

Universidad Internacional de las Américas

Carrera de Comercio Internacional

Grado académico: Bachillerato

**Análisis del proceso logístico de exportación de productos
cosméticos naturales de la Región Huetar Norte y Pacífico
Central hacia Estados Unidos para el año 2024 y el primer
trimestre del 2025**

Autor:

Sofía Arias Soto

Tutor:

Fernelli Fallas Cerdas

San José, noviembre, 2025

Tabla de contenido

DEDICATORIA.....	9
AGRADECIMIENTOS.....	10
RESUMEN EJECUTIVO	11
CAPITULO 1: PROBLEMA	13
JUSTIFICACIÓN.....	15
OBJETIVOS.....	16
OBJETIVO GENERAL	16
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
ANTECEDENTES	17
ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	17
ANTECEDENTES NACIONALES.....	21
PROYECCIONES.....	26
CAPITULO II: MARCO TEORICO.....	27
COMERCIO INTERNACIONAL	27
IMPORTANCIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL	28
COMERCIO INTERNACIONAL A NIVEL MUNDIAL	29
<i>Comercio internacional en Costa Rica</i>	30
EXPORTACIONES	31
EXPORTACIONES EN COSTA RICA	33
<i>Exportación de productos no tradicionales</i>	35
COSMÉTICOS NATURALES.....	37
TIPOS DE COSMÉTICOS NATURALES.....	38
<i>Productos para el cuidado de la piel</i>	39
<i>Productos a base de plantas y extractos botánicos</i>	39
<i>Productos especializados para spa y bienestar</i>	39

EXPORTACIÓN DE COSMÉTICOS NATURALES HACIA ESTADOS UNIDOS	40
ESTADOS UNIDOS	41
SOCIO COMERCIAL	42
<i>Estados Unidos como importador</i>	43
TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON COSTA RICA	44
LEGISLACIÓN ESTADOUNIDENSE PARA LA IMPORTACIÓN DE COSMÉTICOS	45
REQUISITOS ARANCELARIOS	46
<i>Requisitos no arancelarios solicitados por Estados Unidos</i>	46
<i>Ingredientes prohibidos</i>	54
LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN	55
TIPOS DE TRANSPORTE	56
<i>Transporte aéreo</i>	57
<i>Transporte marítimo</i>	57
REGIÓN HUETAR NORTE	58
PRODUCTOS QUE MÁS SE EXPORTAN	58
COSMÉTICOS NATURALES	59
DESAFÍOS LOGÍSTICOS	60
PACÍFICO CENTRAL	61
PRODUCTOS QUE MÁS SE EXPORTAN	62
COSMÉTICOS NATURALES	62
DESAFÍOS LOGÍSTICOS	63
CAPITULO III: MARCO METODOLOGICO	65
ENFOQUE CUALITATIVO	65
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	66
FENOMENOLOGÍA EMPÍRICA.....	67
POBLACIÓN Y MUESTRA	67
POBLACIÓN.....	67

MUESTRA.....	68
UNIDAD DE ANÁLISIS.....	70
INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	72
ENTREVISTA	73
PROCESO DE RECOLECCIÓN.....	74
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	74
FUENTE PRIMARIA	75
FUENTE SECUNDARIA	75
CAPITULO IV: ANALISIS DE RESULTADOS	77
UNIDAD DE ANÁLISIS 1: REQUISITOS ARANCELARIOS	78
CATEGORÍA 1: TRATADO DE LIBRE COMERCIO.....	79
<i>Descripción</i>	79
<i>Análisis</i>	81
CATEGORÍA 2: NORMATIVA FDA	82
<i>Descripción</i>	82
<i>Análisis</i>	84
CATEGORÍA 3: FICHAS TÉCNICAS Y SEGURIDAD.....	85
<i>Descripción</i>	85
<i>Análisis</i>	87
CATEGORÍA 4: ALTO CONTENIDO DE ALCOHOL	87
<i>Descripción</i>	88
<i>Análisis</i>	90
CATEGORÍA 5: ETIQUETADO	90
<i>Descripción</i>	90
<i>Análisis</i>	92
UNIDAD DE ANÁLISIS 2: PROCESO LOGÍSTICO.....	93
CATEGORÍA 1: COURIER	94
<i>Descripción</i>	94

<i>Análisis</i>	96
CATEGORÍA 2: MEDIOS DE TRANSPORTE.....	97
<i>Descripción</i>	97
<i>Análisis</i>	98
CATEGORÍA 3: COSTOS DE ENVÍO.....	99
<i>Descripción</i>	99
<i>Análisis</i>	100
CATEGORÍA 4: ESTABILIDAD	101
<i>Descripción</i>	101
<i>Análisis</i>	103
CATEGORÍA 5: CONSOLIDADOS DE CARGA	104
<i>Descripción</i>	104
<i>Análisis</i>	105
UNIDAD DE ANÁLISIS 3: LIMITACIONES LOGÍSTICAS	106
CATEGORÍA 1: ALTA DEMANDA	107
<i>Descripción</i>	107
<i>Análisis</i>	109
CATEGORÍA 2: ENVÍOS LIMITADOS	110
<i>Descripción</i>	110
<i>Análisis</i>	111
CATEGORÍA 3: COSTOS LOGÍSTICOS	112
<i>Descripción</i>	112
<i>Análisis</i>	114
CATEGORÍA 4: DESCONOCIMIENTO.....	115
<i>Descripción</i>	115
<i>Análisis</i>	117
CATEGORÍA 5: ALMACENAMIENTO	118
<i>Descripción</i>	118
<i>Análisis</i>	120
INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS.....	120

CAPITULO V: CONLUCIONES Y RECOMENDACIONES 124

CONCLUSIONES..... 124

RECOMENDACIONES 127

REFERENCIAS 132

APENDICE 138

ANEXOS..... 138

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1. Comercio Internacional, CR 2025	30
Ilustración 2. Exportaciones globales de mercancías (2024 – 2025 Q1)	32
Ilustración 3. Exportaciones en Costa Rica 2025	35
Ilustración 4. Importaciones de Estados Unidos	43
Ilustración 5. Factura comercial	48
Ilustración 6. Conocimiento de embarque	49
Ilustración 7. Guía aérea o air waybill	50
Ilustración 8. Listado de empaque o packing list	52
Ilustración 9. Documentos de entrada de la CBP	53
Ilustración 10. Región socioeconómica Huetar Norte	60
Ilustración 11. Región Pacifico Central.....	64

Índice de Tablas

Tabla 1. Muestra	69
Tabla 2. Cuadro de variables	71
Tabla 3. Unidad de Análisis y Categorías	77

Dedicatoria

Esta investigación se la dedico a Dios primeramente por ser quien siempre me guía y va de mi mano en cada paso que he dado en mi vida. Ya que es el quien me libra de todo mal y peligro, quien me está ahí protegiéndome y bendiciéndome en todo momento. Gracias a él y a mis padres por siempre creer en mí, ayudarme a cumplir mis metas y propósito en la vida.

También quiero dedicársela a mi hermano y a mi cuñada por siempre ser ese apoyo vital en cada paso que he dado en mi vida y por siempre estar ahí para aconsejarme y guiarme por el mejor camino. A mi tío Álvaro por ser ese angelito en el cielo que siempre guía mi camino y estoy segura de que esta en el cielo feliz de verme culminar esta etapa y siempre quiso verme salir adelante, como toda una profesional.

Agradecimientos

Agradezco primeramente a Dios por ser mi guía en todo este proceso, por protegerme y bendecirme en cada paso y por llevarme hasta donde he llegado, agradezco por mi vida, mi salud, la de mis seres queridos y por mi familia. Dios es bueno todo el tiempo y todo el tiempo Dios es bueno y por eso le agradezco por nunca dejarme sola y por qué siempre me ha tomado de su mano y nunca me ha dejado sola.

Seguidamente quiero agradecerle a mi padre, Sergio Arias, por siempre esforzarse día con día para salir adelante y también por ser ese gran ejemplo de fe y fuerza; por enseñarme a mantenerme de pie al lado de Dios siempre, al igual que mi madre, Lorena Soto, también le agradezco el ser siempre ese apoyo y por siempre darme todo el amor para continuar esforzándome y cumpliendo con éxito mis metas.

También, quiero agradecerle a mi hermano Federico Arias y a mi cuñada Katherine Guillen quienes han sido mi mayor ejemplo de inspiración y fuerza, quienes siempre han estado ahí aconsejándome y motivándome a seguir adelante, esforzándome y nunca rindiéndome. Les agradezco por estar siempre presentes en mi vida, por guiarme cuando estoy perdida, apoyarme en todo momento y por animarme siempre cuando me sentía perdida o con ganas de dejar todo botado y por ser siempre esa fuerza que me levantaba para seguir adelante.

Por último, pero no menos importante, quiero agradecerle al profesor de carrera y tutor, el Lic. Fernelli Fallas, por ser esa guía y pilar importante en todo este proyecto. Gracias por tantas enseñanzas, por su humildad y dedicación. Le agradezco por ser esa excelente guía, ejemplo de motivación y por su excelente trabajo, el cual se ve reflejado en cada uno de nosotros. Gracias por siempre ser ese ejemplo de resiliencia, que nos inspira a seguir adelante y, a pesar de las adversidades, a seguir adelante y nunca dejar de creer en nuestras propias capacidades.

Resumen Ejecutivo

Costa Rica se ha consolidado como un país con una sólida capacidad exportadora, reconocida internacionalmente por la calidad y sostenibilidad de sus productos. En los últimos años, ha surgido un creciente interés por la exportación de productos cosméticos naturales, especialmente aquellos elaborados en la Región Huetar Norte y Pacífico Central, los cuales representan un sector emergente dentro de la oferta exportable nacional. Este desarrollo se sustenta en la implementación de prácticas productivas sostenibles y en el cumplimiento de certificaciones de calidad, factores los cuales fortalecen su competitividad en los mercados internacionales.

Esta investigación, titulada: *Análisis del proceso logístico de exportación de productos cosméticos naturales de la Región Huetar Norte y Pacífico Central hacia Estados Unidos para el año 2024 y el primer trimestre del 2025*, tiene como objetivo general analizar los principales desafíos logísticos de exportación de productos cosméticos naturales desde la Región Huetar Norte y Pacífico Central hacia Estados Unidos, con la finalidad de dar respuesta al planteamiento de la investigación sobre, ¿Cuáles son los desafíos logísticos que presentan las empresas productoras de cosméticos naturales de la Región Huetar Norte y Pacífico Central al año 2024 y el primer trimestre del 2025?

La investigación se desarrolló bajo el enfoque metodológico cualitativo; se siguió un diseño de investigación fenomenológica con el que se recopiló información a través de entrevistas aplicadas a diez personas que cuentan con un amplio conocimiento sobre la exportación de cosméticos naturales de las Regiones Huetar Norte y Pacífico Central hacia el mercado estadounidense, esto con el propósito de ampliar conocimiento acerca del mercado, proceso logístico, limitaciones y más puntos importantes por tomar en cuenta.

Al final del trabajo, se obtuvo como conclusión principal y, dando respuesta a la pregunta de investigación, Costa Rica enfrenta desafíos logísticos. Sin embargo, algunas empresas han logrado mantener su competitividad mediante estrategias de diferenciación. Ante esto, surge como recomendación fortalecer la falta de conocimientos sobre procedimientos aduaneros, acompañada de un apoyo gubernamental enfocado en infraestructura y capacitación para enfrentar los desafíos

logísticos, asegurando la estabilidad y competitividad del sector cosmético en el mercado internacional.

CAPITULO 1: PROBLEMA

La industria cosmética tiene mucho tiempo de estar dentro del mercado, pero en los últimos 5 años se ha visto un incremento específicamente durante la pandemia en 2020, el proceso logístico de exportación de estos productos se vio un poco estancado, sin embargo, las empresas fabricantes de cosméticos supieron cómo sobrellevar la situación. Actualmente estas marcas se encuentran en una completa expansión, debido a que estos cosméticos son elaborados tanto para mujeres como para hombres de todas las edades y de todo tipo de pieles, debido a que son quienes más buscan cuidar su aspecto personal; por lo cual, implementan estos cosméticos en su rutina diaria de cuidado.

Cuando se habla de “cosméticos” usualmente se tipifican a exclusivamente maquillaje y que son utilizados solo por las mujeres, pero esto no es así ya son más que solo productos de belleza, son preparaciones que a menudo están basados en ingredientes y sustancias naturales, diseñadas para aplicarse en el cuerpo para hidratar, perfumar, limpiar, proteger, cuidar y hasta modificar la apariencia de la piel cuando existen algunas imperfecciones, esto para mantener un buen estado en diversas partes como lo son el cabello, la piel, los labios, las uñas y la cara, que son de vital importancia mantenerle un cuidado especial.

Las empresas productoras de cosméticos naturales crearon estrategias de posicionamiento de marca, esto con el fin de colocar el nombre de su empresa y productos en los más altos niveles del mercado nacional e internacional, ha sido un proceso complicado y arduo, ya que cuentan con un alto nivel de competitividad y para lograr cumplir con estas estrategias se debe de crear un plan innovador y llamativo para atraer cada vez más al mercado meta; así mismo como implementar una estrategia de marketing que atraiga cada vez más futuros consumidores del producto, ya que al comunicar de boca en boca los beneficios de los productos, sus resultados en la piel y costos los compradores serán cada vez más.

Anteriormente la industria cosmética buscaba como mercado meta a las mujeres ya que históricamente son las personas las cuales más interés presentaban por sus productos; sin embargo, en los últimos años gracias a las tendencias en redes sociales, se ha visto una evolución bastante significativa de interés por parte del género masculino; ya que buscan productos que les ayuden a

cuidar el aspecto de su rostro, les brinden hidratación y les colabore a mejorar la condición de su piel, dependiendo del tipo con el que cuente. Procomer (2020) comenta que:

En los últimos años, la industria cosmética se ha venido adaptando a los nuevos patrones de la sociedad, como por ejemplo la inclusión del género masculino y la preferencia por la simplicidad, tendencias que están influyendo cada vez más en el desarrollo de nuevos productos y esquemas de comercialización. Situación similar, ocurre a nivel generacional, en donde las personas tienen diferentes requerimientos y preferencias de acuerdo con su edad. (párr.3).

El proceso logístico es bastante riguroso y exhaustivo ya que al ser un producto cosmético y de cuidado personal, se cuentan con ciertas tramitologías y requisitos que se deben de tomar en consideración; por lo cual, en Costa Rica, las empresas deberán de cumplir con requisitos sanitarios planteados ante el Ministerio de Salud ya que es categorizado como un material el cual será empleado en personas, por lo que la industria cosmética dermatológica y botánica deberá de tener una lista detallada sobre los ingredientes utilizados en sus productos.

Las empresas productoras de los cosméticos naturales en el proceso logístico de exportación atraviesan algunos obstáculos los cuales, le dificultan el poder exportar sus productos, uno de sus principales errores es el desconocimiento que existe dentro del mercado sobre el proceso de comercialización de la cosmética en el mundo, por lo que dentro de esta investigación se busca ampliar este conocimiento, optimizando sus procesos en mejoras de eficiencia y generando reducción de costos.

Así mismo buscando una efectividad al momento de la realización de sus exportaciones, con claridad y mostrando un beneficio en la trazabilidad de las diferentes etapas del proceso de producción. Mencionado lo anterior, surge la necesidad de establecer la pregunta con la cual se busca dar respuesta al presente trabajo investigativo: ¿Cuáles son los desafíos logísticos que presentan las empresas productoras de cosméticos naturales de la Región Huetar Norte y Pacífico Central al año 2024 y el primer trimestre del 2025?

Justificación

La búsqueda de una imagen más natural en la actualidad es tendencia en el mundo cosmético, esto ya que todos buscan productos que les ayuden a la reducción de arrugas, eliminar las manchas en el rostro y hasta intentar detener el envejecimiento. Pero estas preocupaciones no solamente están dentro de las mujeres, los hombres también cuentan con este tipo de problema por el aspecto de su piel, cabello, barba, rostro y hasta de sus uñas; de tal forma que se busca un producto que cumpla todo lo que se promete.

La industria cosmética tiene como público meta a todas estas personas las cuales se encuentran interesadas en productos naturales que estén hechos a base de ingredientes naturales, sin químicos contaminantes y riesgosos para la piel, esto también porque hace 20 años los productos cosméticos eran fabricados y combinados con muchos químicos, los cuales llegaban a generar reacciones alérgicas e irritaciones en la piel, especialmente para los consumidores que utilizaban estos productos. Procomer (2020) comenta que:

El concepto de naturalidad tiene muchas interpretaciones y puede variar según la edad. Las más jóvenes, de 17 a 24 años, asocian una imagen más natural a un aspecto cuidado, pero estudiado, utilizando para ello productos de maquillaje, como polvos, correctores y bases de maquillaje, en este orden. Al contrario de las mujeres más adultas, que prefieren dejar su rostro al descubierto y mostrar su belleza natural. Un concepto de “natural” que, según el informe, en España se asocia más a la imagen y menos a productos con ingredientes naturales o su impacto ambiental. (párr.3)

Como fue mencionado anteriormente, el público meta actual de la industria cosmética son tanto hombres como mujeres de todas las edades, ya que cada persona busca un artículo específico para su necesidad, por lo cual, las marcas productoras en su mayoría toman en cuenta el historial dermatológico de cada una de estas personas, buscaron fabricar productos que fueran preparados a base de plantas, aceites y esencias naturales amigables con todo tipo de piel; así mismo estos productos les ayudarán a todas las pieles que cuentan con problemas provocados por el acné, los cuales lidian con secuelas derivadas por esta tormentosa problemática.

