

COLOMBIA Y COSTA RICA

Aliados estratégicos en
los negocios
2016



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



**MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO**



**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

Exportaciones

Con el Acuerdo Comercial con Costa Rica cerca de 400 productos con aranceles desde 3% hasta 15% serán desgravados de inmediato

16% Agroindustria, **44%** Manufacturas, **40%** Prendas de vestir



Nota: Se refiere a la mayor parte de los productos del sector, sin embargo se recomienda al empresario revisar su producto específico.

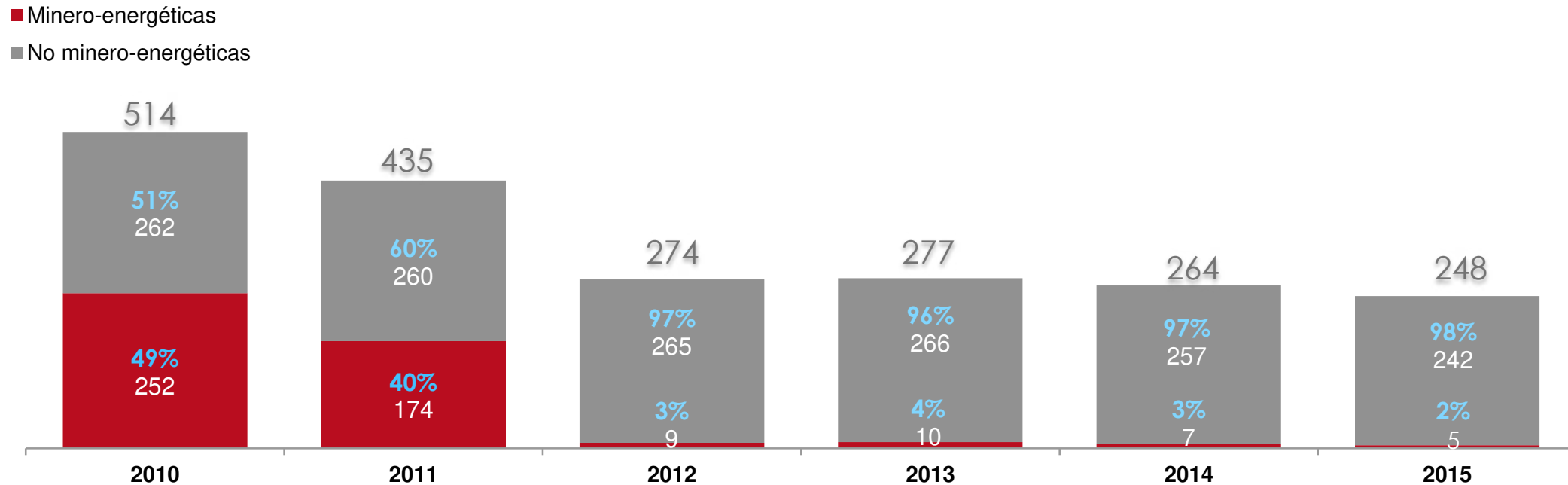
*Costa Rica importa del mundo más de US\$10.000 y Colombia exporta al mundo más de US\$10.000

El acuerdo comercial entre Colombia y Costa Rica garantiza una relación preferencial y permanente

- ❑ En el ámbito agrícola, Costa Rica desgravará el **81%, 60%** del mismo de manera inmediata.
- ❑ En cuanto a bienes industriales, Costa Rica desgravará más del **98%** del universo arancelario, con cerca del **74%** con liberación inmediata de aranceles.
- ❑ Desde la puesta en vigor del acuerdo ingresarán libres de arancel sostenes, bisutería, partes de motocicletas y autopartes para remolques, medicamentos, algunos cosméticos, cueros preparados; vehículos, automóviles, fibras e hilados y tejidos, repuestos para vehículos y juguetes.

Artículos industriales, envases y empaques, y farmacéutico mantuvieron su dinamismo en las exportaciones durante 2015

Evolución de las exportaciones de Colombia a Costa Rica, 2010 – 2015 (US\$ millones)



La participación de las exportaciones en los sectores no minero-energéticos ha aumentado en los últimos 3 años

Fuente: DANE. MinCIT, 2015.

El plástico en formas primarias es el principal producto exportado a Costa Rica, seguido por las confecciones.

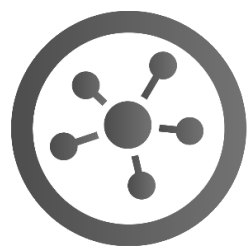
Exportaciones no minero-energéticas con destino a Costa Rica

| Subsector | 2014 US\$FOB | 2015 US\$FOB | Par.% 2015 | 2015 (ene-jun) US\$FOB | 2016 (ene-jun) US\$FOB | Par.% 2016 |
|---|--------------------|--------------------|-------------|---------------------------|---------------------------|---------------|
| Plástico en formas primarias | 35.513.797 | 26.668.258 | 11,0% | 13.509.620 | 9.371.437 | 8,6% |
| Confecciones | 27.279.021 | 24.417.115 | 10,1% | 10.386.125 | 13.354.444 | 12,2% |
| Productos diversos de las industrias químicas | 20.882.486 | 19.443.121 | 8,0% | 8.828.867 | 8.043.207 | 7,3% |
| Cosméticos y productos de aseo | 17.944.149 | 16.871.792 | 7,0% | 8.079.717 | 8.994.863 | 8,2% |
| Plástico (plástico y caucho) | 10.813.977 | 12.214.530 | 5,0% | 6.391.893 | 5.369.548 | 4,9% |
| Productos farmacéuticos | 9.496.782 | 10.698.345 | 4,4% | 4.679.119 | 4.808.005 | 4,4% |
| Plástico (envases/empaques) | 9.479.491 | 10.606.652 | 4,4% | 5.151.840 | 5.213.630 | 4,8% |
| Abonos | 15.343.433 | 8.566.097 | 3,5% | 3.743.741 | 2.303.887 | 2,1% |
| Aceites minerales y ceras | 9.176.936 | 8.029.414 | 3,3% | 4.191.750 | 1.502.338 | 1,4% |
| Productos de confitería | 7.072.701 | 6.380.244 | 2,6% | 3.147.375 | 2.247.091 | 2,1% |
| Otros | 94.353.781 | 98.510.416 | 40,6% | 48.510.601 | 48.320.928 | 44,1% |
| Total general | 257.356.554 | 242.405.983 | 100% | 116.620.649 | 109.529.379 | 100% |



