica y de productos de limpieza.

Con relación a la industria del café es importante señalar que más de veinte empresas tostadoras y emparadoras son asociadas a la Cámara de Tostadores de Café, las cuales requieren envases flexibles con empaques resellables, válvulados con alta tecnología para mantener intacta la frescura del café. El consumo local per cápita anual del grano es alrededor de 4,31 kilos y predominan las variedades Caturra y Catuai de la especie arábica que producen una bebida de suave acidez, cuerpo ligero, aroma delicado y gran diversidad de sabores achocolatados y frutales. En la actualidad hay 8 regiones productoras de café: Valle Central, Valle Occidental, Tarrazú, Tres Ríos, Orosi, Brunca, Turrialba y Guanacaste.

De acuerdo a los datos proporcionados por el ICAFE (Instituto Costarricense de Café de Costa Rica), Costa Rica exporta el 90% del café que produce y su venta representa 15% de las exportaciones totales del país. Los principales mercados de exportación para Costa Rica actualmente son: Estados Unidos, Bélgica, Luxemburgo, Alemania, Italia y Japón. Las exportaciones totales de café alcanzaron los 373.6 millones de dólares en el año 2011, un 45% más que los 257,6 millones de dólares registrados en el año 2010.

Los cafetaleros nacionales se propusieron una meta país de exportar, de aquí al 2020, el 30% de la cosecha de café que se produce como producto terminado y no como materia prima.

Es interesante mencionar que más de 12 compañías costarricenses del sector de la industria alimentaria han formado un consorcio de exportación denominado Costa Rican Food Group - (CRFG) las cuales cuentan con una amplia trayectoria de producción y comercialización de alimentos procesados en el mercado costarricense y, a la vez, se proyectan fuertemente en los mercados internacionales por medio de sus programas de expansión y comercialización. Lo anterior representa una oportunidad para las empresas chilenas de envases y empaques para ofrecer sus productos a un grupo de empresas.

Chile se ha destacado por ofrecer a las empresas locales innovación, nuevas tecnologías, nuevas presentaciones precios competitivos y valor agregado tales como alta precisión de diseño, calidad y rendimiento, cumplimiento en las fechas de entrega así como diversidad en soluciones de envases inteligentes lo que ha permitido desarrollar el mercado de Costa Rica al generar confianza del empresario costarricense con proveedores chilenos de este sector ya presentes en el mercado tales como HYC, Envases flexibles, Impresos Industriales y otras compañías.

Se observa mucho interés por los empaques biodegradables con el ambiente debido a que la oferta local es muy reducida y con un valor muy alto.

No obstante, una limitante del mercado es la existencia de la empresa Resinplash de origen peruano instalada en la Zona Franca del Coyo de Alajuela ofreciendo impresión y laminación de empaques flexibles cumpliendo con todas las normas exigidas por la industria alimenticia con precios muy competitivos, ello explica en parte la reducción de participación de mercado que tuvo Chile en el año 2010. Esta empresa es muy agresiva con un servicio muy personalizado y garantía de entrega del producto en un tiempo muy corto.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Los envases flexibles metalizados se comercializan en forma de bobinas de 20 a 25 kilos para ser utilizadas en máquinas de envasado automático de alta velocidad. El producto final va a depender de los requerimientos del cliente como por ejemplo del espesor del laminado, de las propiedades tanto mecánicas, ópticas así como de barrera química para proteger al producto, por lo tanto existen diversas formas de consumir el producto en estudio.

Los envases flexibles se exportan en laminado compuestos de mono o varias capas de metal y se le conoce con el nombre de “stand –up-pouch”, los cuales se refieren a envases flexibles que se pueden parar en góndola o en uso. Flowpack estos son los envases de mono-capa o bi-capa para envases de snacks. Además, existen los sachets que son los envases tipo mermeladas y/o salsas. En este sentido la forma del consumo del producto es muy variada.