El mercado cosmético, en el que se desarrolla las Regiones Huetar Norte y el Pacífico Central cuentan con una creciente demanda por las opciones naturales que brindan sus pequeñas y medianas empresas, son las que más se acercan a las necesidades de sus consumidores debido a que buscan y aprecian de manera positiva los cosméticos naturales y los ingredientes con que son fabricados. La población costarricense no está exenta de estas tendencias de alto interés en productos naturales, ya que también le prestan mucha atención al aseo, apariencia y cuidado personal, por lo cual existe una alta demanda de estos productos de cuidado personal.

Es importante mencionar que gracias a la calidad y la exclusividad que es brindada por estas empresas hacia sus consumidores, han logrado atravesar todos los obstáculos comerciales y han posicionado sus productos con éxito; sin embargo, otras no han tenido la misma suerte y por causa de estos obstáculos han disminuido la comercialización, finalizando sus exportaciones, e incluso han cerrado operaciones a causa de una internalización fallida, es por este motivo que resulta conveniente realizar la investigación.

Objetivos

Objetivo General

Analizar los principales desafíos logísticos de exportación de productos cosméticos naturales desde la Región Huetar Norte y Pacífico Central hacia Estados Unidos.

Objetivos Específicos

Investigar los requisitos arancelarios que deben cumplir los productos cosméticos naturales para ingresar al mercado estadounidense.

Identificar el proceso logístico para la exportación de productos cosméticos naturales dentro del mercado de Estados Unidos en el año 2024 y el primer trimestre de 2025.

Determinar las limitaciones logísticas que enfrentan las empresas exportadoras en la Región Huetar Norte y el Pacífico Central.

Antecedentes

Antecedentes Internacionales

La primera tesis internacional consultada es la de Montoya y Espinoza (2023) con el tema Plan exportador cosmético natural, la realiza para la Corporación Universitaria Minuto de Dios y opta por el grado académico de Título de Tecnólogo en Mercadeo Internacional.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Determinar las fallas de las pymes dentro del sector cosmetológico natural en Medellín en el proceso de posicionamiento de marca al mercado actual y comprobar la obtención de un posicionamiento ventajoso en el mercado de Panamá, y los siguientes Objetivos Específicos: 1) Identificar el comportamiento en el porcentaje de participación de las pymes dentro del sector cosmético natural en el mercado de Panamá. 2) Analizar los datos confiables sobre las estrategias utilizadas para posicionar y comercializar el producto y cómo se relacionan con la industria cosmética natural. 3) Efectuar el proceso de exportación de un cosmético natural al país de Panamá, tomando en cuenta las estrategias de posicionamiento de marca.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual mediante el uso de los siguientes instrumentos: el análisis de casos existentes y pruebas estandarizadas de recolección de datos sobre el fallo que tenían las pymes dentro del mercado. Se realizan recomendaciones sobre un manejo más detallado a nivel de mercadeo; sobre cómo crear una implementación dentro del mercado que atraiga aún más al mercado meta establecido en el sector, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que la exportación de los cosméticos naturales es viable solo en un 50%, ya que la ubicación del país de Panamá es geográficamente amigable con el proceso logístico de exportación. Sin embargo, en este sector costero no se está muy posicionada la industria cosmética; pueden mejorarse elementos clave como la expansión del comercio, la trazabilidad de los productos y la eficacia en los procesos logísticos.

Para lo anterior se recomienda realizar un estudio más profundo sobre el mercado al cual se desea realizar la exportación esto ya que si se define correctamente la zona a la cual se desea realizar la exportación de los productos cosméticos, se lograría que ese 50% de posibilidad que fue nombrado anteriormente logre aumentar a un porcentaje más alto y más benéficos para la compañía exportadora en este caso.

La segunda tesis internacional consultada es la de Marxuri y Ruiz (2021) con el tema Plan de exportación de la microempresa productos cosméticos naturales Martha de Rúaless hacia Chile, la realiza para la Universidad de Otavalo y opta por el grado académico de Licenciatura en Comercio Exterior y Finanzas.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Diseñar un plan de exportación de productos cosméticos naturales Martha Rúaless para iniciar la comercialización en el mercado de Chile, y los siguientes Objetivos Específicos: 1) Analizar los antecedentes teóricos que sustenten el plan exportador de productos cosméticos naturales. 2) Estudiar la empresa Martha Rúaless en función de un plan de exportación de productos cosméticos naturales. 3) Diseñar un plan exportador para la apertura de ventas para el mercado chileno de productos cosméticos naturales de Martha Rúaless en el periodo 2021-2025.

La metodología que se emplea es la mixta, la cual mediante el uso de los siguientes instrumentos: investigación documental, entrevistas y encuestas aplicadas a trabajadores de la empresa de Martha Rúaless, estos instrumentos anteriormente señalados fueron bajo una herramienta mixta tanto cuantitativa como cualitativa. Se discuten ejemplos de procesos logísticos efectivos y de exportación que brindaron frutos, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que la absorción de la investigación permitió una estrategia viable para la inserción de los productos cosméticos naturales de Martha Rúaless en el mercado chileno. Por medio de la incorporación de un estudio detallado de mercado chileno, se pueden mejorar los elementos

clave dentro de la investigación, ya que se sectoriza el mercado meta y la claridad operativa necesaria.

Para lo anterior se recomienda realizar un estudio un poco más profundo de la empresa, investigar un poco más sobre como es el proceso de exportación de los productos cosméticos naturales y así mismo diseñando un análisis estratégico del mercado chileno, lo cual generaría una metodología aún más sólida, ya que esto garantizará que aumente la viabilidad con la cual se está trabajando en el plan de exportación.

La tercera tesis internacional consultada es la de Galliani y Roque (2021) con el tema La comercialización de productos cosméticos y cuidado personal de alta gama en Huancayo, la realiza para la Universidad Continental y opta por el grado académico de Maestro en Administración de Negocios.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Proceso de posicionamiento de tienda física en conjunto con una atención personalizada en todas las atenciones, a diciembre de 2021, y los siguientes Objetivos Específicos: 1) Elaborar un mercado basado en la segmentación y la aplicación de instrumentos investigativos cualitativos y cuantitativos. 2) Analizar los aspectos de ingeniería del proyecto vinculados a la infraestructura, la activa necesaria y el proceso estratégico, logístico y administrativo. 3) Estimar la rentabilidad del proyecto a través del análisis financiero.

La metodología que se emplea es la mixta, la cual mediante el uso de los siguientes instrumentos: utilizando técnicas cualitativas como lo es por medio de entrevistas, como herramienta cuantitativa de encuestas, las cuales fueron aplicadas a clientes recurrentes y trabajadores de la empresa. Esto ya que el diseño establecido de metodología mixta genera una mejora en el proceso de proyectos; por lo cual brinda un estudio más detallado con base en las encuestas realizadas sobre qué es lo que desea el público meta. Por lo cual, implementaron estrategias tecnológicas basadas en el conocimiento comercial, se busca encontrar una respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que el diseño del plan de exportación, permitió generar una estrategia aún más profunda y concisa, lo que reafirma la claridad y la percepción de la empresa; por lo cual brinda un estudio más detallado con base a las encuestas realizadas sobre qué es lo que desea el público meta, tanto nacional como internacionalmente, esto beneficiando a la marca la cual realiza el estudio investigativo ha Huancayo.

Para lo anterior se recomienda realizar un estudio un poco más profundo sobre el plan investigativo, ya que, como fue mencionado anteriormente, al trabajar con una metodología mixta se logró generar una estrategia bastante clara y específica, la cual garantiza que aumente la viabilidad con la cual se está trabajando en el proceso logístico exportador. Sin embargo, si se generan los reportes necesarios para la validación del resultado de investigación y que sean correctos.

La cuarta tesis internacional consultada es la de Duque y Becerra (2020) con el tema Plan de marketing internacional para productos cosméticos que optimice el canal de distribución en Estados Unidos, la realiza para la Universidad de ICESI y opta por el grado académico de Economía y Negocios Internacionales.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Desarrollo de un plan de marketing internacional para optimizar los canales de distribución de Estados Unidos para productos de aceite cosmético a base de Moringa de la empresa Caso de Estudio, y los siguientes Objetivos Específicos: 1) Caracterizar el aceite de Moringa e identificación del proceso de comercialización en el extranjero. 2) Examinar las variables dentro del mercado objetivo para la comercialización del aceite de Moringa. 3) Diseñar las estrategias y canales de distribución óptimos para los productos de la empresa Caso de Estudio. 4) Analizar a los potenciales clientes y canales de distribución específicos dentro del mercado objetivo para el aceite de Moringa.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual mediante el uso de los siguientes instrumentos: estudio de casos, entrevistas y revisión de la literatura sobre el plan exportador de cosméticos a base de Moringa. Se buscaron ejemplos dentro de las entrevistas y las revisiones

literarias, procesos investigativos sobre los resultados de exportación de cosméticos, y se procuró encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que el tratado de libre comercio de Colombia con Estados Unidos beneficia al producto de caso de estudio debido a que el producto es en base a un aceite de semillas de moringa, por lo cual al ser un producto tan específico que debe de contar con algunos reglamentos y permisos necesarios dentro del proceso de exportación.

Para lo anterior se recomienda continuar con el plan exportador ya que al realizar un estudio tan profundo y como fue mencionado anteriormente los resultados fueron mayores a lo esperado, eso indica que los tratados de libre comercio son bastante beneficiosos tanto para el país exportador como para el importador; así mismo, se detalla un beneficio en la económica comercial tanto de Colombia como exportador y a Estados Unidos, ya que genera un acercamiento más amplio hacia su mercado meta.

Antecedentes Nacionales

La primera tesis nacional consultada es la de Bolaños, Kopper, Morales y Zúñiga (2022) con el tema Propuesta de un plan de mercadeo para la comercialización de la línea cosmética natural de Toque Natural Ltda. en la Gran Área Metropolitana, la realiza para la Universidad de Costa Rica y opta por el grado académico de Licenciatura en Dirección de Empresas.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Analizar el plan de mercadeo para la comercialización de la línea de cosméticos naturales de la empresa Toque Natural Ltda., e identificación de nuevas oportunidades de negocio para la marca en la Gran Área Metropolitana, y los siguientes Objetivos Específicos: 1) Identificar cual es la industria de productos cosméticos naturales enfocados en el cuidado de la piel y conceptos teóricos que proponen de plan de mercadeo para la línea cosmética natural. 2) Describir cuál es la situación actual de la empresa Toque Natural Ltda. y de la línea cosmética, sus competidores y estrategias de mercado. 3) Examinar la investigación de mercadeo que permite la identificación de acciones

de mejora y oportunidades de comercialización. 4) Analizar la propuesta de mercadeo para el mejoramiento de la línea cosmética.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevistas y revisión documentaria, la cual está más adaptada al marketing digital, basada en el proceso de mercadeo establecido contemplando los resultados promocionales y de plaza de mercado dentro de la industria cosmética, beneficiando al mercado costarricense y extranjero, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que la industria cosmética, así como el cuidado de la piel, cuentan con campos que recientemente han experimentado un crecimiento exponencial, los cuales muestran avances tecnológicos y facilidades para la experimentación de nuevos productos dentro del mercado cosmético natural.

Para lo anterior se recomienda realizar un desarrollo más detallado sobre el plan de acción detallado, en donde se defina a profundidad cómo se va a implementar el plan de mercadeo; asimismo, cómo proponer algunos indicadores de rendimiento de KPIs. En estos aspectos se deberá trabajar en un estudio para atraer incrementos en ventas, profundizar en un alcance digital y una nivelación de la recolección de marca.

La segunda tesis nacional consultada es la de Badilla y Tencio (2020) con el tema Propuesta de plan estratégico de mercadeo para la comercialización de la línea natural de cuidado facial para la marca Bilka, de la compañía Arpha Cosmetics, en la Gran Área Metropolitana, la realiza para la Universidad de Costa Rica y opta por el grado académico Maestría Profesional en Administración y Dirección de Empresas con énfasis en Mercadeo y Ventas.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Desarrollar una propuesta de plan estratégico de mercadeo, para la optimización y comercialización de la línea de cuidado facial para la marca Bilka de la compañía Alpha Cosmetics, y los siguientes Objetivos Específicos: 1) Desarrollar la industria de cuidado facial en el que se desenvuelve la marca Bilka y presentación

del desarrollo del planteamiento estratégico de la marca. 2) Describir la situación actual de la empresa Arpha Cosmetics y estudio de su entorno competitivo y estrategias actuales. 3) Analizar las oportunidades de comercialización y comunicación de la línea de cuidado facial entre los clientes actuales y potenciales. 4) Desarrollar una propuesta de planteamiento estratégico para la marca Bilka que permite mejorar su desempeño comercial en el Gran Área Metropolitana.

La metodología que se empleada es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos estudios de casos primarios y secundarios, entrevistas y la observación del proceso logístico, lo cual procura generar una comercialización y organización cada vez más detallada al respecto sobre el proceso de exportación de los productos cosméticos naturales, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que: la compañía cuenta con una carta de presentación, dentro de su historia de negocio, la confianza de importante comercializadores del mercado lo cual ha sido clave para su éxito; sin embargo, se enfrenta a una alta competitividad dentro de la categoría y al contexto de retos que ha traído consigo el COVID-19.

Por lo anterior se recomienda que ejecutar una estrategia de marketing más llamativa y atractiva para el público meta al cual se está exponiendo el producto ya que tomando en cuenta la problemática que ha traído el proceso del COVID-19, se debe de buscar una manera en la cual la marca se posicione a nivel comercial; así mismo, teniendo un distintivo que la diferencia de la competencia, esto provocara que este distintivo genere un aumento en las ventas y en la producción logística de la marca.

La tercera tesis nacional consultada es la de Agüero (2017) con el tema Oportunidades de mercado a Centroamérica para la exportación de productos de cuidado personal para el sector Pymes en enero del año 2017, la realiza para la Universidad Internacional de las Américas y opta por el grado académico de Bachillerato en Comercio Internacional.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Investigar cuales son las oportunidades que ofrece el mercado de Centroamérica para la exportación de productos de

cuidado personal para las Pymes costarricenses, y los siguientes Objetivos Específicos: 1) Analizar la oportunidad de mercado que tienen las Pymes de los productos de cuidado personal de Costa Rica a Centroamérica. 2) Determinar las ventajas competitivas de las exportaciones en las Pymes de productos de cuidado personal de origen costarricense a Centroamérica.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: las entrevistas y análisis documentarios en donde se detalla aún más todo el proceso de exportación, la ampliación del mercado y la definición más la información sobre el mercado meta, en donde se derivan algunas categorías y requisitos los cuales se deben de llevar a cabo, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que Costa Rica cuenta con un alto reconocimiento a nivel centroamericano, ya que es un país en vías de desarrollo y crecimiento, esto genera que la perspectiva que se tenga hacia los compradores en el exterior brinda estabilidad y confianza hacia los proveedores o futuros compradores dentro del proceso de exportación.

Por lo anterior se recomienda tomar en cuenta el reconocimiento con el que cuenta el país el cual posee excelentes oportunidades de mercado para el proceso de exportación de productos cosméticos y de cuidado personal, esto ya que al ser Costa Rica reconocido internacionalmente por su confianza y sus productos novedosos genera que las Pymes logren posicionar sus productos en el mercado Centroamericano.

La cuarta tesis nacional consultada es la de Acuña, Jiménez y Viquez (2024) con el tema "La metodología del estándar internacional al cosmos para la certificación de la calidad de la producción de cosméticos naturales". Caso de jabones naturales de la empresa Titicare, la realiza para la Universidad Nacional y opta por el grado académico de Licenciatura en Comercio y Negocios Internacionales con énfasis en Calidad y Buenas Prácticas.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Analizar la gestión de calidad en el proceso de producción de productos naturales, a partir de la metodología estándar

internacional Cosmos y los siguientes Objetivos Específicos: 1) Determinar la gestión de calidad con relación a la certificación en la producción de cosméticos naturales. 2) Determinar el proceso de gestión de calidad de la producción de cosméticos naturales de Costa Rica, de acuerdo con la metodología Cosmos. 3) Examinar la gestión de la calidad de la producción de jabones naturales de la empresa Titicare, a partir de la certificación estándar internacional Cosmos. 4) Analizar la propuesta de mejoramiento para la gestión de calidad de la producción de jabones en la empresa Titicare.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual mediante el uso de los siguientes instrumentos: revisión de investigaciones documentales y entrevistas, las cuales están dirigidas a Titicare, en los que se identifica, se selecciona y se estudia el proceso de metodología del estándar internacional del Cosmos, lo cual permite efectuar un proceso investigativo con una eficiencia operativa adecuada, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que: las exportaciones costarricenses de productos cosméticos han ido en crecimiento a causa de las tendencias mundiales como la preferencia a los ingredientes naturales y al cuidado del medio ambiente, donde se concentra el mayor crecimiento en el sector cosmético natural y orgánico. Por lo cual el estándar internacional del Cosmos le brinda a la empresa Titicare una mejora en la calidad del producto y a su población.