Prendas de vestir

Bisutería*
Calzado e insumos para calzado*
Jeanswear
Joyería
Manufacturas de cuero*
Ropa casual
Ropa de control *
Ropa de hogar
Ropa deportiva
Ropa formal masculina
Ropa infantil
Ropa Interior *
Textiles e insumos*
Uniformes
Vestidos de baño



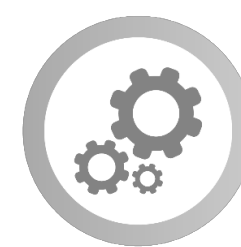
Servicios

Industria gráfica y editorial
Software y TI



Agroindustria

Alimentos para animales
Bebidas alcohólicas y no alcohólicas*
Derivados del cacao *
Cafés especiales
Frutas frescas (Aguacate, Granadilla, Lima Tahití)*
Frutas y hortalizas procesadas*
Legumbres y hortalizas frescas
Preparaciones alimenticias diversas*
Productos de confitería *
Productos de panadería y molinería*
Semillas y frutos oleaginosos
Quinoa*



Manufacturas

Abonos
Aparatos eléctricos*
Artículos del hogar y oficina*
Artículos promocionales*
Autopartes *
Conductores eléctricos
Cosméticos y productos de aseo *
Dotaciones hospitalarias y
hoteleras*
Envases/empaques
Extractos, pigmentos y pinturas*
Herramientas

Manufacturas de hierro o acero*
Maquinaria agrícola*
Maquinaria industrial
Materiales de construcción
(cerámica, arcilla y piedra)*
Muebles
Papel y cartón
Plástico
Productos farmacéuticos*
Químicos *
Vehículos *

**Se refiere a los sectores en los cuales buena parte de sus productos se verán beneficiados en el corto y mediano plazo, sin embargo se recomienda al empresario revisar su producto específico.*



- ❑ Se evidencia una clara **tendencia de los consumidores por los productos artesanales o recién horneados**. Las áreas de panadería de los minoristas (en especial, supermercados y tiendas de conveniencia) continúan posicionándose dado el aumento de la demanda de este tipo de propuestas de valor que proporcionan niveles altos de satisfacción a los compradores.
- ❑ Dada la cantidad de productos de panadería sin envasar en Costa Rica, **los minoristas de comestibles tradicionales son el principal canal de distribución de estos productos**. Los supermercados presentan un importante crecimiento debido a la amplia oferta de productos de panadería empacados, los cuales incorporan productos de panadería frescos.

Panadería y molinería - Costa Rica

| Posición | Descripción | Arancel general | Arancel Colombia después de entrada en vigencia TLC | Periodo de desgravación Colombia (años) |
|----------|---------------------------------------|-----------------|---|---|
| 11.04.12 | Granos aplastados o en copos de avena | 10% | 0% | Inmediata |
| 19.05.90 | Las demás (galletas saladas) | 15% | 0% | Inmediata |