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

El producto en estudio se refiere a un bien hecho a la medida de cada cliente, por esta razón el mercadeo debe ser directo y con un servicio muy personalizado. Por lo general, antes de la aprobación final del uso y arte se envían muestras para hacer las pruebas respectivas y se lleva a cabo todo un proceso de ajustes de acuerdo a cada producto. Lo anterior, obedece a que es un producto desarrollado y elaborado a la medida del cliente como una solución integral dependiendo del producto de que se trate y las necesidades de cada producto como por ejemplo: lácteos, dulces, galletas, café, comida para mascotas, salsas, jugos, productos de limpieza, higiene y tocador, etc.

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES

Chile tiene la capacidad en gestión para implementar soluciones integrales y sustentables de envases flexibles con impresión flexo gráfica con altos estándares de calidad y a precios competitivos y con excelente servicio lo que ha permitido a Chile posicionarse como cuarto país proveedor en soluciones de empaque flexible metalizado durante los últimos años. Además varias empresas chilenas cuentan con certificaciones internacionales lo que le da un respaldo de garantía y solidez a sus productos. Por otra parte, los importadores señalaron que Chile ofrece soluciones en envases flexibles para todo tipo de necesidades, con gran variedad de materiales de empaque y con la más alta tecnología lo que permite proteger al producto final de la humedad y la oxidación para dar mayor vida útil; esto permite satisfacer al cliente de su cliente y es la razón principal por la que ellos se inclinan por proveedores chilenos y la mayoría de las empresas chilenas que exportan a este mercado tienen un representante local técnico que es que coordina las cotizaciones y la entrega del producto final de acuerdo a las especificaciones solicitadas por cada uno de sus clientes. Esta situación garantiza un adecuado y eficiente manejo del proceso servicio directo y una comunicación más fluida entre el fabricante y el cliente final.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

Dada la naturaleza de este tipo de productos la demanda es sostenida a lo largo de todo el año.

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Los principales centros de consumo para este tipo de productos son las industrias de alimentos y de café que en Costa Rica existen alrededor de 1.300 empresas, más las emparadoras de café, alimentos para animales, productos de limpieza, cosméticos y productos de belleza que principalmente estas Compañías están ubicadas en la gran área metropolitana (San José, Alajuela, Heredia y Cartago).

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

El producto se orienta a entregar soluciones de packaging directamente al sector industrial tanto productores y envasadores de productos alimenticios y de café, por ello el canal es directo entre fabricante y los requerimientos de la empresa (línea de producción) del importador toda vez que el envase se inserta en el proceso productivo y/o participando activamente en la cadena de valor de la empresa.

La mayoría de las empresas chilenas que exportan a Costa Rica del sector de envase y embalaje tienen un representante local que permanentemente visita a las diferentes industrias a objeto de conocer sus necesidades de innovaciones, productos nuevos y ofrecer alternativas que se ajusten a sus necesidades. Debido a que es un producto hecho a la medida su comercialización no es masiva, por ello se utiliza el marketing directo y relacional orientado a las necesidades del cliente aportando diferenciación y valores a los productos.

En relación a los canales de comercialización existentes en el mercado de Costa Rica es importante mencionar que existen embotelladoras de bebidas, cervezas y licores, industria alimenticia, cosmética y aseo personal así como la industria del café siendo uno de los productos emblemáticos de este país y uno de los principales bienes de exportación. A modo de ejemplo las siguientes empresas costarricenses son usuarios de envases y embalajes de Chile: El consorcio de alimentos Costa Rica Food Group, Demasa, Cervecería Costa Rica, Cooperativa Dos Pinos, Corporación Pipasa, Cefa Comercial, Numar y de café entre las más importantes se encuentran Café Dorado, café 1821, Café Montaña, café Britt, Coopedota, todas estas empresas tienen su planta de producción en Costa Rica pero son líderes en el mercado de Centroamérica.

VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Dado la especificidad del producto en estudio no es posible detallar precios de referencia.

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

La principal estrategia es el permanente contacto con los potenciales clientes, adecuándose a los requerimientos de las distintas empresas, Otra estrategia utilizada por la competencia es la participación en ferias de la industria Alimentaria a realizarse en Costa Rica, una de estas es la EXPOCACIA que se efectuará el 28 y 29 de mayo del 2013 También es muy usual la realización de misiones comerciales con agenda de reuniones hechas a la medida con cita previa y la publicación de insertos publicitarios en revistas especializadas como las de la Cámara de Industrias y de la Cámara de Alimentos.