Para lo anterior se recomienda continuar con el plan exportador, esto ya que, como se indica dentro del proyecto, el negocio cosmético es bastante grande y amplio, y actualmente, ya que luego de la pandemia, muchas personas buscan consumir más productos y los cosméticos naturales son los ideales para este mercado específico. La empresa Titicare, al contar con la metodología del estándar internacional del Cosmos, como fue mencionado anteriormente, permite que el producto logre posicionarse cada vez en el mercado internacional, beneficiando y optimizando la comercialización de estos jabones cosméticos naturales.

Proyecciones

Se investigará cuáles son los requisitos arancelarios necesarios; asimismo, cómo las notas técnicas, permisos fitosanitarios, certificados de origen y requisitos documentales, donde se buscará especificar por qué estos requisitos son obligatorios al momento de realizar una exportación para poder ingresar al mercado estadounidense, especialmente ya que los productos cosméticos dermatológicos son bastante delicados y requieren de un cuidado especial.

Se identificará como es el proceso logístico de exportación de los productos cosméticos naturales, en cuanto al tipo de embalaje que es requerido dentro de este proceso, los cuidados que se debe tener, como es el proceso de etiquetado de cada producto cosmético; así mismo, identificar como el proceso de control de calidad de cada producto, asegurando que los mismos cumplan con las regulaciones y los estándares de calidad obligatorios, tanto nacionales como internacionales.

Se determinarán cuáles son las limitaciones logísticas que enfrentan las empresas exportadoras de productos cosméticos en la Región Huetar Norte y Pacifico Central, esto para poder determinar si se requiere de mayor tecnología a nivel comercial, o más capacitaciones, asesorías especializadas y mejoras en los procesos logísticos, por lo cual se buscará conocer si existen barreras estructurales o de infraestructura que afectan la competitividad de las empresas.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

Comercio Internacional

El comercio internacional consiste en el intercambio de bienes y servicios entre diferentes países, el cual ha sido un punto fundamental para el progreso humano; que es lo que hoy conocemos como comercio. Esto ya que, a lo largo de la historia, nuestros antepasados empleaban la práctica del trueque, al intercambiar objetos de valor por alimentos o ganado, por lo tanto, esto ha dado un gran paso dentro del sistema, ya que ha evolucionado hasta convertirse en el pilar esencial e importante dentro del crecimiento económico de una región o nación. Por lo tanto, al pasar de los años y en la actualidad esto continúa en aumento, ayudando a crecer y a fortalecer las distintas economías a nivel global.

Dentro de este intercambio de recursos, los cuales pueden ir desde simples productos y servicios hasta transferencias tecnológicas, conocimientos e información, este cambio se da entre distintos países, en donde estos mismos contribuyen a las economías de cada uno, promoviendo un gran aporte para el desarrollo y el crecimiento de los países que intervienen en todo este proceso. Tal como lo menciona la Universidad Alfonso X el Sabio UAX (2024): “La comercialización internacional es, en esencia, el proceso de empresas de llevar sus productos a mercados externos, generando así una red económica interconectada y globalizada”. (párr.2) Por lo tanto, se da a conocer que el comercio internacional ha trascendido, esto debido al aprovechamiento de las ventajas comparativas y la fomentación del desarrollo de sectores productivos.

El comercio internacional es sumamente relevante debido a su enfoque en la eficiencia y optimización de la producción de los productos, lo cual puede llegar a facilitar a los países aprovechar sus ventajas comparativas, elevando su competitividad y para así lograr acceder a los mercados globales, lo cual fomenta el desarrollo económico. En donde la ampliación del mercado y la disminución de la dependencia de un único sector o región favorecen el fortalecimiento de la estabilidad económica. La cual innova e implementa nuevas técnicas y tecnologías, las cuales estimulan la participación dentro del comercio internacional y así procede a mejorar la calidad de todos los productos y servicios accesibles.

Importancia del Comercio Internacional

La importancia que tiene el comercio internacional a nivel global es la que le permite poder desarrollarse no solo económicamente, sino también de manera cultural, política y social, esto ya que contribuye a generar en gran medida un fortalecimiento organizacional y permite generar una amplia cantidad de empleo. Por lo tanto, es una pieza fundamental dentro del crecimiento económico y el desarrollo de los países; ya que fomenta el intercambio de bienes y servicios, lo cual genera beneficios tanto para los países exportadores como para los importadores. Huesca (2019), comenta lo siguiente al respecto:

El comercio internacional reviste una gran importancia debido al movimiento que genera dentro de la economía local, regional y mundial; por cada transacción que se realice más de un sector se ve beneficiado, al generar un efecto en cascada desde la producción, la comercialización, el traslado, el aseguramiento de mercancías, la nacionalización de estas, y un sinfín de actores económicos involucrados. (p.33)

Observando lo anterior, se da a conocer que esta dimensión intangible facilita la transferencia con las cuales se habilitan técnicas, las cuales innovan y promueven el progreso, así pudiendo permitir que los países logren adquirir la experiencia necesaria para poder desarrollar nuevas industrias, las cuales fortalezcan las ya existentes, para así de esta manera poder impulsar el crecimiento económico, incrementando la competitividad global y generando beneficios directos e indirectos hacia la población y así beneficiando a la economía global. Su relevancia también se centra en la optimización de recursos; para así mismo hacer más eficiente la producción mediante el aprovechamiento de las ventajas comparativas.

Por lo que su importancia radica en la evolución de las economías las cuales logran acceder a generar una mayor diversidad de productos, optimización del uso de recursos mediante la especialización productiva y el aprovechamiento de la implementación de las ventajas comparativas las cuales van derivadas de factores como disponibilidad de materias primas, tecnologías, costos de producción o capital humano. Así como también, el comercio internacional impulsa el desarrollo regional específicamente de zonas fuera del Gran Área Metropolitana, en

donde pequeñas y medianas empresas han logrado encontrar una vía exitosa de exportación para acceder a nuevos mercados internacionales.

Comercio Internacional a nivel mundial

A nivel mundial el comercio internacional es un conjunto de intercambios de bienes, servicios, tecnologías y capital los cuales se realizan entre distintos países y regiones del mundo, por lo cual su contexto actual de globalización, en donde este fenómeno ha adquirido una amplia relevancia estratégica para las economías nacionales e internacionales, ya que no únicamente impulsa el crecimiento económico, sino que aparte fomenta la interdependencia, la cooperación y la integración entre países. Tal y como lo menciona Suriaga y Hidalgo (2021): “El comercio internacional es un ganar-ganar para los países que intervienen en el proceso, ya que permite el crecimiento y desarrollo de estos, mejorando con ello la calidad de vida de sus pobladores, entre otros beneficios”. (p.32)

Esto ya que el comercio no solamente fomenta la competencia, sino que también impulsa la innovación y contribuye a la mejora del nivel de vida mundial. Debido a que es uno de los recursos más importantes dentro de la economía global, por lo que ha experimentado un crecimiento sostenido, lo que ha sido impulsado por factores como la liberalización comercial, avances tecnológicos, reducción de barreras arancelarias y no arancelarias, y la expansión de las cadenas globales de valor. Esto ha permitido que los países logren especializarse en la producción de bienes y servicios, los cuales posean y detonen sus ventajas comparativas, generando una mayor eficiencia productiva dentro del mercado y una competitividad global exitosa.

La relevancia del intercambio comercial a nivel global se encuentra íntimamente vinculada con el desarrollo económico, el cual, dentro de una escala mundial, dado que posibilita a las naciones ampliar la variedad de sus economías y así poder sacar mayor provecho de sus distintas diferencias comparativas. Por lo que, al promover el nivel competitivo y la creatividad, el comercio no solamente impulsa la innovación, sino que, también, impulsa el bienestar a nivel mundial el cual facilita un intercambio efectivo de los productos y servicios entre países. Dado este contexto, en el caso de Costa Rica ha sabido posicionarse como uno de los exportadores con más relevancia e importancia.

Comercio internacional en Costa Rica

A pesar de su reducido territorio, Costa Rica ha logrado consolidarse notablemente y sobresalir dentro de los escenarios económicos a nivel global, esto gracias a la construcción de una amplia red de vínculos comerciales, los cuales le han permitido obtener un alto reconocimiento, el cual destaca sus mercados globales. Este territorio ha generado un cultivo amplio de red de conexiones comerciales y así ha podido alcanzar un gran reconocimiento bastante significativo a nivel mundial, esto debido a que cuenta con una gran importancia, dado que la economía costarricense depende mucho del comercio exterior y también de la industria turística. En el ámbito del comercio internacional, Costa Rica ha sabido conseguir una alta posición, consiguiendo sobrepasar las expectativas del país.

Costa Rica se ha dedicado a cultivar a lo largo del tiempo un fortalecimiento comercial, por lo que dentro del establecimiento de las relaciones comerciales es mutuamente beneficioso, ya que ha sido notable y ha logrado posicionarse como uno de los exportadores más confiables dentro del mercado global. Por lo que, se ha podido lograr diversificar sus productos y destinos de exportación, generando una reducción dentro de su dependencia de mercados específicos. Tal y como lo comenta Govaere (2019): “El país ha venido construyendo un andamiaje de tratados como excelente plataforma exportadora, que beneficia al sector productivo y a la IED, atraída así a instalarse en el territorio” (p.91).

Observando lo anterior, se destaca que Costa Rica ha construido una nueva red de tratados comerciales, los cuales favorecen al sector productivo y atraen la inversión extranjera directa. Sin embargo, a pesar de que los avances que ha obtenido el país dentro de la materia de comercio internacional, es sumamente importante que también se pueda mejorar un más su estructura de negocio, esto mediante esfuerzos para la simplificación de trámites, provocando una mayor atracción de inversión extranjera directa la cual logre permitir un mejor aprovechamiento de los tratados comerciales establecidos. Por lo que ha logrado de cierta forma diversificar sus productos, solucionar estos desafíos y destinos de exportación, lo cual ha reducido su dependencia de mercados específicos.

Ilustración 1. Comercio Internacional, CR 2025

Indicador	2025
Exportaciones totales	Crecieron un 22% en el primer trimestre
Importaciones totales	Disminuyeron un 0,2% en el primer trimestre
Deficit comercial	USD 817 millones
Principales productos exportados	Dispositivos medicos, componentes electricos, deszplazamiento de productos tradicionales como piña y banano
Principales destinos de exportacion	EE.UU. (51.16%) y Países Bajos (7,05%), Belgica (4,62)
Principales proveedores de importacion	EE.UU. (40.54%), China (17.69), Mexico (4,96%)

Nota: La tabla muestra que, en el primer trimestre del 2025, Costa Rica tuvo un aumento del 22% en el valor de las exportaciones de bienes. En caso de las importaciones de bienes se obtuvo una disminución de un 0,2% en comparación con el año anterior. En términos generales, el balance comercial del Comercio Exterior de bienes de Costa Rica, para el primer trimestre de 2025, presenta un déficit de 817 millones de dólares, aproximadamente. https://admin.inec.cr/sites/default/files/2025-05/ComercioExterior_ResultadosPreliminares_I-TRIM-2025.pdf

Observando la tabla anterior se determina que el comercio internacional en Costa Rica ha sido clave para su crecimiento económico y para la expansión que ha habido en las exportaciones ya que juegan un papel vital en todo este proceso. Esto gracias a una estrategia la cual prioriza la diversificación y el establecimiento de las relaciones comerciales sólidas, ya que Costa Rica ha logrado expandir sus productos a mercados globales, incluyendo dispositivos médicos, piña, banano y componentes eléctricos. Por lo que este enfoque le ha permitido a el país sobresalir en el comercio global, como se ve reflejado en los datos del primer trimestre del 2025, y así continuando, atrayendo inversión extranjera directa.

Exportaciones

Las exportaciones son una parte fundamental para el comercio internacional, ya que son tanto bienes como servicios, los cuales se venden o se envían hacia otros países, por lo tanto, esto representa la salida de productos nacionales que son bienes tangibles y servicios, hacia mercados

extranjeros, donde se generan ingresos que benefician al país exportador. Este proceso es importante debido a que genera empleo, fomenta una gran competitividad internacional y contribuye al crecimiento económico. Por lo que Montes de Oca (2024), menciona lo siguiente:

Una exportación es todo bien y/o servicio legítimo que el país productor o emisor (el exportador) envíe como mercancía a un tercero (importador), para su compra o utilización. El ente físico y órgano gubernamental principalmente encargado de controlar y participar en este trámite es la aduana. Una mercancía exportada debe salir de la aduana del país exportador y entrar por la aduana del país importador. (párr. 2)

Por lo cual, observando lo anterior, se determina que este intercambio comercial requiere de la participación de entidades gubernamentales y aduanas, las cuales regulen y supervisen el flujo de mercancías dentro de las fronteras y se encarguen de procesar los trámites y pago de impuestos correspondientes o requeridos. Observándolo desde una perspectiva económica, las exportaciones representan una fuente fundamental de divisas, las cuales contribuyen al equilibrio de la balanza comercial, en donde impulsan la competitividad de las empresas y generan más oportunidades para el crecimiento de los distintos sectores productivos. Este proceso no solo facilita el comercio internacional, sino que, también apoya significativamente a la economía del país exportador.

Desde una perspectiva económica, los procesos de las exportaciones representan una de las principales fuentes de ingreso de las divisas para los países, ya que esto les permite captar una moneda extranjera directa, a través de las ventas al exterior, en donde dichos ingresos le resultan esenciales para poder financiar las importaciones, equilibrar la balanza de los pagos y fomentar la estabilidad macroeconómica. Por otra parte, las exportaciones contribuyen de gran manera al crecimiento del producto interno bruto (PIB), debido a que impulsan una innovación en tecnología, lo cual eleva la competitividad dentro de los sectores productivos al proceder a enfrentarse a los estándares de calidad y a las exigencias internacionales.

Ilustración 2. Exportaciones globales de mercancías (2024 – 2025 Q1)



Nota: La Ilustración anterior muestra el récord de 33 millones de dólares en 2024, en conjunto con un crecimiento del 3,7% (1,2 billones de dólares), esto según un informe emitido por el Comercio Global (Global Trade Update) de la ONU, en conjunto con el Comercio y Desarrollo (UNCTAD). [https://unctad.org/es/news/el-comercio-mundial-alcanzo-un-record-de-33-billones-de-dolares-en-2024-impulsado-por#:~:text=El%20comercio%20mundial%20alcanz%C3%B3%20un,ONU%20Comercio%20y%20Desarrollo%20\(UNCTAD\)](https://unctad.org/es/news/el-comercio-mundial-alcanzo-un-record-de-33-billones-de-dolares-en-2024-impulsado-por#:~:text=El%20comercio%20mundial%20alcanz%C3%B3%20un,ONU%20Comercio%20y%20Desarrollo%20(UNCTAD))

El comercio internacional depende en gran medida de las exportaciones esto debido a que en casi todas las regiones se registró un crecimiento bastante positivo, esto a excepción de continentes como Europa y Asia Central en donde, esta evolución si denoto una variación; sin embargo, el impulso el cual genero un debilitamiento en la segunda mitad del año, en el cuarto cuatrimestre, causo que la inflación comercial se redujera prácticamente a cero, esto debido a que los precios de los bienes comercializados se mantuvieron estables dentro del último trimestre del 2024.

Exportaciones en Costa Rica

Las exportaciones en Costa Rica han sabido históricamente posicionarse dentro de los mercados internacionales como uno de los productores agrícolas de café, banano y piña, así como por sectores industriales, servicios tecnológicos y de implementos médicos. Es por esto por lo que actualmente estos productos continúan teniendo una participación significativa dentro de la canasta exportadora y en el crecimiento económico del país. Actualmente Costa Rica se ha consolidado

con un interés en el crecimiento de la diversificación hacia productos diferenciados, no tradicionales y que poseen un alto valor agregado, entre los cuales se destacan los cosméticos naturales.