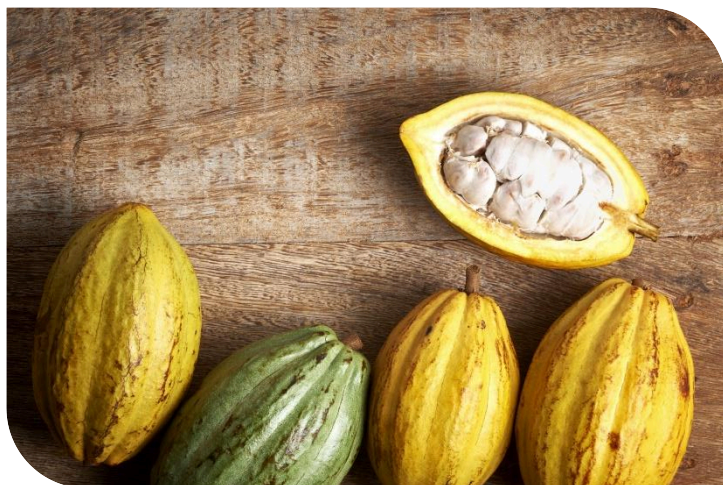


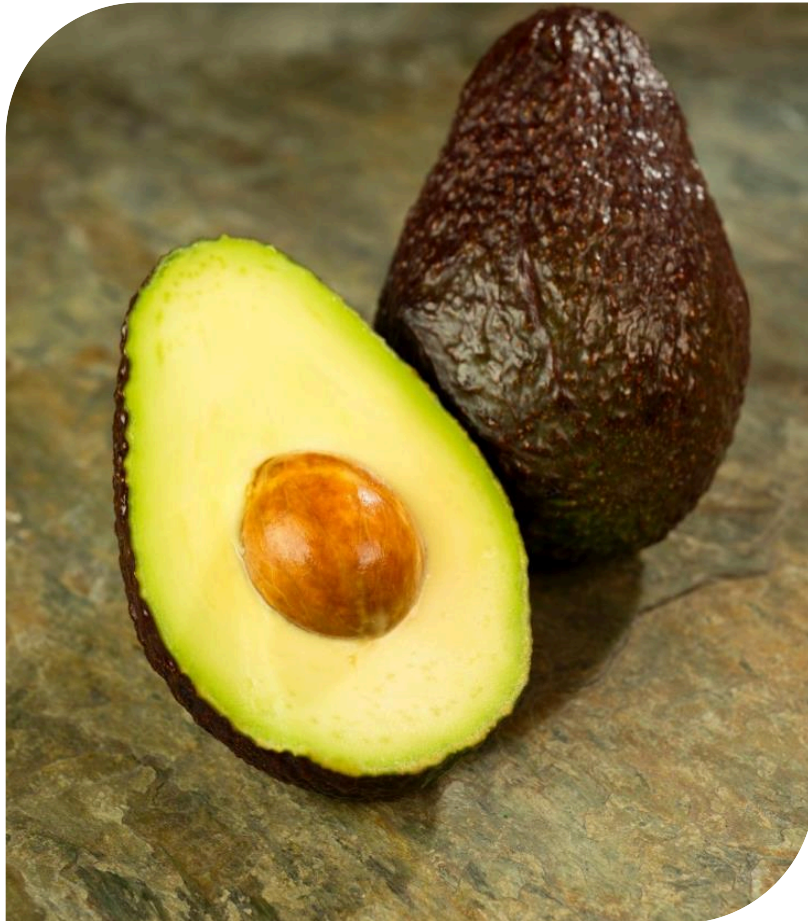


- ❑ La pasta de cacao es **utilizada por la industria local para la fabricación de confitería de chocolates, pasteles, heladería, galletería y cremas, entre otros, industria que ha presentado una dinámica positiva durante 2015.**
- ❑ El consumidor costarricense cada día se interesa más por **productos realizados a base de chocolate especialmente lo que se refiere a confites y helados**, en donde los productos estándar son los que mayor consumo tiene dentro de la población costarricense al representar más del 80% de las ventas.
- ❑ La **distribución de los productos de confitería a base de chocolate se da en tiendas de alimentos al por menor, tiendas de conveniencia y supermercados e hipermercados principalmente.**

Derivados del Cacao - Costa Rica

| Posición | Descripción | Arancel general | Arancel Colombia después de entrada en vigencia TLC | Periodo de desgravación Colombia (años) |
|----------|------------------------------|-----------------|---|---|
| 18.03.00 | Pasta de cacao sin desgrasar | 10% | 0% | Inmediata |





- ❑ El aguacate hace parte de la **dieta habitual del costarricense**. Se estima que su consumo alcanzaría niveles cercanos a los 3 kilos per cápita.
- ❑ Su consumo se da principalmente en fresco, como compañía de ensaladas y como **guacamole** para acompañar la comida tradicional y la de origen mexicano, que tiene influencia en el mercado.
- ❑ Así mismo, el **consumo ha crecido debido a demostraciones de chefs** que incluyen el aguacate como ingrediente en los diferentes platos que preparan y su promoción en revistas relacionadas con la salud o la familia.

Aguacate - Costa Rica

| Posición | Descripción | Arancel general | Arancel Colombia después de entrada en vigencia TLC | Periodo de desgravación Colombia (años) |
|----------|-------------------|-----------------|---|---|
| 08.04.40 | Aguacates frescos | 15% | 0% | Inmediata |





- ▣ Se prevé que el sector de autopartes en Costa Rica seguirá creciendo como resultado del acceso a créditos a bajas tasas y a las bajas presiones inflacionarias; factores que **incrementarán la demanda de los préstamos de vehículos, el poder adquisitivo de los consumidores y por consiguiente las ventas del sector.**
- ▣ En Costa Rica, el mercado de autopartes tiene cabida para **amortiguadores re manufacturados a precios competitivos.** Aunque los distribuidores prefieren marcas reconocidas que sean fáciles de instalar, las **marcas blancas o marcas propias también tienen lugar, dada la disponibilidad y los precios que ofrecen.**

Autopartes - Costa Rica

| Posición | Descripción | Arancel general | Arancel Colombia después de entrada en vigencia TLC* | Periodo de desgravación Colombia (años) |
|----------|---|-----------------|--|---|
| 87.14.10 | Partes y accesorios de motocicletas, incluidos los ciclomotores | 10% | 0% | Inmediata |
| 87.08.10 | Paragolpes o defensas y sus partes | 10% | 0% | Inmediata |
| 87.08.70 | Ruedas y sus partes y accesorios de vehículos automóviles | 10% | 0% | Inmediata |



- ▣ Actualmente la tendencia de compra está dada por **cosméticos naturales e innovadores**, el éxito de este producto en el mercado depende de la **promoción de sus beneficios y la calidad**.
- ▣ Otros productos demandados son Bronceadores y productos de aseo personal como jabones y productos capilares. Las cremas y mascarillas también gozan de buena demanda.

Cosméticos y productos de aseo - Costa Rica

| Posición | Descripción | Arancel general | Arancel Colombia después de entrada en vigencia TLC | Periodo de desgravación Colombia (años) |
|----------|--|-----------------|---|---|
| 33.06.90 | Las demás preparaciones para la higiene bucal o dental. | 15% | 0% | Inmediata |
| 33.07.10 | Preparaciones para afeitar o para antes o después de la afeitada | 15% | 0% | Inmediata |
| 33.03.00 | Perfumes y agua de tocador | 15% | 12% | 5 |



- ❑ En Costa Rica recientemente se constituyó el Clúster, Estilo Costa Rica, el cual reúne a más de 50 empresas del sector.
- ❑ La demanda va orientada a insumos para la confección de **jeanswear, uniformes, vestidos de baño, active wear y ropa casual para hombre y mujer.**
- ❑ Los **principales canales de distribución son los distribuidores**, los cuales en su mayoría cuentan con distribución de productos complementarios como telas, etiquetas, herrajes, entre otros.