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

El producto es muy técnico, una vez adjudicada la licitación deben realizar pruebas de vida para asegurar que el producto cumple con las especificaciones, es un traje hecho a la medida de cada producto, por esta razón en relación a las características y presentación del producto va a depender del producto que debe ser empacado, vida útil, tamaño, desarrollo y diseño que el cliente requiere por ello cada producto cumple con presentaciones y especificaciones distintas.

X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Costa Rica quiere tener más oferta chilena y tener contacto con proveedores de envases y embalajes chilenos, por ello se sugiere que las empresas realicen más visitas a este mercado y sean más agresivas. Los empresarios costarricenses creen en la calidad, innovación y diferenciación de los productos chilenos de este subsector es por esta razón que buscan profundizar los lazos comerciales con proveedores chilenos de la industria del envase y embalaje.

A lo largo de los últimos años, Chile ha venido construyendo una sólida plataforma comercial con una excelente imagen dentro del entorno de negocios, sobre la calidad y competitividad del sector de envases en el mercado de Costa Rica mediante la modalidad de representantes locales lo que permite el contacto directo entre proveedor y usuario. Más de 20 empresas chilenas de envases y embalajes han visitado Costa Rica con gran éxito comercial debido al gran interés de usuarios de envases tanto de alimentos como de laboratorios farmacéuticos, e industria de bebidas y licores así como para los empacadores de café. Además se ha detectado un alto potencial en la demanda de estos bienes

Dentro del marco anterior esta OFICOM recomienda a los industriales de envases y embalajes interesados en profundizar sus relaciones comerciales con los proveedores locales así como generar nuevos contactos de negocios hechos a la medida la participación en misiones comerciales a Costa Rica así como en la feria EXPOCACIA que tendrá lugar los días 28 y 29 de mayo del 2013 en Costa Rica.

Los valores agregados como el diseño, fecha de cumplimiento, con un servicio personalizado y diferenciado así como el servicio post venta son atributos muy valorados por los clientes a la hora de tomar la decisión de seleccionar a sus proveedores de packaging y todas estas características la industria chilena del packaging tiene la capacidad de ofrecerlas por ello le permite ser competitiva en este mercado.

Se recomienda realizar planes de pauta en la revista de la Cámara Costarricense de la Industria alimentaria, la cual sale cada dos meses lo que permitirá una presencia más continua y visibilidad a potenciales clientes y además ir consolidando la presencia de empresas chilenas de envases flexibles en el mercado costarricense.

Es indispensable que los empresarios chilenos durante sus visitas a los potenciales clientes traigan muestras de las diferentes alternativas de packaging que ofrecen así como los precios, fichas técnicas de sus productos, ello facilita y acorta el proceso de cierre de negocios

XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

EXPOCACIA 2013

Fecha: 28 y 29 de mayo 2013

Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria –CACIA

Página Web: <http://cacia.org>

Contacto: Mario Montero, Director Ejecutivo

Teléfono: (506) 2220-3031

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

a. Información gubernamental

Ministerio de Hacienda: contiene información arancelaria y código de cada producto.

<http://www.hacienda.go.cr/tica/consultas/hdbaranc.aspx>

Ministerio de Comercio Exterior: aporta información sobre Tratados de Libre Comercio y acuerdos suscritos por Costa Rica.

<http://www.comex.go.cr/acuerdos/Paginas/default.aspx>

Banco Central de Costa Rica: se encuentra toda la información económica del país, sobre el tipo de cambio y demás indicadores económicos actualizados.

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

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: es posible obtener estadísticas relevantes en cuanto a las importaciones realizadas por Costa Rica.

<http://www.inec.go.cr/>

Procomer: aporta datos e información relacionada con el comercio exterior de Costa Rica.

<http://www.procomer.com>

Icafé-Instituto Costarricense del Café: aporta información sobre la industria del café en Costa Rica

www.icafe.go.cr

Otras instituciones

Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria (CACIA)

<http://www.cacia.org>

Cámara de Comercio Exterior de Costa Rica y de representantes de casas extranjeras (CRECEX)

<http://www.crecox.com>

Documento Elaborado por: ProChile Costa Rica prochile@prochile.gob.cl