Las exportaciones de bienes en Costa Rica actualmente incluyen tanto productos agrícolas como de manufacturas de alta tecnología, por lo que dentro de estos sectores se destacan los dispositivos médicos, los cuales se han convertido en uno de los principales rubros dentro de la exportación, posicionando a Costa Rica como un referente en América Latina dentro de este ámbito. Por otra parte, las exportaciones de servicios también cuentan con un espacio importante, tanto en áreas como el turismo, tecnologías de la información, servicios empresariales y de apoyo financiero. Tal y como Procomer (2024) comenta que:

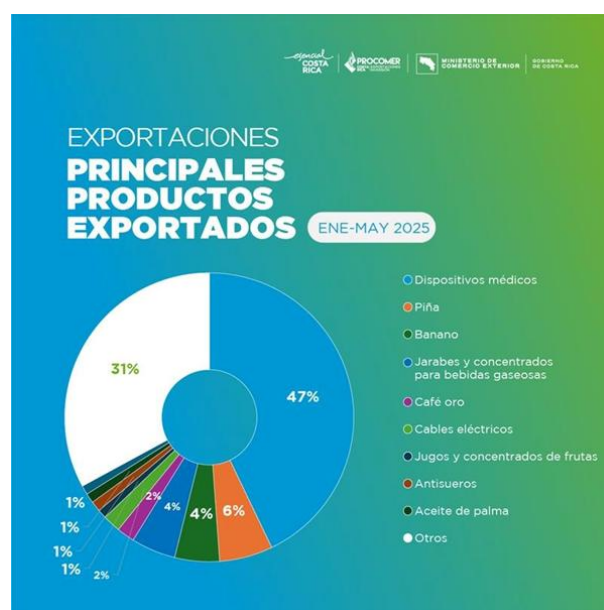
La ya conocida trayectoria exportadora en el sector agrícola, Costa Rica se ha posicionado también en la industria de manufactura avanzada y esta experiencia le continúa abriendo mercados, este es el caso del sector de ciencias de la vida. Actualmente, el país es el 1º exportador per cápita de dispositivos médicos en América. Por lo que el sector exportador de bienes y servicios representa el 37% del Producto Interno Bruto (PIB) de Costa Rica y emplea a más de 600.000 personas. (párr.4)

Observando lo anterior, se determina que Costa Rica ha evidenciado una notable evolución con respecto a algunos años atrás, esto debido a que ha diversificado su estructura productiva, por lo cual, se ha consolidado dentro de su trayectoria internacional a partir del sector agrícola, en las últimas décadas, por lo que ha logrado posicionarse de manera estratégica en industrias con mayor valor agregado, como lo son la manufactura avanzada y el sector de ciencias avanzadas. Provocando una transformación la cual le ha permitido al país y a su economía alcanzar un liderazgo regional, destacándose como el primer exportador per cápita de dispositivos médicos de América Latina.

Dentro de la perspectiva económica, las exportaciones son sumamente esenciales para la generación de divisas, el financiamiento de importaciones y la creación de empleo, así mismo como

representa una innovación y un desarrollo sostenible, ya que Costa Rica se ha sabido posicionar en nichos de mercado que están asociados a la sostenibilidad, la producción orgánica y la economía verde, ya que no solo constituye a una fuente crucial de ingresos para la economía nacional, sino que también refleja una capacidad de adaptación dentro de todos los cambios del mercado global. Esto se realiza por medio de la combinación de productos agrícolas tradicionales, bienes de alta tecnología y servicios especializados que le brindan una ventaja competitiva al país.

Ilustración 3. Exportaciones en Costa Rica 2025



Nota: La ilustración anterior muestra los resultados de los principales productos que fueron exportados durante el primer trimestre del 2025, lo cual demuestra lo bien posicionado que se encuentra Costa Rica en el mercado internacional. Esto según un informe emitido por la Promotora de Comercio Exterior. <https://procomer.com/exportaciones-a-mayo-2025-continuan-con-crecimiento-a-doble-digito/>

Exportación de productos no tradicionales

Las exportaciones de productos no tradicionales en Costa Rica han permitido generar una amplia diversificación a nuevos mercados internacionales, ya que le permiten a los productores o empresas poder adaptarse a las nuevas tendencias del comercio internacional, así como se destacan

en los últimos años los cosméticos naturales dentro de estos productos no tradicionales. A diferencia de los bienes agrícolas tradicionales como lo son el café, banano, caña de azúcar y piña, los cosméticos representan un rubro emergente el cual combina la sostenibilidad y el aprovechamiento de la biodiversidad del país, con el cual se brinda una demanda creciente sobre los productos sostenibles, orgánicos y que sean libres de crueldad animal.

Dentro de las categorías centrales las cuales incluyen productos agroindustriales, bienes manufacturados, servicios especializados y bienes innovadores, los cuales le han permitido a Costa Rica poder insertarse en algunos nichos de mercado altamente competitivos, como lo son productos como plantas ornamentales, frutas exóticas, productos orgánicos certificados, dispositivos médicos, cosméticos naturales, servicios de software y empresariales, quienes brindan una aumento en el interés de sectores emergentes que están elaborados a partir de recursos de la biodiversidad costarricense. Tal y como lo menciona El Economista (2024):

Los principales productos exportados en 2023 fueron los dispositivos médicos, el banano, la piña, jarabes y concentrados para bebidas gaseosas y café oro. El sector agrícola presentó crecimiento en productos no tradicionales como la yuca, el chayote, el culantro coyote empacado, así como la nuez y la almendra de palma, dijo el ente oficial. El sector de equipos de precisión y médicos lidera las exportaciones costarricenses con un 42 % de participación y un crecimiento del 28 % respecto al año anterior. (párr.2)

Por lo cual lo anteriormente mencionado, determina que la diversificación y el dinamismo del sector exportador costarricense, en donde se conviven tanto los productos tradicionales de origen agrícola y por parte de los productos no tradicionales, con una creciente importancia como lo son la yuca, el chayote y el culantro de coyote empacado, resaltan como el liderazgo dentro de este sector de equipos de precisión y dispositivos médicos, no solo hace parte importante de las exportaciones de productos no tradicionales, sino que también, constituye uno de los rubros más relevantes dentro de la canasta exportadora, en donde se evidencia la capacidad que tiene el país para integrarse a mercados internacionales.

Las exportaciones de productos no tradicionales generó una estrategia de apertura comercial y de aprovechamiento de acuerdos internacionales los cuales le han permitido al país poder acceder a más de 50 mercados, ya que estos productos no solo representan una porción significativa dentro de la canasta exportadora, consolidando a Costa Rica no solo como un proveedor de materias primas agrícolas, sino que también lo muestra como una oferta diferenciada, con una huella de sostenibilidad e innovación.

Cosméticos naturales

Los cosméticos naturales son productos especializados para el cuidado, la higiene y el embellecimiento de la piel y el cuerpo, ya que están elaborados a base de ingredientes de origen vegetal, mineral o hasta animal, en donde no han sido sometidos a ningún proceso químico intensivo ni contienen aditivos sintéticos que pueden ser potencialmente dañinos para las personas. Ya que dentro de los componentes más utilizados se encuentran aceites esenciales y extractos de plantas medicinales, los cuales poseen muchas propiedades hidratantes, antioxidantes y regenerativas, las cuales resultan beneficiosas para la piel y el cabello de quienes las utilicen.

En el mercado internacional, los cosméticos naturales se han ganado un gran terreno gracias a las tendencias de “clean beauty”, el cual busca incentivar un consumo sumamente consciente, por lo que también ha generado factores como la preocupación por la salud, la sostenibilidad ambiental y el rechazo de la experimentación en animales, así impulsando una alta demanda hacia países como Estados Unidos y la Unión Europea, ya que son mercados en los cuales se les denota su crecimiento con respecto a los años, a pesar de ser uno de los productos más emergentes dentro del comercio, los cosméticos se han sabido posicionar dentro de la industria. Tal y como lo menciona Procomer (2021) comenta que:

La industria mundial de productos de higiene y cuidado personal alcanzó ventas por \$516 mil millones en 2020, con un crecimiento anual promedio de 1% (2015-2020), impulsado por las categorías de productos faciales, cuidado del cabello y cuidado de la piel. Las ventas están concentradas en Asia (37%), Europa (24%) y América del Norte (20%), de las cuales la principal región exportadora es Europa, que

concentró el 56% en valor de las exportaciones del 2019. Los principales países exportadores son Francia, Estados Unidos y Alemania. (párr.9)

Observando lo anterior, se determina que a pesar de que los cosméticos naturales en Costa Rica son un producto emergente y tomando en cuenta todos estos porcentajes con respecto a otros continentes y países, por lo cual el potencial que posee Costa Rica sobre la elaboración de cosméticos naturales ha sido impulsado por las tendencias internacionales ya existentes, debido a que estas valoran la cosmética verde, la crueldad animal y sobre todo que los productos sean amigables con el medio ambiente, tal y como se trabaja bajo los principios de la sostenibilidad y la huella ecológica. Muchas de las características que poseen estos productos se encuentran alineadas directamente con la imagen internacional que posee Costa Rica.

Por lo que dentro de este contexto los cosméticos naturales presentan un alto potencial, ya que están respaldados por la biodiversidad y el crecimiento económico, lo cual aumenta la demanda internacional de estos productos. Esto debido a que es un país el cual se ha mostrado sumamente comprometido con la conservación ambiental y el desarrollo sostenible. ya que para Costa Rica es sumamente importante convertirse y darse cada vez más a conocer como un factor diferenciador dentro del mercado global, ya que se busca demostrarles a los mercados internacionales, como en el sector cosmético es de vital importancia trabajar de la mano del medio ambiente el cual es un identificador para Costa Rica.

Tipos de cosméticos naturales

Costa Rica ha desarrollado un sector de cosméticos naturales basado en la riqueza de su biodiversidad y en el aprovechamiento de sus recursos agrícolas y botánicos locales, por lo que, aunque el país es conocido principalmente por la exportación de dispositivos médicos, los cosméticos naturales han ganado más relevancia por su propuesta diferenciada basada en la utilización de ingredientes de origen natural y sostenible. Por lo que las empresas productoras de este sector se han sabido posicionar dentro del mercado internacional para así generar productos con valor agregado, lo que les permite interesarse en uno de los mercados más altamente competitivos.

Por lo que uno de los pilares más importantes dentro de este sector es el uso de insumos agrícolas y botánicos locales, destacando el aloe vera, ampliamente cultivado en el territorio nacional y el cual es bastante reconocido por sus propiedades hidratantes y regenerativas en la piel, junto con estos ingredientes, se emplean aceites esenciales, extractos de frutas tropicales y compuestos derivados de plantas medicinales. Estos insumos no solo les aportan beneficios funcionales a los productos, sino que también se asocian con la imagen de Costa Rica como país verde y sostenible, el cual es uno de los atributos más valorados en los mercados internacionales.

Productos para el cuidado de la piel

Este tipo de productos está orientado a cubrir necesidades específicas como hidratación profunda, regeneración celular o protección contra factores ambientales, por lo que todo ello bajo la premisa de un enfoque natural y libre de aditivos químicos, los cuales pueden llegar a ser dañinos. Tal y como Procomer (2022) comenta que: “En este grupo se destacan las cremas faciales y corporales, mascarillas, exfoliantes y bálsamos, los cuales incorporan aceites esenciales, extractos de frutas tropicales y plantas medicinales”. Por lo que en el mercado estadounidense se valora particularmente este tipo de cosméticos por su innovación y autenticidad, que se diferencian de las opciones convencionales.

Productos a base de plantas y extractos botánicos

De los principales tipos de cosméticos naturales que son exportados desde Costa Rica hacia Estados Unidos son todos aquellos productos que estén elaborados a base de plantas y extractos botánicos, los más utilizados son los extractos de frutas tropicales como la piña, papaya y cacao debido a que aportan vitaminas, antioxidantes y beneficios para la salud de la piel. Por lo que estos son los que se distinguen por incorporar ingredientes derivados de la riqueza agrícola y forestal, ya que es uno de los mercados que más riqueza de biodiversidad contiene, ya que esta diversidad de recursos vegetales convierte a Costa Rica en un país competitivo dentro del nicho de la cosmética natural, que es especialmente en mercados exigentes como lo es el estadounidense.

Productos especializados para spa y bienestar

Estos son productos que van más orientados al spa y al bienestar el cual comprende los aceites de masaje, lociones aromáticas, exfoliantes corporales y líneas de amenidades naturales que están diseñadas para hoteles y centros de relajación, a ellos se le suman los aceites esenciales de lavanda, menta, naranja y eucalipto, que son empleados tanto en crema como en productos de aromaterapia, ya que los consumidores en el mercado estadounidense se asocian con artículos con experiencias de autocuidado y lujo accesible, por lo que dentro de este contexto el bienestar integral es cada vez más valorado. Los productores utilizan ingredientes nativos en los bosques tropicales y cultivos locales que evocan la experiencia de la naturaleza costarricense.

Exportación de Cosméticos Naturales hacia Estados Unidos

La exportación de cosméticos naturales en Costa Rica hacia Estados Unidos ha adquirido una gran relevancia en los últimos años, esto gracias a la creciente demanda de productos saludables, sostenibles y libres de químicos agresivos que se encuentran en este mercado, es por eso que este fenómeno responde a una de las tendencias globales de consumo más responsable, en la que los compradores buscan artículos los cuales integren tanto ingredientes naturales, como prácticas de producción que sean respetuosas con el medio ambiente, ya que ha sabido capitalizar estas condiciones para poder posicionarse dentro de un nicho altamente competitivo. Según la Food and Drug Administration (FDA) comenta que:

La legislación estadounidense, sobre los productos e ingredientes cosméticos, a excepción de los colorantes, no requieren de la aprobación de la FDA ya que antes de su comercialización, los fabricantes de cosméticos tienen la responsabilidad legal de la seguridad y el etiquetado de sus productos, por lo que la FDA puede y de hecho toma medidas en contra los cosméticos comercializados que no cumplan con esta ley. (párr.8)

La cita anterior comenta que las compañías deben de cumplir con los estrictos requisitos que son emitidos y solicitados por la Food and Drug Administration (FDA) ya que pese a ello, el sector ha mostrado avances significativos los cuales estiman que Costa Rica cuenta con más de un centenar de empresas dedicadas a la producción de cosméticos e higiene personal, pero en su

mayoría las pymes que se dedican a la exportación son una mínima cantidad las que han logrado incursionar con éxito en el mercado de Estados Unidos.

Todo esto mediante productos la utilización de ingredientes locales que no solo satisfacen la demanda internacional cosmética, sino que también proyecta una imagen positiva, lo que constituye a uno de los principales rubros de exportación nacional, la cosmética natural si representa una gran oportunidad de expandir el mercado por medio de una estrategia de diversificación y crecimiento dentro del mercado internacional generando un amplio valor agregado.

Estados Unidos

Estados Unidos se ha consolidado como uno de los actores principales dentro del comercio internacional de cosméticos, esto tanto en términos de consumo como lo es la en la exportación, ya que su industria se caracteriza por tener un alto nivel de innovación, inversión de investigaciones, desarrollo y la creación de marcas globalmente reconocidas las cuales lideran las tendencias de cuidado personal, maquillaje, fragancias y productos naturales. Por lo que, de acuerdo con el mercado estadounidense de cosméticos, esto no solo se contempla como uno de los mercados más grandes del mundo a nivel de consumo, sino que también ocupa una posición destacada como exportador. Tal y como la Internacional Trade Administration (2023) menciona que:

Los productos definidos como productos de venta libre (OTC) o medicamentos en Estados Unidos que a menudo se regulan y comercializan como cosméticos en el extranjero, incluyendo productos antienvjecimiento, protectores solares y otros productos para el cuidado de la piel. La industria estadounidense es vibrante y está en rápida evolución, con miles de pequeñas y medianas empresas. (párr.2)

Por lo que, observando lo anterior, se determina que Estados Unidos no solo exporta productos ya terminados, sino que también materias primas y tecnologías asociadas a la producción cosmética, como lo son ingredientes innovadores, envases especializados y maquinaria, la cual ayuda a los productores a fabricar sus productos. Esto les otorga un papel estratégico dentro de las

cadenas globales de valor de la industria cosmética, ya que no solo los coloca como una marca en el mercado, sino que los influye a producir un desarrollo de nuevas tendencias y en la capacidad de otros países para industrializarse, por lo que su reputación está vinculada directamente con el cumplimiento de normativas estrictas emitidas por la Food and Drug Administration.

Por lo que para países como Costa Rica buscan colocar sus cosméticos naturales dentro de este mercado, debido a que representaría tanto un desafío como una oportunidad de crecimiento comercial y económico, ya que exige cumplir con estándares elevados, pero también le abre la posibilidad a los productores de adentrarse en un mercado global de valor las cuales giran en torno a un país altamente influyente en la industria y el cual es una de las mayores potencias comerciales.