Textiles e insumos - Costa Rica

| Posición | Descripción | Arancel general | Arancel Colombia después de entrada en vigencia TLC | Periodo de desgravación Colombia (años) |
|----------|--|-----------------|---|---|
| 52.11.42 | Tejidos de mezclilla (denim) de algodón con hilados de distintos color | 10% | 0% | Inmediata |
| 55.15.11 | Tejidos de fibras discontinuas de poliester, mezclados | 10% | 0% | Inmediata |
| 58.07.10 | Etiquetas, escudos y artículos similares, de materias textiles | 10% | 0% | Inmediata |
| 96.06.21 | Botones de plástico, sin forrar con materias textiles | 6% | 0% | Inmediata |



- ❑ Los colores claros y oscuros siguen siendo los preferidos. La oferta colombiana ha logrado un importante posicionamiento.
- ❑ En Costa Rica, el 75% del mercado de ropa interior se dirige al segmento femenino, la ropa interior como las pantimedias son nichos del mercado que crecen rápidamente. **La categoría sostenes será desgravada de manera inmediata y es el artículo de prendas de vestir que más se exporta a este mercado.** La ropa interior participa, aproximadamente, con un 11% del total de las ventas de prendas de vestir en Costa Rica.
- ❑ Colombia es el principal proveedor de fajas de Costa Rica y es reconocida por su calidad en este país. A través del TLC, esta prenda entrará con cero arancel.

Ropa interior y de control - Costa Rica

| Posición | Descripción | Arancel general | Arancel Colombia después de entrada en vigencia TLC | Periodo de desgravación Colombia (años) |
|----------|--|-----------------|---|---|
| 62.12.10 | Sostenes (corpiños), incluso de punto | 15% | 0% | Inmediata |
| 62.12.20 | Fajas y fajas braga (fajas calzón, fajas bombacha) | 15% | 0% | Inmediata |



Logística



PROCOLOMBIA

El operador de logística y comercio exterior de Colombia

Conectividad marítima*



| Posición Geográfica | Punto de Desembarque | Punto de Embarque | Conexiones | Tiempo de Tránsito (Días) |
|---------------------|----------------------|-------------------|--------------------------------------|---------------------------|
| Atlántico | Puerto Limón | Cartagena | Directo | 3 |
| | | Santa Marta | Manzanillo - Panamá | 6 |
| | | Barranquilla | Directo | 6 |
| | | Buenaventura | Cartagena - Colombia | 10 |
| | Moin | Cartagena | Directo | 1 |
| | | Santa Marta | Cartagena - Colombia | 4 |
| | | Barranquilla | Directo | 5 |
| | | Buenaventura | Cartagena - Colombia | 6 |
| Pacífico | Puerto Caldera | Cartagena | Balboa - Panamá | 6 |
| | | Santa Marta | Manzanillo - Panamá, Balboa - Panamá | 12 |
| | | Barranquilla | Manzanillo - Panamá, Balboa - Panamá | 12 |
| | | Buenaventura | Balboa - Panamá | 8 |

*La información contenida es de carácter referencial, siendo suministrada directamente por las empresas prestatarias. Están sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de la actividad o de sus volúmenes del comercio.

Principales líneas navieras y consolidadores con servicios a Costa Rica



Conectividad aérea*



| Aerolíneas | Conexiones | Frecuencia | Clase |
|---|-----------------------|---|-----------|
|  | Panamá - Panamá | Sábados | Carga |
|  | Panamá – Panamá | Todos los días | Pasajeros |
|  | San Andrés – Colombia | Martes, Miércoles, Jueves, Viernes y Domingos | Pasajeros |
|  | Directo | Todos los días | Pasajeros |
|  | Panamá – Panamá | Todos los días | Carga |
|  | Panamá – Panamá | Sábados | Carga |

1. Los servicios de transporte aéreo desde Colombia hacia Costa Rica se prestan principalmente desde la ciudades de Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla.

*La información contenida es de carácter referencial, siendo suministrada directamente por las empresas prestatarias. Están sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de la actividad o de sus volúmenes del comercio.

The image features a person's hands holding a tablet computer. The tablet screen displays various financial charts and data points, including a bar chart with an upward-pointing arrow, a pie chart, and several percentage values such as +3.77%, +3.42%, 1.54%, 4.94%, 15.90, 4.15%, and 5.87. A prominent red banner is overlaid across the center of the image, containing the word "Inversión" in white, bold, sans-serif font. The background is a blurred blue-toned image of a person's hands holding the tablet.