Socio comercial

Estados Unidos se ha consolidado como el principal socio comercial de Costa Rica, no solo en términos de volumen de exportaciones, sino que también por la biodiversidad de productos que se colocan dentro de este mercado, esto ya que históricamente la relación comercial entre ambos países se ha fortalecido a través de un acuerdo comercial como lo es el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, República Dominicana y Estados Unidos (CAFTA-DR), el cual le ha permitido una mayor apertura de mercado y un acceso preferencial sobre los bienes costarricenses. Así como la Embajada de Estados Unidos (2022) comenta lo siguiente:

Estados Unidos es el mayor socio comercial y el cual posee una inversión de Costa Rica de aproximadamente el 73% de la inversión extranjera directa de Costa Rica en 2022 provino de los Estados Unidos (\$ 2.2 millones), donde Costa Rica es el hogar de más de 250 empresas estadounidenses que emplean a más de 150.000 empleados. Por lo que ambos países siguen disfrutando de una relación económica sólida y mutuamente beneficiosa. (párr.1)

Observando lo anterior, se determina que la posición de Estados Unidos como socio comercial es una estrategia sumamente importante para las pequeñas y medianas empresas costarricenses del sector cosmético, ya que este mercado ofrece un amplio potencial de consumidores que se encuentran interesados en productos diferenciados, sostenibles y con valor

agregado. Aunque la competencia es intensa, Costa Rica logra poder destacar gracia al uso de ingredientes locales, que responden a las tendencias de consumo de Estados Unidos.

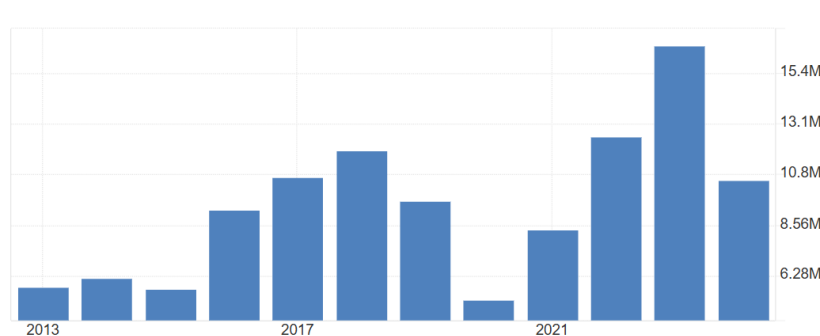
Estados Unidos como importador

El país logra posicionarse como uno de los principales importadores a nivel mundial de cosméticos y productos de cuidado personal, el cual posee uno de los mercados altamente dinámicos y que están en constante expansión, por lo que el tamaño del sector estadounidense lo convierte en uno de los destinos más estratégicos para los países exportadores, como lo son especialmente aquello que ofrecen cosméticos naturales y sostenibles, en conjunto con algunas categorías que han mostrado un crecimiento bastante acelerado a lo largo de la última década. Tal y como Food and Drug Administration (2022) comenta que:

La FDA colabora estrechamente con la Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza de EE. UU. (CBP) para supervisar las importaciones. Los cosméticos importados están sujetos a una inspección por parte de la CBP al momento de su ingreso. Se puede denegar la entrada a Estados Unidos a los cosméticos extranjeros que parezcan estar adulterados o mal etiquetados. (párr. 2)

Por lo que Estados Unidos se distingue por tener un entorno regulatorio exigente, en donde la Food and Drug Administration es la encargada de velar por el cumplimiento de estándares en cosméticos importados, exigiendo el seguimiento de las normas estrictas de etiquetado, composición, certificaciones y prácticas de manufactura, por lo que esta regulación, aunque no representa un desafío para los exportadores de menor escala, si actúa como un filtro de calidad el cual permite que los productos que logran ingresar puedan gozar de un mayor prestigio y confianza dentro del mercado estadounidense.

Ilustración 4. Importaciones de Estados Unidos



Nota: La ilustración anterior muestra los resultados de las importaciones de aceites esenciales, perfumes, cosméticos y artículos de tocador que desde Estados Unidos hasta Costa Rica se ascendieron a US\$ 10,59 millones en 2024, esto según datos emitidos por la COMTRADE de las Naciones Unidas sobre Comercio Internacional. Recuperado del Trading Economics (2024) <https://tradingeconomics.com/united-states/imports/costa-rica/essential-oils-perfumes-cosmetics-toileteries>

Tratado de Libre Comercio con Costa Rica

El Tratado de Libre Comercio (CAFTA-DR) entre Centroamérica, República Dominicana y Estados Unidos entro en vigor el primero de enero del año 2009, el cual constituye a uno de los instrumentos más relevantes para la inserción de Costa Rica dentro del comercio internacional, por lo que su implementación ha consolidado a Estados Unidos como uno de los principales socios comerciales de Costa Rica, permitiéndole obtener un acceso preferencial de la mayoría de los bienes costarricenses al mercado estadounidense, que es uno de los más grandes y competitivos del mundo. Por lo que se estructura en diversos capítulos que abarcan áreas claves como es el acceso a mercados, reglas de origen, medidas sanitarias y fitosanitarias.

Por lo que es de gran importancia dentro de la armonización en medidas sanitarias y técnicas, ya que la exportación de cosméticos se encuentra sujeta a los estándares emitidos por la Food and Drug Administration (FDA), por lo que el CAFTA-DR promueve una transparencia en los requisitos y asegura que no solo constituye barreras injustificadas al comercio, lo cual le brinda una mayor seguridad jurídica hacia las pequeñas y medianas empresas productoras costarricenses que incursionan dentro del mercado estadounidense. Según el Ministerio de Comercio Exterior (2024) menciona lo siguiente: “En los últimos diez años (2015-2024), el comercio bilateral entre

los Estados Unidos y Costa Rica experimentó una tasa de crecimiento promedio anual del 7,7%, alcanzando un mayor valor de US\$18.057 millones en 2024” (párr.4)

Legislación estadounidense para la importación de cosméticos

Dentro de las leyes estadounidenses es fundamental que los productores realicen la especificación y la distinción entre “cosméticos” y “medicamentos”, esto de acuerdo con Food and Drug Administration (FDA) (2025) comenta que: “La Ley de Modernización de la Regulación de Cosméticos de 2022 (MoCRA) es la ampliación más significativa de la autoridad de la FDA para regular los cosméticos desde que se aprobó la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos (FD&C) en 1938. Esta nueva ley ayudará a garantizar la seguridad de los productos cosméticos que muchos consumidores usan a diario”. Tomando en cuenta esto, es de vital importancia que los productores de la Región Huetar Norte y Pacífico Central tengan en cuenta, ya que, si no llegaran a seguir estos lineamientos, se les dificultaría que el proceso de exportación se llevara a cabo.

Por lo que el mercado de Estados Unidos categoriza un producto como “cosmético” cuando este está destinado hacia limpiar, embellecer, cuidar e hidratar la apariencia de la piel, esto claramente sin alterar la composición o estructura y muchos menos causar algún tipo de daño mayor en el cuerpo, por en cambio un medicamento se diferencia cuando es un producto el cual cuenta con una receta médica o recetado por un especialista, por lo que cuando un producto natural este hecho a base de ingredientes naturales y afirma contener efectos terapéuticos, curativos o de tratamientos para el cuidado de la piel, es en donde se debe de categorizar como un medicamento, ya que este mismo implica contar con un cierto requisito regulatorio los cuales son más estrictos y obligatorios.

En el caso de los cosméticos naturales y tomando en cuenta las distintas regulaciones dictadas por la FDA, es particularmente esencial dentro de este sector, debido a que muchos de estos cosméticos incluyen algunos extractos de plantas o esencias, las cuales son tradicionalmente asociadas a propiedades medicinales naturales que son extraídas de la naturaleza. Las legislaciones estadounidenses no solo regulan de forma específica los cosméticos naturales, sino que aparte realizan una integración hacia los mercados generales de los cosméticos.

Requisitos arancelarios

Costa Rica cuenta con un beneficio el cual es el Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos (CAFTA-DR), el cual establece eliminar el pago de aranceles para la mayoría de los productos originarios de la región, como lo es en el caso de los cosméticos naturales, tal y como la UNED (2009) menciona lo siguiente: “Los Estados Unidos eliminarán los aranceles sobre el 100% de los bienes no agrícolas originarios de Centroamérica y República Dominicana en un plazo de máximo diez años”. Por lo que, relacionado con lo anterior, se determina que los productores de cosméticos naturales, siempre y cuando cumplan con los lineamientos establecidos por este tratado, podrán no pagar ningún porcentaje de aranceles.

En el caso específico de los cosméticos naturales, la mayoría de los productos se encuentran dentro del capítulo 33 del Sistema Armonizado (SA), donde se incluyen los aceites esenciales, productos de maquillaje, cosmética, productos hidratantes, etc. Por lo que entran dentro del mercado estadounidense, el exportador siempre demuestra que su producto es de origen costarricense, tendrá un arancel de cero, esto gracias a este Tratado de Libre Comercio. De esta manera, todos los requisitos arancelarios requeridos por el exportador de cosméticos naturales, los cuales son: factura comercial, listado de empaque, conocimiento de embarque ya sea marítimo o aéreo y los documentos de registro de entrada de la CBP.

Requisitos no arancelarios solicitados por Estados Unidos

El proceso de exportación de cosméticos naturales y de cualquier otro tipo de producto hacia Estados Unidos requiere de algunos requisitos arancelarios, sanitarios y documentos, los cuales son exigidos por las autoridades estadounidenses, con el fin de regular el consumo del producto y de seguir los lineamientos pertinentes. Por lo cual, desde la perspectiva de la U.S. Customs and Border Protection (CBP), la cual es la oficina de aduanas y protección fronteriza de Estados Unidos. La cual es la encargada de llevar a cabo toda la revisión de estos documentos en donde se logra establecer la claridad de los productos, presentando los documentos esenciales dentro del proceso de exportación.

Los exportadores deben de cumplir con ciertos documentos indispensables los cuales son solicitados por el gobierno de Estados Unidos, por lo cual se exige cumplir con esta gestión documental la cual combina requisitos aduaneros, con requisitos sanitarios, ya que cumplir con estos documentos no solo evita retrasos y rechazos en la frontera, sino que también genera un fortalecimiento de la imagen del exportador costarricense ante el mercado estadounidense. Por cual algunos de esos documentos son los siguientes:

Factura comercial.

La factura comercial es uno de los documentos más importantes dentro de cualquier operación de comercio exterior, ya que no solo formaliza la importación o exportación, sino que también cumple su función como base para el proceso de llevar a cabo los trámites aduaneros, bancarios y logísticos pertinentes ante los mercados internacionales o nacionales. Ya que no solo cumple con verificar la correcta clasificación arancelaria de los productos, sino que también determina el valor aduanero y valida que estos se estén cumpliendo a cabalidad. Tal y como lo comenta Drip Capital (2022) menciona lo siguiente:

Una factura comercial provee todos los detalles importantes sobre el producto a su comprador, a los agentes de carga, aduanas y bancos. Es un documento obligatorio en todo el transporte marítimo y aéreo. Es decir que, si un vendedor envía por cualquier servicio internacional, debe brindar a las compañías la factura comercial, la cual regula que estas facturas no incluyan detalles de impuestos o transacciones internacionales. (párr.1)

Por lo cual, observando lo anterior, se determina que la factura comercial cumple una triple función, ya que refleja las condiciones de compraventa ante la aduana, permite la valoración y clasificación de la mercancía y cumple como un respaldo ante el proceso de pago de aranceles. En el caso de los exportadores de cosméticos naturales costarricenses, la factura comercial no solo es un requisito comercial, sino que es un requisito formal y esencial. Ya que es una herramienta estratégica la cual le facilita al comerciante una mayor fluidez dentro del proceso logístico, garantizándole una correcta aplicación de los beneficios arancelarios y de igual manera refuerza la relación comercial entre los socios estadounidenses.

Ilustración 5. Factura comercial

COMMERCIAL INVOICE				
Vendor/Exporter:	Invoice Number:	Date of Shipment:		
	Letter of Credit Number:	ATA/BL Number:		
	Currency:	Country of Origin:		
	Conditions of Sale/Terms of Sale:			
Consignee:		Importer:		
Transportation: - Via:	Total Number of Packages: - Total Net Weight:	Total Invoice:		
- From:	- Total Gross Weight:			
Product Description	Qty	Weight	Unit Price	Total Value
<small>These commodities, technologies, or software, when exported from the United States in accordance with export administration regulations, destination country to United States law prohibit, the certifier that this commercial invoice is true and correct.</small>				
Name	Signature	Date		

Nota: La ilustración anterior muestra como es una factura comercial, la cual contiene todos los detalles importantes sobre el producto que son requeridos hacia el comprador, los agentes de carga, aduanas y bancos. Este es un documento obligatorio en todo el transporte marítimo y aéreo. Esto según una descripción emitida por Drip Capital (2022) <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/factura-comercial>

Conocimiento de embarque.

El conocimiento de embarque o también conocido internacionalmente Bill of Lading (BL), es uno de los documentos más relevantes también dentro del proceso de exportación e importación, debido a que va más relacionado hacia el transporte marítimo de mercancías, ya que es un título legal emitido por la naviera o el agente de carga el cual cumple con la función de recibir la mercancía, llevar un registro sobre el contrato del transporte y se define como el documento de propiedad, en donde se especifica al momento en el la carga es entregada y subida a bordo del contenedor. Como lo menciona Volca (2022) lo siguiente:

El Bill of Lading es la evidencia documental que sirve como contrato de transporte entre quien embarca las mercancías (ya sea el fabricante, la comercializadora, la agencia logística, etc.) y la naviera. Por lo que esta última es emitida, por su agente

o el capitán del buque, con la información detallada de los que se está transportando y tres (BL) originales, más las copias que hagan falta. (párr.6)

Observando lo anterior, se determina que, para Costa Rica, el conocimiento de embarque es requerido por la Aduana en Estados Unidos para poder llevar a cabo la exportación para el proceso de nacionalización, ya que según la U.S Customs and Border Protection (CBP), todos los embarques internacionales deben de estar respaldados por este documento el cual valide que el transporte, incluya la descripción de la mercancía y los términos del proceso. Esta gestión les permite a los exportadores proteger la mercancía, garantizando la entrega según el tiempo y el proceso pactados y así respaldar la operación de exportación ante las entidades aduaneras, bancarias y aseguradoras.

Ilustración 6. Conocimiento de embarque

Formulario de Air Waybill (AWB) con los siguientes campos:

- Shipper's Name and Address
- Shipper's account Number
- Consignee's Name and Address
- Consignee's account Number
- Point of Departure (City, Air Carrier and intended routing)
- To: By Air Carrier, Express and Combination, or by Rail
- Point of Destination
- Handling Information
- Table with columns: No. of Pieces, Gross Weight, Net Weight, Chargeable Weight, Rate, Total, Nature and Quantity of Goods
- Weight Charge
- Volume Charge
- Other Charges
- Signature of Shipper of the Agent
- Executed on (Date) at (Place)

Nota: La ilustración anterior muestra el conocimiento de embarque o también conocida como Bill of Lading el cual es uno de los documentos que mayor importancia contienen en la logística y el comercio internacional, pero especialmente en el transporte marítimo, ya que, tanto para los importadores como para los exportadores, este documento cumple con la función de un

contrato de transporte el cual es reconocido por la ley. Esto según un informe emitido por Volca Freight Forwarders (2022) <https://volca.com/que-es-el-bill-of-lading-en-la-logstica/>

Guía aérea.

La guía aérea o también conocida como Air Waybill (AWB) es un documento de transporte utilizado en operación aéreas, a diferencia del conocimiento de embarque el cual se utiliza dentro del transporte marítimo, el Air Waybill no es un título de valor, es decir no únicamente transfiere la propiedad de la mercancía, sino que también es un contrato de transporte entre el exportador y la aerolínea. Por lo que este documento es emitido por la aerolínea o por el agente de carga, el cual asegura que este documento será acompañado siempre de la mercancía durante todo el trayecto. Como el Drip Central (2022) menciona que:

El Air Waybill, también conocido como guía aérea o conocimiento de embarque aéreo, es un documento que contiene información detallada sobre bienes que se transportan por vía aérea y su principal función es la de dar seguimiento al envío. Similar al formato de una carta porte utilizada para el envío de mercancías por transporte terrestre, el Air Waybill funciona como un conocimiento de embarque, pero, no otorga tanta protección a los bienes transportados. (párr.5)

La Guía Aérea constituye a un paso esencial dentro de una exportación por vía aérea, ya que se debe de reportar este documento ante la Dirección General de Aduanas en Costa Rica, al momento de su salida del país y al llegar su destino final el cual es Estados Unidos, la aerolínea o el agente deberá de presentar este mismo documento ante la (CBP) la cual exige este documento para realizar la verificación de la entrada de la mercancía al territorio estadounidense. Este documento es esencial ya que asegura la trazabilidad de la carga, respalda el contrato de transporte y le garantiza el cumplimiento de los requisitos aduaneros para ambos países.

Ilustración 7. Guía aérea o air waybill

Shipper's Name and Address		Shipper's Account Number	House Air Waybill Number			
<p>Air Waybill (An Engagement Note)</p> <p>Copies 1, 2 and 3 of this Air Waybill are original and have the same validity.</p> <p>An agreement for the goods described in this Air Waybill is hereby acknowledged by the shipper and consignee. The goods are hereby accepted for carriage by the carrier under the conditions of the contract of carriage and the carrier's liability is limited by the terms of the contract of carriage and the carrier's liability is limited by the terms of the contract of carriage.</p> <p>These commodities incensed by the United States for ultimate destination. Diversion contrary to United States law prohibited.</p>						
Consignee's Name and Address		Consignee's Account Number				
<p>Point of Departure (Date of first Contract and required routing)</p> <p>To: By Air Carrier <input type="checkbox"/> Through and Overland <input type="checkbox"/> Air Waybill Number: Currency: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Declared Value for Carriage: Declared Value for Customs: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>Point of Destination: Flight Class: <input type="checkbox"/> Air Carrier: <input type="checkbox"/> Flight Class: Amount of Insurance: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>Handling Information:</p>						
No. of Pieces of Goods	Weight	Value	Rate	Charge	Total	Name and Quantity of Goods (and Commodity or Article)
Special Charge		Other Charges				
Situation Charge						
No						
Total other Charges (Due Agent)		Shipper certifies that the particulars on the hereinafter are correct and that together as any part of the consignment contains dangerous goods, such part is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Goods Regulations.				
Total other Charges (Due Carrier)						
Total prepaid		Signature of Shipper (or Agent)				
Total collect						
Commodity Classification		Established on: (Date) at (Place) Signature of Issuing Carrier (or Agent)				

Nota: La ilustración anterior muestra como se ve una Guía Aérea o también conocida como Air Way Bill es un documento el cual contiene información detallada sobre los bienes que se transportan por vía aérea, ya que su principal función es la de darle un seguimiento al envío, para garantizar que este llegue en las mejores condiciones y en el lapso establecido por el exportador. Esto según un informe emitido por Martínez (2022) <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/air-waybill-que-es>

Listado de empaque.

El listado de empaque o también conocido como Packing List, es un documento el cual se complementa con la factura comercial, ya que su función es realizar un detalle sobre los productos que han sido empaquetados para su transporte, a pesar de que no contenga ningún tipo de valor comercial, si cumple con un rol esencial dentro de la logística, la aduana y el transporte, ya que también facilita la verificación física de la mercancía y la planificación del proceso de empaque. Tal y como Drip Central (2022) comenta que:

La lista de empaque ofrece información relevante sobre un envío internacional en particular, por ello, sirve como una guía para preparar otros documentos, por

ejemplo, la carta porte o el Bill of Lading, así como otros requisitos necesarios para el despacho de aduanas. (párr.3)

En el caso de los cosméticos naturales, el listado de empaque es esencial ya que es la manera en la cual se realiza una descripción más detallada sobre cada producto presente en envases de vidrio o plástico los cuales requieran de algún tipo de embalaje seguro o específico, el cual evite rupturas o fugas, por otro lado, el packing list también permite generar una diferenciación conforme a la presentación a nivel comercial del producto. Este documento entra dentro de los productos que son exigidos tanto por la Dirección General de Aduanas en Costa Rica como por el U.S. Customs and Border Protection (CBP) en Estados Unidos.

Ilustración 8. Listado de empaque o packing list

PACKING LIST					
Exporter		Invoice No. & Date		Exporter Ref.	
		Buyer's Order No. & Date			
		Other references:			
		Buyer (if other than consignee)			
Consignee		Country of origin of goods			
		Country of final destination			
		Handling information if any:			
Place of Receipt by pre-carrier					
Invoice / Flight No.	Part of Loading				
Part of Discharge	Final Destination	Net weight:	Gross weight:		
Marks & Numbers		No. & kind of Packages	Description of Goods	Quantity	Remarks
Container No.					
Carton No. L (cm) X W (cm) X H (cm) L X W X H cm(3) / 6000 +					
		Volume weight			Kgs
		Actual weight			Kgs
		Total Net weight			Kgs
		Total Gross weight			Kgs
Signature / Date / Co. stamp					

Nota: La ilustración anterior muestra un listado de empaque o packing list el cual brinda información de vital importancia sobre el envío internacional de la mercancía, por lo que cumple su función de guía para preparar otros documentos, la cual es emitida por el exportador, ya que este documento sirve como complemento al formato de la factura comercial que debe de ser entregada a la empresa la que se hará cargo del transporte de los cosméticos. Esto según un informe emitido por Alexander Ortiz (2022) <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/lista-de-empaque-packing-list>

Documento de entrada de la CBP.

El formulario 7512 o también conocido como el Entry Summary del U.S Customs and Boarder Protection (CBP) es uno de los documentos más importantes solicitado por las aduanas estadounidenses ya que se trata de una declaración obligatoria la cual contiene información esencial con respecto a la exportación, ya que es utilizado por la valoración aduanera, calificación aduanera y brinda una descripción detallada sobre los derechos y las tarifas que fueron acordadas. Como lo comenta Drip (2022) lo siguiente:

Uno de los documentos esenciales es el formulario 7512 de la Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza (CBP) de EE. UU., que se utiliza al importar mercancías a Estados Unidos, por lo tanto, el formulario contiene toda la información necesaria sobre la carga que va a exportar. Por lo que, es obligatorio completar esta documentación para cumplir con los trámites aduaneros. Completar correctamente el formulario 7512 de la CBP que garantizará que el envío llegue a su destino sin problemas. (párr.3)

Por lo que, en el caso de la exportación de cosméticos naturales, este formulario es crucial dentro de este proceso ya que permite aplicar la preferencia del CAFTA-DR, siempre y cuando se presente también con el certificado de origen, esto ya que por otra parte también es un documento con el cual se vincula la exportación con los requisitos regulatorios de la Food and Drug Administration (FDA) todo esto bajo la MoCRA (2022). A pesar de que este documento es presentado por el exportador o por el agente aduanal en su caso al llegar la mercancía a Estados Unidos, es importante que el exportador costarricense cuente con toda su documentación asegurada y al día.

Ilustración 9. Documentos de entrada de la CBP

DEPARTMENT OF HOMELAND SECURITY U.S. Customs and Border Protection		CBP APPROVAL NO. 1651-0003 EXPIRATION DATE 01/31/2021			
TRANSPORTATION ENTRY AND MANIFEST OF GOODS SUBJECT TO CBP INSPECTION AND PERMIT 19 CFR 10.60, 10.61		Entry No. _____	Entry No. _____		
Port _____	PORT CODE NO. _____	Class of Entry _____	(I.T.) (T.E.) (WD.1E) (Drawback, etc.)		
Date _____	FIRST U.S. PORT OF UNLADING _____				
PORT OF _____		DATE _____			
Entered or imported by _____		Importer/IRS # _____ to be shipped			
in bond via _____		(C.H.L. number) (Vessel or carrier) (Car number and initial) (Pier or station) consigned to			
CBP Port Director _____		Final foreign destination _____ (For exportations only)			
Consignee _____		(At CBP port of exit or destination)			
Foreign port of lading _____		B/L No. _____ Date of sailing _____			
<small>(Above information to be furnished only when merchandise is imported by vessel)</small>					
Imported on the _____		Flag _____ on _____ via _____			
<small>(Name of vessel or carrier and motive power)</small>		<small>(Date imported)</small> <small>(Last foreign port)</small>			
Exported from _____		Goods now at _____			
<small>(Country)</small> <small>(Date)</small>		<small>(Name of warehouse, station, pier, etc.)</small>			
Marks and Numbers of Packages	Description and Quantity of Merchandise Number and Kind of Packages (Describe fully as per shipping papers)	Gross Weight in Pounds	Value (Dollars only)	Rate	Duty

Nota: La ilustración anterior muestra uno de los documentos el cual contiene toda la información requerida sobre la carga que se va a importar, por lo que es obligatorio de completar esta documentación para cumplir con los trámites aduaneros. Por lo que la CBP utiliza este documento para comprender la naturaleza de los cosméticos que se están importando al mercado estadounidense. Esto según un informe realizado por Alexander Ortiz (2022) <https://www.dripcapital.com/en-us/resources/blog/cbp-form-7512>

Ingredientes prohibidos

Para el mercado estadounidense, es sumamente importante que las empresas productoras de cosméticos naturales, cumplan con los lineamientos y regulaciones las cuales son impuestas por la Food and Drug Administration (FDA), ya que de acuerdo con esta entidad, la normativa establece que todo tipo de sustancias puedan ser empleadas en todo tipo de pieles, por lo que algunos químicos o sustancias se encuentran prohibidas, ya que no cumplen con el objetivo de garantizar la seguridad de los consumidores ya sea al utilizar o aplicar el producto. Según la Food and Drug Administration (FDA) (2022) comenta lo siguiente:

Es ilegal que un cosmético contenga cualquier ingrediente que lo haga nocivo cuando los consumidores lo usan según las instrucciones de la etiqueta o de la forma habitual o esperada. Esto implica independiente de si existe una regulación que prohíba o restrinja específicamente el uso del ingrediente en cosméticos. La única

excepción son los tintes capilares de alquitrán de hulla, que la ley trata de forma diferente. (párr.5)

Por esta razón es que es sumamente importante para los exportadores ya que deben fortalecer los requisitos de seguridad, registro y trazabilidad de todos los ingredientes empleados dentro de los cosméticos, por lo que esto implica brindarles nuevas obligaciones para los exportadores a mercados internacionales, incluso hasta para los productores costarricenses. Dentro de este caso los cosméticos naturales, resulta fundamental que dentro de la etiqueta del cosmético se describan e identifiquen cuales son los ingredientes que contiene el producto, al igual que describir como se debe de aplicar, esto debido a que dentro el mercado estadounidense el que los cosméticos no cumplan con estos lineamientos podría generarles limitantes al momento de su exportación.

Los exportadores costarricenses de cosméticos naturales pueden llegar a contar con ciertas implicaciones, las cuales van derivadas de la utilización de ingredientes los cuales pueden generar rechazos de permisos por parte de la aduana, ya que se exigen certificados adicionales de composición química ya que dependiendo del químico o del ingrediente que contenga el cosmético deben de reformular la composición química para que este producto pueda ingresar al mercado estadounidense.

Logística de exportación

La logística de exportación es el conjunto de procesos, recursos y servicios que le permiten a las empresas exportadoras de cosméticos naturales poder trasladar sus productos desde la Región Huetar Norte y Pacífico Central hacia Estados Unidos, cumpliendo y siguiendo las regulaciones emitidas por las aduanas, regulaciones sanitarias y comerciales aplicables dentro del rubro de las exportaciones. Esto ya que la logística internacional es la encargada de coordinar el flujo de las mercancías e información desde el punto de origen hasta el mercado de destino, generando una eficiencia máxima en costos, tiempos y niveles de los servicios. Tal y como Ortiz (2020) menciona que:

La logística de exportación incluye el manejo, transportación, gestión del inventario, almacenamiento, empaque y despacho de las mercancías que se van a exportar, por lo cual la relevancia del sistema integrado de logística es adecuado e indiscutible, pues puede generar una ventaja competitiva para los exportadores. (párr.3)

Por lo que, para los exportadores costarricenses de cosméticos naturales, la logística dentro del proceso de exportación integra actividades las cuales van desde el manejo de almacenamiento de los cosméticos, el embalaje y la consolidación de la carga en caso de emplearse un transporte marítimo. Por lo cual contar con un buen contrato de transporte es vital, ya que esta persona o empresa será la encargada de dirigir los trámites aduaneros, seguros y llevar a cabo la distribución de la mercancía una vez que llegue a Estados Unidos. Dentro del gestor de cosméticos naturales, para los productores es sumamente relevante que la logística sea implacable, ya que son productos que requieren de cuidados específicos, ya que en algunos casos deben conservar su calidad durante cierto tiempo establecido.

En el caso de los cosméticos naturales, la elección del medio de transporte que ya sea marítimo o aéreo depende mucho de las condiciones y factores como lo es el tiempo de vida útil del producto, la urgencia con la cual la requiere el cliente y los costos de envío, por lo que la logística internacional no solamente cuenta con un papel operativo, si no que a su vez cuenta con un papel estratégico a nivel de comercio internacional. Ya que busca generar una adecuada gestión logística tanto para el productor costarricense como para el cliente estadounidense, quien recibirá la mercancía.

Tipos de transporte

En el comercio internacional, el transporte es uno de los elementos que más les permite a los productores materializar el intercambio de bienes a nivel global, ya que es considerado un elemento fundamental dentro de la cadena logística; debido a que es una actividad con un mayor impacto el cual cuenta con costos logísticos más altos y accesibles y con una calidad de servicios, percibido por los clientes. Por lo que el transporte internacional se define como un conjunto de tipos de transporte; que traen consigo un conjunto de medios y operaciones las cuales hacen posible el movimiento físico de las mercancías desde la Región Huetar Norte y Pacífico Central hasta

Estados Unidos, atravesando todas las fronteras aduaneras y procediendo a cumplir con las regulaciones propias de cada nación.

Dentro del transporte internacional, existen diferentes tipos de transportes los cuales buscan adaptarse a la naturaleza de la carga, cumplir con los tiempos de entrega y con los costos asociados con todo el proceso, para los productores de cosméticos naturales, son más empleados los transporte aéreo y marítimo debido a que son los transportes que mejor se adecuan a las condiciones de los productos, debido a que en algunos casos los cosméticos deben de tener cierto nivel de conservación y estas características son las que más se toman en cuenta dentro del mercado objetivo.

Transporte aéreo

El transporte aéreo dentro de las exportaciones de cosméticos naturales se emplea a menor escala, esto debido a que resulta más útil en momento en los que se busca atender cierta urgencia o a un nicho de mercado especializado dentro de Estados Unidos, ya sea como tiendas de productos orgánicos o inclusive hasta e-commerce, en donde la entrega de los productos es con mayor rapidez; lo que determina una mayor satisfacción por parte del cliente. El proceso de la carga aérea es dirigido por medio de la Guía Aérea, la cual cumple su función como comprobante de embarque.

Este tipo de transporte trae consigo ciertas ventajas ya que le brinda mayor rapidez dentro de la entrega del producto, esto con un promedio de entre (24 a 48 horas), mayor seguridad y garantizando una menor manipulación de la carga, los cosméticos naturales principalmente se exportar atreves del Aeropuerto Internacional Juan Santamaría en Costa Rica, con destino hacia las terminales aeroportuarias de Estados Unidos, el cual varía dependiendo de la ciudad de destino.

Transporte marítimo

El transporte marítimo es uno de los transportes más utilizados a nivel global dentro del comercio internacional de exportaciones e importaciones, por lo cual para los exportadores costarricenses de cosméticos naturales es uno de los transportes más empleados. En Costa Rica, siendo uno de los países emergentes dentro de la industria de cosméticos naturales, los exportadores

de las regiones Huetar Norte y Pacífico Central, más emplean los contenedores consolidados, ya que la capacidad con la cual cuentan para lograr realizar una exportación exitosa es bastante pequeña.

Al ser cargas de gran volumen, poseen un bajo costo unitario, ya que este tipo de transporte, según la UN Trade & Development (2024) menciona que: “Más del 80% del volumen del comercio internacional de mercancías se transporta por mar, y este porcentaje es aún mayor en la mayoría de los países en desarrollo”. (párr.1) Por lo que este tipo de transporte es idóneo para envíos regulares de productos cosméticos naturales, ya que sus costos unitarios son bajos con respecto a los volúmenes de mercancías.

Región Huetar Norte

La Región Huetar Norte es una de las seis regiones de Costa Rica se caracteriza por ser una de las zonas con mayor riqueza agrícola y ambiental del país, por lo que se ha permitido consolidarse como uno de los territorios de gran importancia a nivel productiva. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2021) comenta que: “Esta región también posee una creciente participación en actividades industriales ligadas a la transformación de materias primas, lo cual ha favorecido la diversificación económica y la creación del encadenamiento productivos. (pág. 20)

Dentro del ámbito social, esta región representa una constatación bastante significativa, ya que si bien es cierto en cantones como el de San Carlos se observa un mayor desarrollo de infraestructura y servicios, que en otras zonas que están más cercanas a la frontera norte, enfrentan limitaciones en acceso a salud, educación y oportunidades laborales. Por lo que la Región Huetar Norte constituye a un territorio estratégico para Costa Rica, no solo por su aporte al sector agroexportador, sino que también por su potencial turístico, energético, sostenible y logístico. Su ubicación y su riqueza en recursos naturales que la posicionan como un espacio clave para la integración económica tanto nacional como internacional.