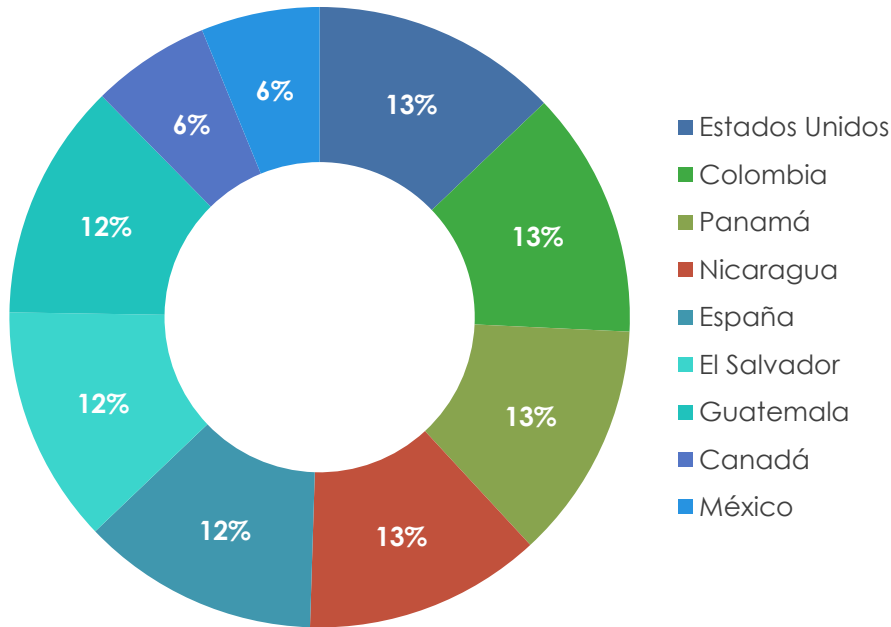
Inversión



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

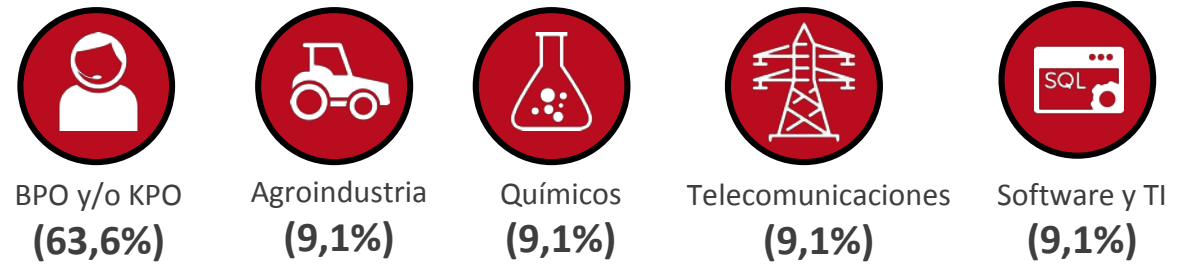
Más del 80% de la inversión de Costa Rica tiene como destino América Latina, del cual Colombia tiene una participación del 13%

Proyectos de inversión de Costa Rica en el mundo, 2010-2015



Total: 16 proyectos

Principales sectores en los que Costa Rica ha invertido en América Latina, 2010-2015



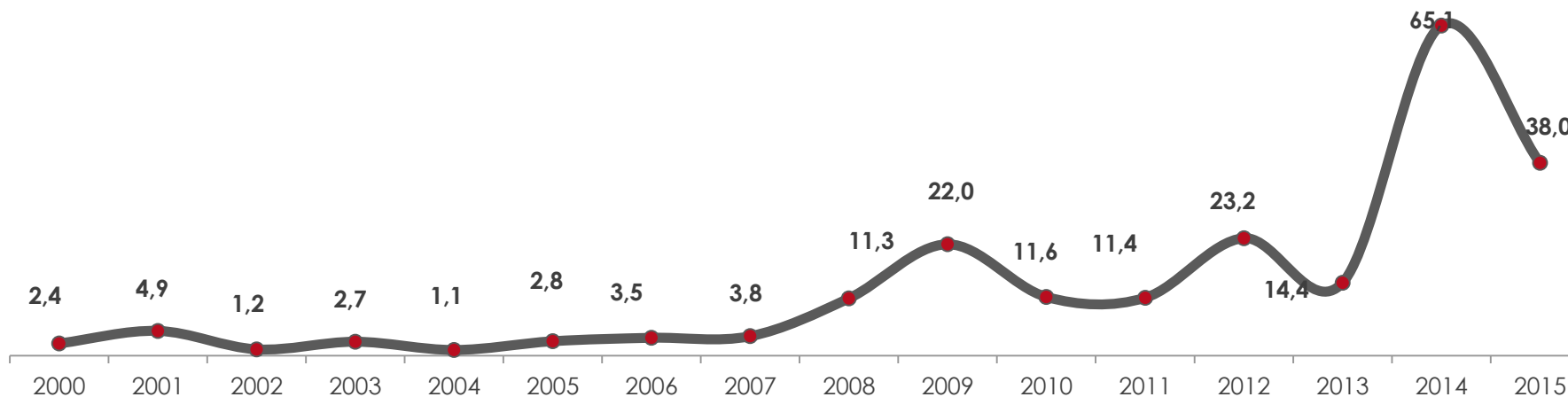
Algunas empresas de Costa Rica que han invertido en América Latina, 2010-2015



Fuente: fDi Markets, 2016.

Entre 2010 y 2015, los flujos de inversión de Costa Rica en Colombia se han casi que triplicado

Flujos de IED de Costa Rica en Colombia, 2000 - 2015 (US\$ millones)



Oportunidades de inversión en Colombia para empresarios provenientes de Costa Rica



Metalmeccánica



Telecomunicaciones



Infraestructura de turismo



Agroindustria
(lácteos, hortofrutícola y alimentos procesados)