Productos que más se exportan

La economía de la Región Huetar Norte se basa en la producción agropecuaria, con una especialidad de énfasis en cultivos de piña, yuca, caña de azúcar, cacao y cítricos, de donde se destinan tanto al consumo interno como a la exportación, como la ganadería bovina que está destinada a la producción de carne y leche, la cual también ocupa un gran lugar destacando en la dinámica económica a nivel regional. Por lo que estas actividades han impulsado la instalación de las agroindustrias que generan empleo y encadenamientos de forma productiva hacia otros sectores. No obstante, predomina el modelo agroexportador el cual ha planteado algunos desafíos en materias de la sostenibilidad ambiental y la diversificación económica. Según Procomer (2024) comenta lo siguiente:

La Región Huetar Norte es ampliamente reconocida por su productividad y éxito en actividades agrícolas como la producción de piña, tubérculos y otros bienes de exportación del país, además de un grupo de importante talento en TICs, que abre una oportunidad de diversificación productiva y más empleo de calidad” (párr. 8)

Esta zona se ha consolidado como uno de los pilares de la exportación agrícola del país, en donde destacan especialmente los tubérculos, frutas y verduras, peor también la oferta diversificada que incluye caña, cítricos, ganadería y cultivos de valor agregado como el café y el cacao. Por lo que esta diversidad no solo refuerza su papel dentro de la economía nacional, sino que también la proyecta como uno de los territorios con un potencial para la expansión hacia los nuevos mercados internacionales.

Cosméticos naturales

Aparte de ser solo un polo agroexportador de gran relevancia, esta zona cuenta con ciertas condiciones las que las posicionan de forma favorable para el desarrollo de la industria de los cosméticos naturales, donde la abundancia de los recursos agrícolas y forestales ha permitido que las pequeñas y medianas empresas puedan aprovechar las materias primas locales dentro de la elaboración de productos de cuidado personal y de estética. Ya que emplean ingredientes como el aloe vero, cacao, piña, café y diversas plantas medicinales que son altamente valorados por sus propiedades antioxidante, hidratantes y revitalizantes, las cuales han incentivado su incorporación dentro de jabones, cremas, champús ya aceites esenciales con un potencial de exportación.

Lo que beneficia la imagen internacional de Costa Rica como uno de los países más comprometidos con la sostenibilidad y biodiversidad, por lo que esta percepción les agrega un valor a los productos elaborados de la zona, especialmente en mercados como Estados Unidos y Europa, en donde existe una creciente demanda sobre estos cosméticos naturales, que son libres de químicos agresivos o dañinos y están vinculados a prácticas de comercio justo. Tal y como Procomer (2020) comenta que: “Los recursos botánicos y agroindustriales de la Región Huetar Norte constituyen a una base sólida para diversificar la oferta exportadora del país hacia nichos de alto valor.” (párr.2)

Desafíos logísticos

Al ser una zona un poco alejada del Gran Área Metropolitana, enfrenta algunos desafíos logísticos, los cuales llegan a condicionar el proceso de exportación de los cosméticos naturales hacia el mercado estadounidense. Ya que uno de los principales problemas que enfrentan es la infraestructura vial, ya que las carreteras que conectan con la zona y con los principales puertos y aeropuertos presentan limitaciones de capacidad y estado, lo cual incrementa los tiempos de transporte y eleva los costos de envío, lo que llega a afectar especialmente a los productores de cosméticos, ya que en algunos casos requieren de un traslado especial para evitar un derramamiento de los ingredientes.

Por lo que otro desafío relevante presente son los altos costos logísticos y de transporte, esto ya que al tratarse de productos que a menudo requieren de embalajes especializados y de condiciones de transporte controladas, los gastos suelen elevarse y a ellos se le suman los procesos administrativos y sanitarios, ya que la exportación de los cosméticos naturales exige de ciertas certificaciones sobre Buenas Prácticas de Manufactura, registros sanitarios y cumplimiento de normativas tanto para nacionales como para internacionales. Lo que puede llegar a ocasionar retrasos y a encarecer los procesos operativos, por lo que muchas pymes de la región carecen de infraestructura productiva y de servicios logísticos especializados.

Ilustración 10. Región socioeconómica Huetar Norte



Nota: La ilustración anterior muestra la ubicación geográfica en donde se encuentra ubicada la Región Huetar Norte. Esto según un informe presentado por el Ministerio de Educación Pública (MEP) (2022). Recuperado de <https://www.mep.go.cr/educatico/regiones?page=76>

Pacífico Central

La Región Pacífico Central se encuentra posicionada en una zona geográfica estratégica que le ha permitido convertirse en un punto clave para la conectividad nacional e internacional, esto ya que cuenta con ciertos puertos de relevancia como lo es el de Caldera, que a través del cual se moviliza una parte significativa de las mercancías a exportar. Esta ubicación los ha favorecido en el desarrollo de actividades productivas y logísticas que han diversificado la economía y la han convertido en uno de los ejes regionales de mayor relevancia. Tal y como la Universidad de Costa Rica menciona que: “El Pacífico Central costarricense es una zona con un enorme potencial para su desarrollo productivo y avances sociales.” (párr. 1)

La zona juega un papel esencial dentro de la logística de exportación, ya que se concentra en una gran parte de la infraestructura portuaria y vial, debido a que conecta la producción nacional con los mercados internacionales. Sin embargo, la región también enfrenta ciertos retos que se encuentran vinculados con la modernización de esta infraestructura, la diversificación de su matriz productiva y la adaptación a fenómenos climáticos que impactan tanto la actividad agrícola como la turística. A pesar de estos desafíos, el Pacífico Central se mantiene como un territorio clave, con el fin de impulsar el desarrollo económico nacional.

Productos que más se exportan

Esta región se distingue por contar con una economía diversificada la cual combina dentro de las actividades portuarias, turismo y producción agrícola y acuícola que está orientada tanto al mercado local como al proceso de exportación, por lo que dentro de estos productos con mayor participación en las ventas externas desde la zona figuran frutas tropicales, productos de mar y acuícolas como el camarón y el pescado procesado, así mismo como el cultivo de valor agregado como cacao y café en las zonas de mayor altitud. Tal y como Procomer (2024) comenta que: “Al cierre del primer trimestre del 2024, Costa Rica exporta US\$22,74 millones en productos de maricultura (como camarones y ostras) desde esta región, hacia destinos como Estados Unidos y México.” (párr.6)

La infraestructura portuaria y su conexión dentro de los nudos logísticos facilitan la exportación de los bienes, lo que incentiva la localización de agroindustrias y plantas de procesamiento en el corredor del Pacífico. Asimismo, como el auge del turismo ha generado sinergias con las actividades productivas que están vinculadas a la gastronomía y la agroindustria, lo cual permite que se dé la consolidación de las cadenas de valor que constituyen a la diversificación de las exportaciones regionales.

Cosméticos naturales

Esta región presenta cierto tipo de ventajas comparativas dentro del desarrollo de los cosméticos naturales ya que debido a su riqueza en insumos tropicales y en donde su tradición es el uso de materias primas que estén vinculadas al agro y al mar, ingredientes como el cacao, el coco, extractos de frutas tropicales, así como aceites y mantecas vegetales procedentes de cultivos locales, los cuales constituyen la base para las formulaciones cosméticas que están orientadas hacia los mercados que valoran la naturalidad y el origen de la sostenibilidad. Por lo que la cercanía de estas zonas costeras favorece el aprovechamiento de los subproductos marinos y algales para desarrollar los cosméticos naturales.

Por lo que tanto empresas pequeñas y medianas han decidido comenzar a explorar la fabricación de nuevas líneas de jabones artesanales, cremas, aceites corporales y productos para el

spa los cuales incorporen todos estos insumos con ingredientes autóctonos de la zona. En donde la demanda local de estos productos de alta calidad y su imagen verde hacia el país facilita el posicionamiento de certificaciones ambientales, prácticas de comercio justo, comunicación clara en base a la trazabilidad y el origen de los ingredientes, sin embargo, la consolidación de esta industria cosmética regional requiere de una inversión, control de calidad y la comercialización a nivel internacional.

Desafíos logísticos

A pesar de que su ubicación costera la región Pacífico Central contiene ventajas para el embarque marítimo, ya que esta zona enfrenta algunos desafíos logísticos los cuales condicionan la competitividad de las exportaciones de cosméticos naturales, en donde entre ellos se encuentran la variabilidad de la capacidad y la eficiencia portuaria, la que puede generar una congestión en las temporadas altas y demoras en el proceso en los embarques, así mismo como la dependencia de rutas terrestres las cuales conectan con las zonas de producción con terminales marítimas las cuales pueden llegar a incrementar los tiempos y costos cuando se presentan limitaciones o sufren de alguna congestión. Tal y como el TEC (2025) menciona que:

La infraestructura vial, portuaria y aeroportuaria es identificada como el principal desafío logístico para la exportación e importación. La saturación de Puerto Caldera, le falta la conectividad intermodal y en donde las condiciones críticas en corredores claves, llegan a afectar de forma sistemática los flujos logísticos, estando competitividad y aumentando los costos para el cliente final. (párr. 14)

Por lo que observando lo anterior se muestra que las empresas regionales enfrentan limitaciones en servicios logísticos especializados, como embalaje técnico, manejo de lotes para la exportación, almacenamiento con un control de condiciones tanto de temperatura, como de humedad y operadores con una experiencia en tramites sanitarios internacionales, lo cual complica con el cumplimiento de los requisitos exigidos por los importadores en Estados Unidos, donde otros retos incluyen la necesidad la cual robustece la trazabilidad dentro de la cadena de suministros, buscando optimizar los procesos de consolidación de carga para poder alcanzar las economías de escala y asegurar los cumplimientos normativos establecidos.

Ilustración 11. Región Pacífico Central



Nota: La ilustración anterior muestra la ubicación de la zona Pacífico Central, esto de acuerdo con un informe realizado por El Observatorio (2025). Recuperado de <https://observador.cr/regiones-socioeconomicas-de-costa-rica-tendran-nuevo-mapa/>

CAPITULO III: MARCO METODOLOGICO

Enfoque cualitativo

Desde la perspectiva de que se logra optar en esta investigación, se considera pertinente adoptar un enfoque cualitativo en donde se aborde el problema y los objetivos planteados relacionados con el proceso logístico de cosméticos naturales desde la Región Huetar Norte y el Pacífico Central hacia Estados Unidos en el año 2024 y el primer trimestre de 2025. Este enfoque posibilitaría una comprensión más profunda y contextualizada de los procedimientos involucrados, así como de los actores y sus experiencias dentro del proceso de exportación. Para Hernández et.al (2018), la investigación cualitativa estudia:

(...) fenómenos de manera sistémica. Sin embargo, en lugar de comenzar con una teoría y luego “voltrear” al mundo empírico para confirmar si esta es apoyada por los datos y los resultados, el investigador comienza el proceso examinando los hechos en sí y revisando los estudios previos, ambas acciones de manera simultánea, a fin de generar una teoría que sea consistente con lo que está observando que ocurre. (p. 7)

A lo citado Hernández et.al (2018) agregan: “(...) se plantea un problema de investigación (...). Va enfocándose paulatinamente. La ruta se va descubriendo o construyendo de acuerdo con el contexto y los eventos que ocurren conforme se desarrolla el estudio.” (p. 7)

De igual forma los autores Hernández et. al (2018) sostienen que:

Las investigaciones cualitativas suelen producir preguntas antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, puede variar en cada estudio. (pp. 7-8)

En función de las posiciones teóricas expuestas, el proceso de indagación se fundamentará en el análisis del proceso de exportación de productos cosméticos naturales al mercado de Estados Unidos del año 2024 y primer trimestre del 2025, con el propósito de identificar como se llevan a cabo los hechos en dicho proceso logístico de exportación, a la luz de la revisión de los estudios previos existente al respecto; dichas acciones investigativas se ejecutaran de forma simultánea, a fin de brindar una teoría mucho más consistente con el objetivo en estudio.

Según lo que expone Hernández, el enfoque se orientará al estudio que permitirá establecer una dinámica en donde podrán surgir cuestionamientos antes, durante y después de recolectar todos los datos y generar el análisis de la información recopilada, mediante el proceso de análisis del proceso logístico de exportación de productos cosméticos naturales al mercado de Estados Unidos en el año 2024 y el primer trimestre del 2025, donde serán los hechos verificados conforme a tal proceso y la interpretación que se otorgue.

Finalmente, cabe señalar que este tipo de estudio permite involucrarse en el contexto de cadena de producción para la exportación mediante el producto citado y conforme al avance de análisis, ir interpretando los hechos y acontecimientos que se guiaran dentro del camino, elementos fundamentales para lograr el aporte de una teoría de propuestas y alternativas viables y efectivas para producir una mejora no solo en el proceso logístico de exportación de los cosméticos naturales al mercado de Estados Unidos, sino que también se busca identificar las limitaciones y debilidades que se podrán subsanar para generar una efectividad de futuros procesos de exportación de estos productos.

Diseño de la investigación

El diseño de una investigación es el proceso que nos brinda una ruta de hacia dónde se desea dirigir la investigación, en este caso se desea determinar cómo es el proceso logístico de exportación de productos cosméticos naturales desde la Región Huetar Norte y el Valle Central durante el año 2024 y el primer trimestre del 2025; así mismo, este estudio se basa en las experiencias vividas por las empresas productoras de cosméticos naturales costarricenses, para así obtener información sobre las posibilidad al exportar dicho producto.

Fenomenología empírica

El diseño metodológico de esta investigación es la fenomenología empírica, cuyo propósito es explorar, describir y comprender las experiencias de los actores involucrados en el proceso logístico de exportación. Este enfoque busca identificar los elementos comunes que emergen de sus vivencias, tales como sus emociones, percepciones, aprendizajes y retos que enfrentan. La fenomenología empírica, según Hernández y Mendoza (2018), no busca crear una teoría nueva, sino entender la esencia de la experiencia vivida por los participantes ante un fenómeno determinado, en este caso, la logística de exportación de productos cosméticos naturales.

Población y Muestra

Población

En lo que respecta a la población, se considera como el total de elementos que se desea estudiar, en función de los objetivos perseguidos y de las generalizaciones a las que se desea llegar; es por eso que, en el contexto de esta investigación, el objeto de análisis se enfoca en el Análisis del Proceso Logístico de Exportación de Cosméticos Naturales desde la Región Huasteca Norte y Pacífico Central hacia Estados Unidos. Por lo que las poblaciones deben situarse de manera concreta por sus características de contenido, lugar, tiempo y accesibilidad.

Según Hernández et al. (2018), indica que la población es el “conjunto de todos los casos que concuerda con determinadas especificaciones”. (p.199). Esto quiere decir que se debe tomar en cuenta la población que se elija sea similar a las características, accesibilidad en tiempos y lugar, para que, cuando se requiera tomar la unidad de interés o algún proceso relacionado con el análisis, este pueda llegar de manera efectiva, rápida y completa.

De acuerdo con la cita de Hernández se determina que dentro de esta investigación la población corresponde a todas aquellas personas que formen parte de las empresas exportadoras de productos cosméticos naturales dentro del sector cosmético, que se encuentren dentro de la Región Huasteca Norte y el Valle Central y que hayan aplicado algún proceso logístico, cuyas experiencias se consideran bastante valiosas para obtener toda la información que se requiere saber

sobre cómo es el proceso de exportación, como es su tramitología y su proceso logístico internacionalmente.

Muestra

La selección de la muestra debe garantizar que los elementos que se elijan sean representativos de la población en su conjunto. Esto implica que la muestra debe incluir una diversidad de componentes los cuales reflejen adecuadamente las características de la población estudiada. (Ramírez et al.,2023). Por lo que, el enfoque de muestreo más adecuado para esta investigación es la cualitativa, ya que este tipo de muestreo se caracteriza por la selección de individuos los cuales son accesibles y que poseen conocimientos y experiencias más relevantes en la temática investigada, e incluye a aquellos que han participado en la exportación de cosméticos naturales hacia estados unidos. Según Hernández et al. (2014) menciona que:

El concepto de muestra para una investigación con este enfoque se define como el proceso cualitativo, grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrá de recolectar los datos, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo del universo o población que se estudia (p.384).

La muestra de esta investigación está compuesta por 10 participantes seleccionados estratégicamente, ya que esta cifra se establece con base en la viabilidad operativa y en la saturación de información, lo cual permite generar un análisis más profundo sobre el fenómeno sin comprometer la calidad de los datos e información brindada. Los participantes van desde entidades gubernamentales referente al comercio internacional, con conocimiento en exportación, hasta empresas exportadoras de cosméticos naturales y consolidadora de carga y navieras que son las encargadas de despachar la mercancía desde Costa Rica hacia Estados Unidos que es el país de origen predeterminado, esto ya que es uno del mercado que más consume cosméticos naturales costarricenses.