Software y servicios TI

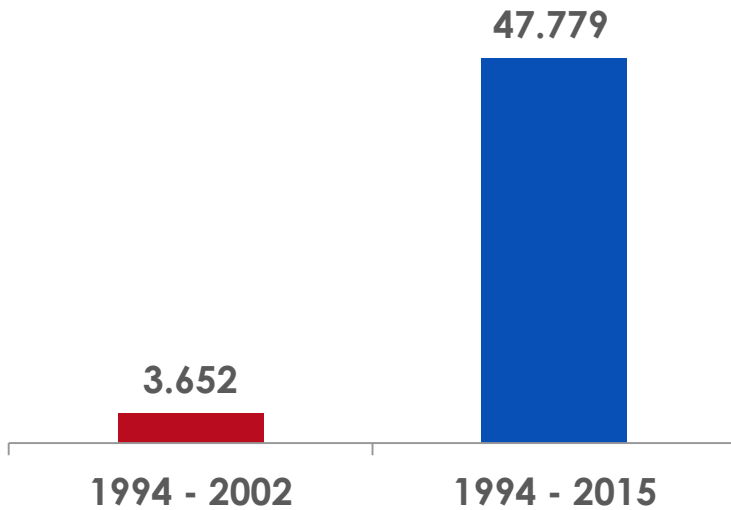


BPO/KPO

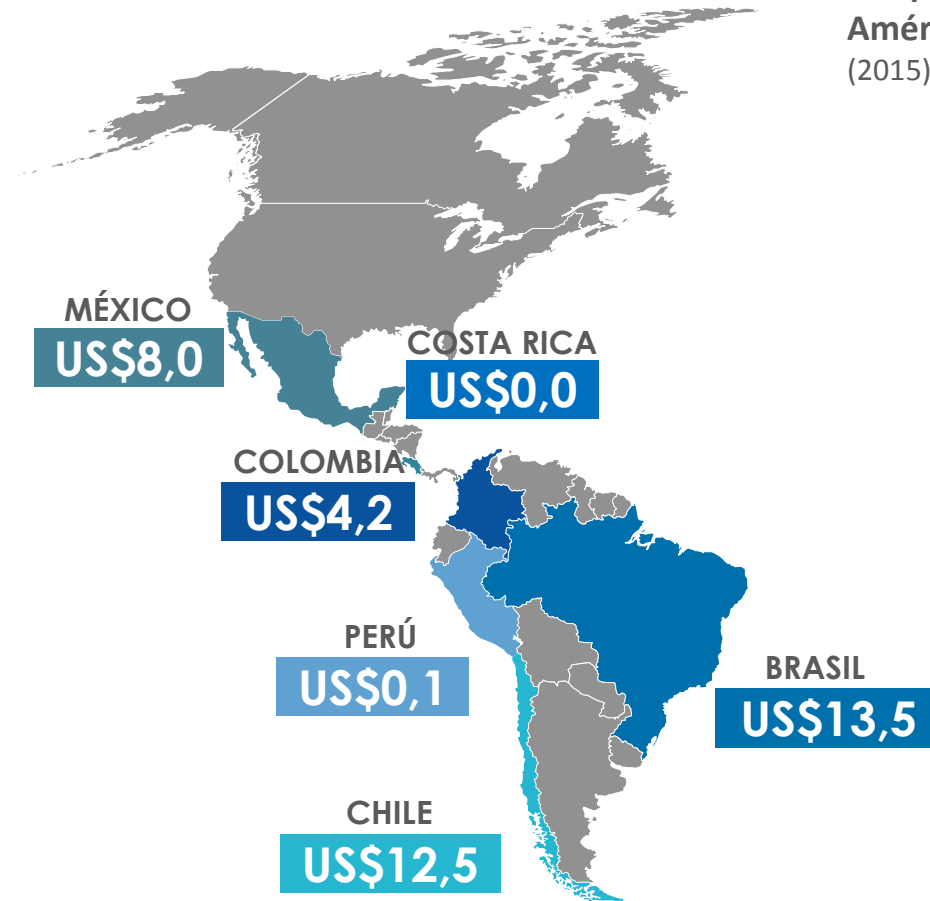
Fuente: Banco de la República, 2016.

Colombia es el cuarto país de la región con más inversiones en el exterior

Capital de IED hacia el exterior
1994 – 2015 US\$ millones



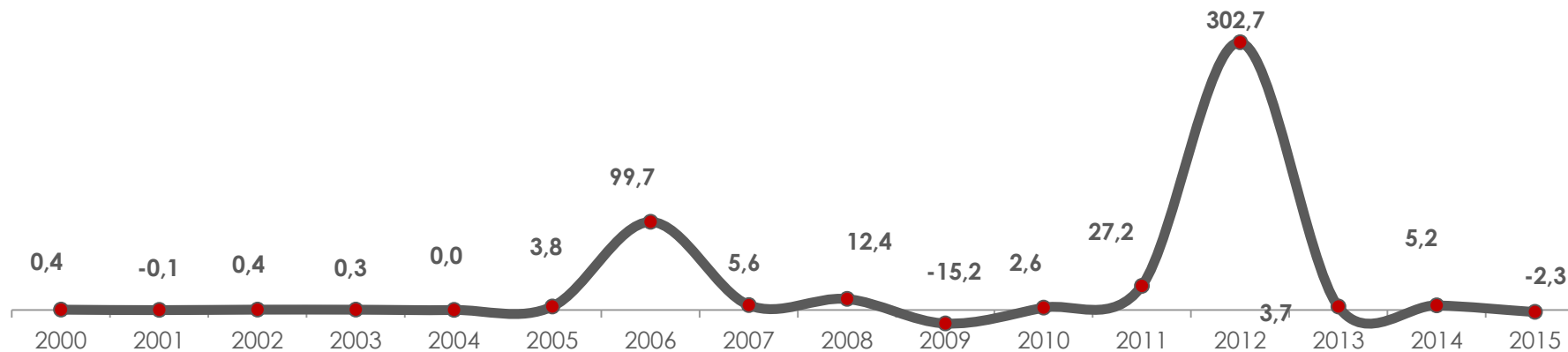
Principales inversionistas de América Latina al mundo
(2015) US\$ Miles de millones



Fuente: Banco de la República, 2016.
The Economist Intelligence Unit, 2016.

Entre 2010 y 2015, los flujos de inversión de Colombia en Costa Rica superan los US\$339 millones

Flujos de IED de Colombia en Costa Rica, 2000 - 2015 (US\$ millones)



Oportunidades de inversión en Costa Rica para empresarios colombianos



Farmacéuticos



Materiales de construcción



Metalmecánica



Agroindustria



Contenidos digitales



Sistema moda

Fuente: Banco de la República, 2016.

Turismo



PROCOLOMBIA
El portafolio de promoción turística de Colombia

Buscan destinos que les brinden experiencias relacionadas, especialmente, con la cultura.

- ▣ Para decidir el lugar para vacacionar, el turista de Costa Rica utiliza como principal referencia a sus amigos y familiares, así como las publicidades en televisión e internet. Sin embargo, para buscar, reservar y hacer pagos, su principal fuente es internet y las páginas web.
- ▣ El viajero costarricense cuenta con 15 días de vacaciones, tiempo suficiente para visitar el país.



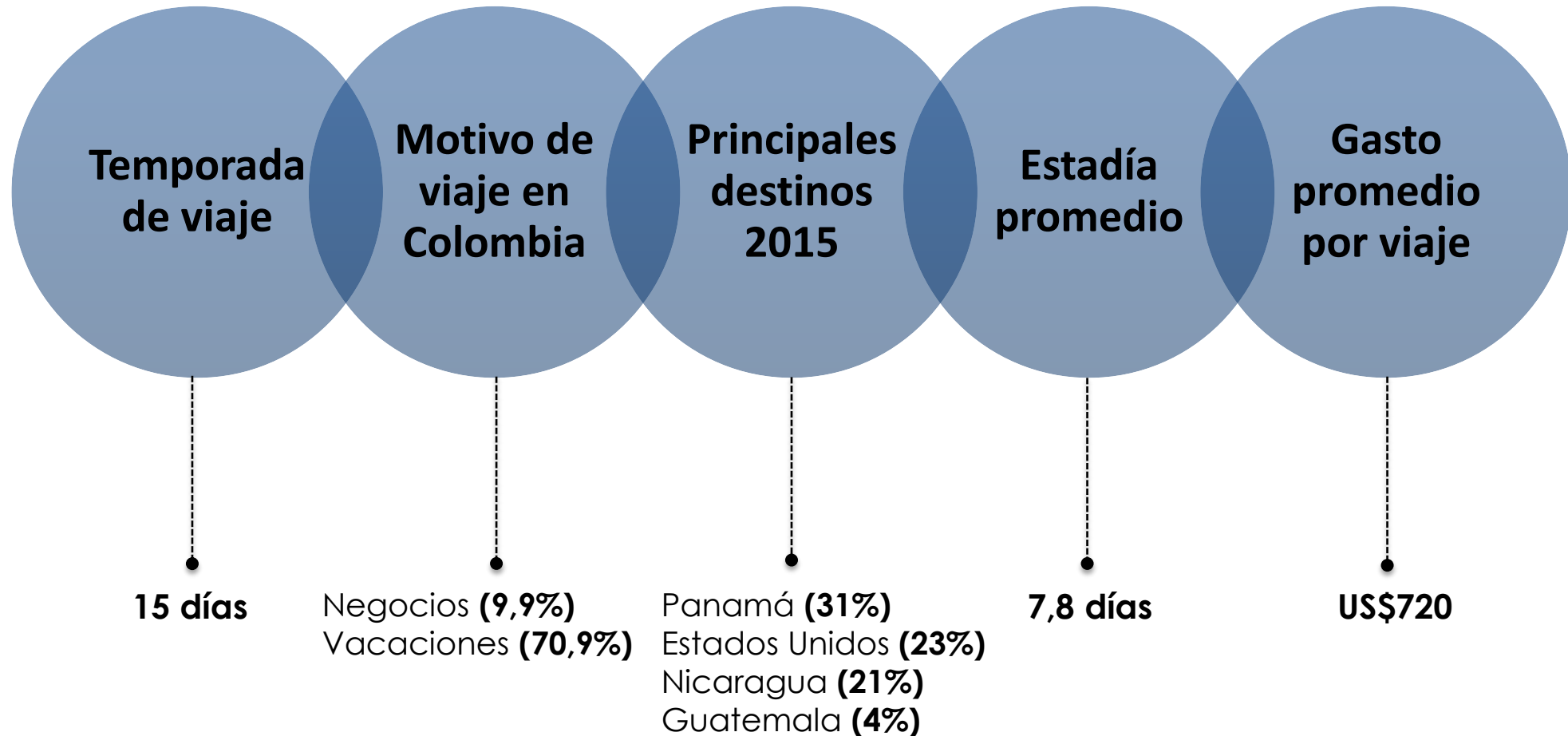
19,3% aumentaron las llegadas de viajeros costarricenses a Colombia en 2015.

- De acuerdo con el Canadian Travel & Tourism, en 2015, 70,9% de las salidas de viajeros costarricenses al extranjero tuvieron como propósito el ocio mientras que las visitas a familiares y amigos representaron el 10,8% y negocios, el 9,9%.
- En ese mismo sentido, Migración Colombia reportó que el 58,1% de los viajeros de Costa Rica que llegaron al país reportaron el turismo como su principal motivo. Bogotá, Medellín, Cartagena, San Andrés y Cali, fueron los principales destinos que visitaron. Igualmente, los meses de diciembre y julio fueron los más concurridos por turistas del país centroamericano.

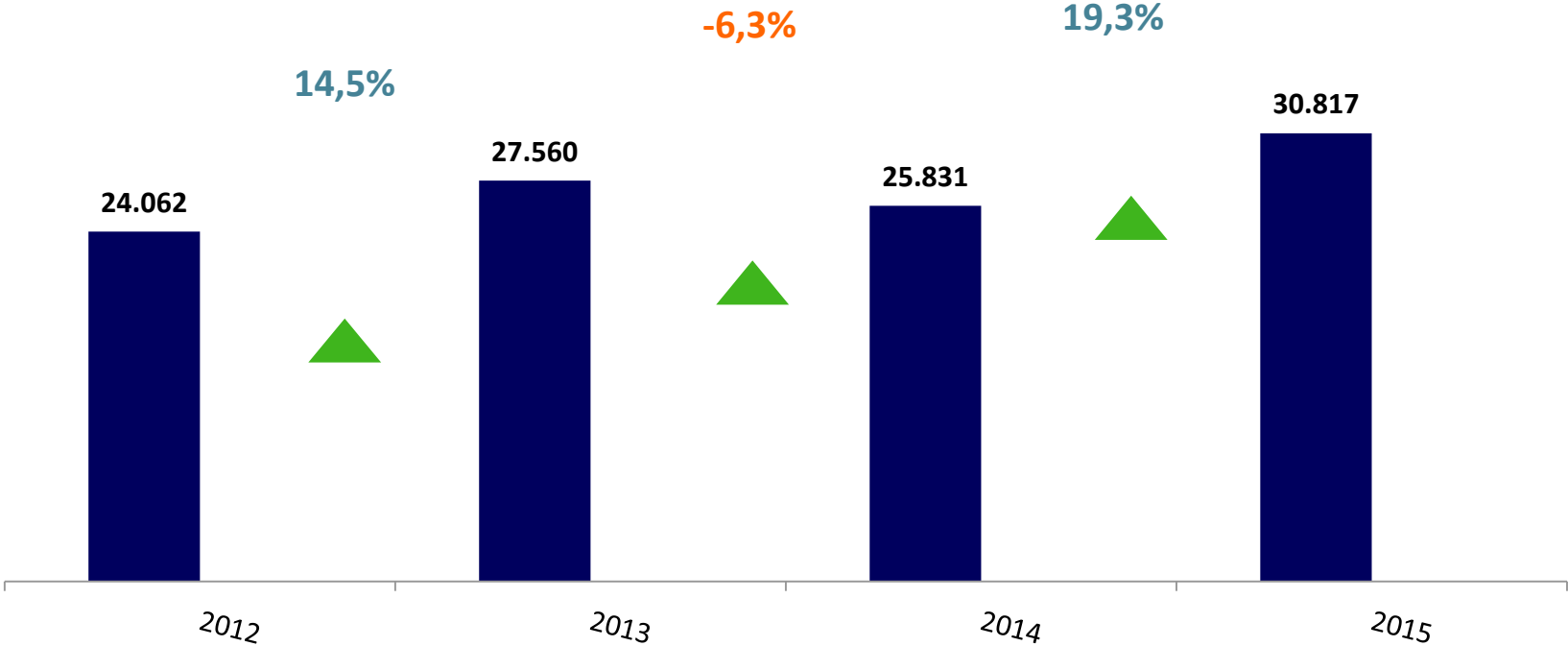


Costa Rica es uno de los países centroamericanos que más emite viajeros hacia Colombia. Agroturismo, avistamiento de aves, compras y convenciones, algunos productos con oportunidades para atraer viajeros de este mercado.

Cinco datos sobre el perfil del turista de Costa Rica



Llegadas a Colombia de viajeros residentes en Costa Rica, 2012 - 2015



Fuente: Migración Colombia, elaboración ProColombia.

El costarricense tiene varias similitudes con el colombiano lo que facilita la interacción.

- Las relaciones personales son indispensables antes de iniciar la discusión de negocios.
- Un buen tema para romper el hielo puede ser conversar sobre la belleza del país, fútbol, la familia o actualidad se recomienda evitar temas religiosos y políticos.
- Los costarricenses tienen principios y valores bastante tradicionales y le dan bastante importancia a la honestidad y la confianza.
- Tienden a comprar motivados por el precio y en un segundo lugar por la calidad.
- Aunque siempre se debe ser puntual, la contraparte acepta cierta flexibilidad. Se recomienda responder oportunamente a llamadas y correos.

- Es importante reconfirmar las reuniones de negocios uno o dos días antes de atenderlas.
- Los negociadores deben ser respetuosos, confiables y persistentes, es importante realizar constante seguimiento a temas acordados en las negociaciones así como al movimiento de su producto una vez ingrese al mercado costarricense.
- Cumplimiento a cabalidad los compromisos adquiridos con los empresarios, si es posible, antes del plazo pactado:
 - a. Entrega de documentos a tiempo
 - b. Envío de cotizaciones y muestras según lo pactado
 - c. Envío exacto de los pedidos.
- El empresario costarricense busca en su contraparte un socio comercial que les permita avanzar en conjunto, los logros comerciales son una responsabilidad compartida.

- Costa Rica es un aliado comercial por su cercanía, políticas económicas y comerciales similares, y con quien Colombia comparte importantes intereses como el ingreso a la Alianza del Pacífico.
- El Acuerdo comercial con Costa Rica brinda la oportunidad de continuar ahondando en las relaciones comerciales, de inversión y turismo con esta importante economía centroamericana.
- Es la oportunidad de generar cadenas regionales de valor y de consolidar la relación como aliados estratégicos.

TAIKU PALDIES ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ TANAN благодаря
SHUKRAN DANKE TERMA KASSIH DÍKY
GRATIAS 감사합니 MATONDO MAAKE NANNI DIAKUIU
HVALA THANK YOU MERCI MOCHCHAKKERAM DIOLCH
TÄNAN SPASIBO дякую FALEMINDERIT

GRACIAS

הודות ASANTE CHOKRANE ESKERRAK MISAOTRA GRAZIE
谢谢 OBRIGADO ARIGATO VINAKA
SULPÁY SPASIBO
DIOLCH ACIU DIOLCH WELALIN TAK KÖSZÖNÖM
EKELE NGIYABONGA MATUR NUWUN KIITOS DZIEKUJĘ