En función de la muestra, se seleccionó por conveniencia de tipo cualitativo considerando diez personas especializadas en el tema de estudio, dichos encuestados se ubican en diferentes puestos e instituciones. Permitiendo con ellos que el investigador pueda acceder a una muestra de

expertos y partes interesadas en los procesos de resolución de conflictos, lo cual se traduce en la obtención de datos desde una perspectiva contextualizada y significativa. Por lo cual considerando lo anterior, la población que forma parte de la muestra es la siguiente:

Tabla 1. Muestra

# Entrevistas	Puesto	Razón
No 1	Productor y Exportador	Exportador de cosméticos naturales que brinda conocimiento sobre el proceso logístico que sigue para exportar.
No 2	Productor y Exportador	Conocimiento del proceso logístico de exportación de cosméticos naturales.
No 3	Productor y Exportador	Experto en exportaciones de cosméticos naturales.
No 4	Promotor de Exportaciones	Orienta y apoya a todas las empresas o pymes en estrategias de internacionalización de productos, podría generar información sobre qué requisitos requieren las empresas de cosméticos naturales.
No 5	Especialista en Exportaciones	Encargado de revisar los productos cosméticos y verificar que cumplan con la normativa sanitaria y los permisos requeridos de exportación.
No 6	Gerente de Exportaciones	Brinda apoyo sobre las exportaciones a nivel nacional y podría brindar información sobre el proceso logístico de exportación de cosméticos naturales
No 7	Analista de facilitación comercial	Brinda apoyo técnico y asesoría sobre el movimiento del mercado. Puede otorgar información sobre qué permisos son requeridos en el sector cosmético.
No 8	Coordinador de operaciones	Coordinador de transporte marítimo o aéreo internacional, el cual puede otorgar información.
No 9	Coordinador de operaciones	Coordinador de transporte marítimo o aéreo internacional, el cual puede otorgar información.

No 10	Coordinador de operaciones	Coordinador de transporte marítimo o aéreo internacional, el cual puede otorgar información.
-------	----------------------------	--

Nota: Elaboración propia 2025.

Unidad de análisis

En un estudio cualitativo, las categorías de análisis son conceptos amplios que emergen a partir de la revisión de los datos recopilados, agrupando la información similar y conectada que facilite la comprensión integral del fenómeno. Como lo señala Hernández et al. (2014) hace referencia a que “la unidad de análisis indica quiénes van a ser medidos, es decir, los participantes o casos a quienes en última instancia vamos a aplicar el instrumento de medición” (p.217). Las unidades de análisis generan las categorías pertinentes para el planteamiento del problema y, así, se logra explicar el fenómeno en estudio; pero, también puede surgir paulatinamente y deben ser relevantes:

1. El investigador revisa todo el material (conjunto de datos)
2. Se identifica un tipo de segmento para ser caracterizado como unidad constante.
3. Codificar para determinar pertinencia: codificación abierta (comparar unidades de análisis para determinar categorías relevantes para el planteamiento del problema).
4. El investigador puede mantener o cambiar la unidad.
5. UNIDAD- CATEGORIA – CODIFICACION (todas relacionadas unas con otras).
6. Categorías de análisis: técnicas para generarlas:
 - a. AGRUPAMIENTO: anotar temáticas vinculadas al planteamiento, señalar cuáles son comunes (se repiten una y otra vez) y por último se agrupan.
 - b. TECNICAS DE ESCRUTINIO:
 - i. REPETICIONES: la más fácil para identificar categorías
 - ii. CONCEPTOS LOCALES o usados frecuentemente en el contexto del estudio (expresiones relevadoras propias del ambiente al que pertenece el colaborador).

- iii. METAFORAS Y ANALOGIAS (ayuda a localizar categorías con significado).
- iv. TRANSICIONES: cambios que ocurren de manera natural en conversaciones e interacciones.
- v. SIMILITUDES Y DIFERENCIAS (del lenguaje verbal y no verbal).
- vi. CONECTORES LINGÜÍSTICOS Y ADVERBIOS, PRONOMBRES O SIMILARES (grupos de palabras y términos que las conectan).
- vii. DATOS PERDIDOS O NO RELEVADOS (preguntarse qué falta o perdido).
- viii. MATERIAL VINCULADO A LA TEORÍA (se examina el ambiente o contexto, las perspectivas de los participantes y sus percepciones y lo que piensan de otras personas, entre otros). Relación entre las categorías y las preguntas de investigación y también buscar nuevas perspectivas.

Tabla 2. Cuadro de variables

OBJETIVO	UNIDAD	CATEGORIA	DEFINICION CONCEPTUAL	INSTRUMENTALIZACION
Investigar los requisitos arancelarios que deben cumplir los productos cosméticos naturales para ingresar al	Requisitos arancelarios	Tratado de Libre Comercio Normativa FDA Fichas Técnicas y Seguridad Alto contenido de Alcohol Etiquetado	Según (Ortiz 2022) menciona que: los requisitos arancelarios son las tarifas que impone una administración gubernamental sobre un bien o servicio en el marco del	De la pregunta 1 a la pregunta 4.

mercado estadounidense.			comercio entre países.	
Identificar el proceso logístico para la exportación y los costos de los productos cosméticos naturales dentro del mercado de Estados Unidos en 2024 y el primer trimestre del 2025.	Proceso logístico	Courier Medios de Transporte Costos de Envío Estabilidad Consolidados de Carga	Según (MECALUX, 2023) menciona que: los procesos logísticos engloban todas aquellas actividades que se entregan al cliente final, pasando por el transporte, el almacenamiento y su posterior distribución.	De la pregunta 5 a la pregunta 8.
Determinar las limitaciones logísticas que enfrentan las empresas exportadoras en la Región Huetar Norte y el Pacífico Central.	Limitaciones logísticas	Alta Demanda Envíos Limitados Mayores Costos Logísticos Desconocimiento de Exportación Falta de Almacenamiento	Según (Logistec, 2024) menciona que: las limitaciones logísticas son obstáculos o restricciones que afectan la eficiencia y la efectividad de la gestión de la cadena de suministro y distribución de productos o servicios.	De la pregunta 9 a la pregunta 12.

Nota: Elaboración propia, 2025.

Instrumentos de investigación

De acuerdo con Hernández et al. (2018), los instrumentos son las herramientas que se utilizan en el proceso de recolección de datos, ya que esto facilita la obtención de información significativa para el estudio. Considerando los objetivos del estudio, se opta por la entrevista como principal instrumento de recolección de datos de carácter cualitativo. Por lo que los instrumentos de investigación son los recursos que le investigador usa para abordar las diferentes situaciones y de ellos se desprende la información; por lo que se puede decir que, los instrumentos desempeñan un papel fundamental para el investigador, ya que por medio de estos se recolectan datos los cuales sustentan y analizan el trabajo para el investigador.

Entrevista

De acuerdo con lo estipulado, la entrevista es fundamental porque ofrece un acceso directo a los participantes, permitiendo obtener un panorama detallado de sus opiniones y experiencias, ya que él formula preguntas específicas y acumula respuestas con la intención de capturar opiniones que revelan percepciones profundas y matizadas sobre el tema de estudio. Como Bernal (2010) menciona que:

La entrevista es más una técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. A diferencia de la encuesta, que centraliza su atención en un cuestionario solamente, la entrevista, si bien puede apoyarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta. Durante esta, puede profundizarse en la información de interés para el estudio. (p.194)

Para el análisis del proceso logístico de exportación de productos cosméticos naturales desde la Región Huetar Norte y Pacifico Central hacia Estados Unidos durante el año 2024 y el primer trimestre del 2025, se recurre a entrevistas con expertos en comercio internacional, agentes aduanales, exportadores con experiencia en el sector cosmético natural, así como académicos e investigadores especializados en comercio exterior. Esta diversidad de perspectivas permite obtener una visión integral y multidimensional de los retos, oportunidades y limitaciones que enfrentan las exportaciones en este tipo de productos hacia el mercado estadounidense.

Proceso de recolección

El proceso de recolección de datos iniciará con la identificación de empresas en áreas de la Región Huetar Norte y Pacífico Central, que se dediquen a la exportación de cosméticos naturales hacia Estados Unidos. Se aplicará una entrevista a diez personas que tienen vínculo directo con el proceso de exportación de cosméticos naturales, en las empresas previamente identificadas y que, asimismo, pueden brindar información de interés para esta investigación. Además, este enfoque facilitaría la obtención de perspectivas directas de profesionales con una amplia experiencia, lo cual enriquecería de manera significativa la calidad de los datos ya recopilados. Tal y como Niño (2020) comenta que:

El proceso de recolección de datos implica "(...) recolectar, descomponer, examinar, reconocer, sintetizar, contextualizar, relacionar, explicar y comprender" (p.107).

La recolección de datos se llevará a cabo siguiendo un protocolo estructurado para lograr garantizar la calidad y validez de la información obtenida. En primer lugar, se identificarán los expertos más relevantes en logística internacional, requisitos aduaneros, limitaciones logísticas y cadena de suministros esto mediante investigaciones previas, consultadas por medio de redes sociales para solicitar su participación dentro del estudio; así mismo, asegurando lograr comprender con claridad los objetivos de la investigación y garantizando un nivel alto de confidencialidad con respecto a la información que se proporcione.

Por último, una vez finalizado el proceso de recolección de datos mediante las entrevistas, se procederá a realizar un análisis exhaustivo de los resultados obtenidos. Donde los hallazgos serán presentados de forma clara y objetiva, lo cual facilitará su interpretación y la aplicación dentro de la formulación de conclusiones y recomendaciones sobre la mejora del proceso logístico de exportación y la identificación de oportunidades, fortaleciendo la competitividad de los productos cosméticos naturales en el mercado estadounidense.

Fuentes de información

Las fuentes de información utilizadas en esta investigación jugaron un papel fundamental al respaldar el enfoque teórico y metodológico de la investigación, así como al avanzar en el conocimiento sobre el tema y recopilar datos vitales para el estudio. Según Linares et al. (2021), son todos aquellos medios con los cuales procesa la información, que satisfacen las necesidades de conocimientos de una situación o problema presentado y que posteriormente serán utilizados para lograr los objetivos esperados.

Fuente Primaria

Las fuentes primarias son todas aquellas que permiten la generación de conocimiento, con base en diferentes herramientas accesibles. Para obtener un enfoque complementario para la recolección de datos, se llevarán a cabo entrevistas con personas directamente involucradas con la exportación de cosméticos naturales. Por lo que, para poder definir las fuentes primarias, es pertinente referirse a lo expuesto por Hernández y Mendoza (2018), quienes sostienen que:

En todas las áreas del conocimiento, las fuentes primarias más utilizadas para elaborar marcos teóricos son libros, artículos de revistas científicas y ponencias o trabajos presentados en congresos, simposios y eventos similares. Esto se debe, entre otras razones, a que sistematizan de manera más exhaustiva la información, profundizan en los temas que abordan, son evaluadas y arbitradas por investigadores o profesionales experimentados (pares o colegas), y son altamente especializadas, además de estar accesibles en línea (p. 76)

En esta investigación se toma en cuenta como fuente primaria las entrevistas que serán empleadas a las empresas relacionadas con los cosméticos naturales y las empresas exportadoras, ya que, con base a sus experiencias, se obtendrá la información requerida por medio de una entrevista personal con cada una de las personas encargadas en cada puesto, esta estrategia está diseñada para obtener información más precisa y realista, ya que las preguntas formuladas buscan respuestas detalladas de los entrevistados.

Fuente Secundaria

Las fuentes de información secundarias son aquellas que interpretan el análisis realizado en otro proyecto de investigación; esto puede realizarse mediante enciclopedias, antologías, libros o artículos. Según Suarez (2024) comenta que: “Las fuentes secundarias pueden generar datos e información de manera directa; es decir, que puede proporcionar explicaciones y afirmaciones, atreves de referencias ya existentes. Las fuentes de información secundarias son producidas por diferentes personas, desde investigadores hasta académicos. (pag.20)

En esta investigación, se ha empleado diversas fuentes secundarias las cuales abarcan documentos escritos, citas bibliográficas, páginas de internet, libros, artículos de revistas digitales e informes técnicos, entre otros. Especialmente destacan los documentos oficiales, artículos académicos, y evaluaciones de tendencias en el comercio internacional de exportaciones, las cuales ayudan a contextualizar la situación actual de las empresas productoras de cosméticos naturales.

Lo cual permite comprender cuáles son sus limitaciones logísticas, retos vinculados a las distintas regulaciones comerciales de Estados Unidos, las demandas del mercado y oportunidades brindadas para las productoras costarricenses, así como reconocer las prácticas de mejora que beneficiarían y aumentaría la exportación del sector cosmético hacia el mercado internacional y ayudaría a posicionar a Costa Rica como una opción de mercado cada vez más competitiva.

CAPITULO IV: ANALISIS DE RESULTADOS

Dentro de este capítulo se desarrollará el análisis de los resultados, los cuales fueron obtenidos de acuerdo con las entrevistas realizadas a las diferentes personas expertas sobre el tema de las exportaciones de cosméticos naturales, de las Regiones Huetar Norte y Pacífico Central con destino a Estados Unidos para el año 2024 y el primer trimestre de 2025. Por lo que, de acuerdo con Hernández, et al. (2018) el concepto correspondiente a este proceso de investigación es el siguiente: “La unidad de análisis indica quienes van a ser medidos, es decir, los participantes o casos a quienes en última instancia vamos a aplicar el instrumento de medición.” (p.183)

Por lo que las unidades de análisis son todas aquellas que han sido definidas por el investigador para medir el estudio del proceso, para posteriormente proceder a realizar un análisis de los resultados emergentes de la indagación, la cual se realizó por medio de entrevistas. Es por eso por lo que este capítulo se encuentra organizado de la siguiente manera: primeramente, se encuentra la tabla n.º 3, la cual grafica las categorías que sobresalieron por cada unidad de análisis explorada y que fueron derivadas de los tres objetivos específicos presentes dentro de la investigación.

Seguidamente se encuentra una segunda parte en donde se describe y analiza cada una de las categorías de análisis. En donde el análisis se recrea de acuerdo con lo explorado por las fuentes de información y derivado de las fuentes científicas. Finalmente, se realizará un apartado de interpretación de los datos en donde se le dé respuesta al problema de investigación. A continuación, se presentarán las unidades y categorías de análisis, que son la base de este proyecto de investigación.

Tabla 3. Unidad de Análisis y Categorías

Unidades	Categorías
Requisitos Arancelarios	1. Tratado de Libre Comercio 2. Normativa FDA 3. Fichas Técnicas y Seguridad

	<ol style="list-style-type: none"> 4. Alto contenido de Alcohol 5. Etiquetado
Proceso Logístico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Courier 2. Medios de Transporte 3. Costos de Envió 4. Estabilidad 5. Consolidados de Carga
Limitaciones Logísticas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alta Demanda 2. Envíos Limitados 3. Costos Logísticos 4. Desconocimiento 5. Almacenamiento

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Unidad de Análisis 1: Requisitos Arancelarios

La primera unidad de análisis tiene como fin indagar sobre cuáles son los requisitos arancelarios que se les aplican a los productos cosméticos naturales costarricenses que ingresan al mercado estadounidense. Esta unidad de análisis es de vital importancia ya que, para poder entender el panorama actual, con el propósito de desarrollar un enfoque más estratégico el cual detalle con claridad cuáles son los distintos requisitos que son esenciales dentro del proceso de exportación y que dentro de este aspecto son exigidos por el gobierno de Estados Unidos. Ortiz (2022) considera que el concepto de requisitos arancelarios se define de la siguiente forma:

Los aranceles son las tarifas que impone una administración gubernamental sobre un bien o servicio en el marco del comercio entre países, es decir, que son todos aquellos impuestos o cuotas por la entrada o salida de productos de una frontera a otra. Por lo que su objetivo es aumentar la tributación, pero también regular el impacto del comercio, es decir, promover la exportación o importación según sea necesario para su mercado. (párr.2)

Al observar lo anterior, se determina que los requisitos arancelarios conllevan una serie de acciones, las cuales les permiten desarrollarse dentro del proceso de exportación. Por lo que es importante que las empresas implementen estos requisitos, ya que esto les permite ampliar sus conocimientos sobre el acceso al mercado estadounidense, expandir ideas y eliminar los distintos obstáculos que pueden surgir durante el cumplimiento de estas disposiciones y requerimientos. En este caso, la unidad de análisis irá directamente vinculada con las cualidades más importantes mencionadas por los entrevistados. Con respecto a la primera unidad de estudio; estas fueron las siguientes categorías:

1. Tratado de Libre Comercio
2. Normativa FDA
3. Fichas Técnicas y Seguridad
4. Alto contenido de Alcohol
5. Etiquetado

Categoría 1: Tratado de Libre Comercio

Descripción

Se conformó la categoría uno de la primera unidad, en la cual se les consultó a los expertos cuáles son las regulaciones arancelarias que se aplican actualmente hacia los productos cosméticos naturales costarricenses que ingresan al mercado estadounidense; y cada entrevistado recalca a su manera de crecer, la estrategia utilizada para ello, aportando también su conocimiento y experiencia en torno a la implementación del Tratado de Libre Comercio, en la exportación hacia el mercado estadounidense. Las respuestas fueron las siguientes:

“Nosotros aprovechamos el beneficio del Tratado de Libre Comercio, porque nos permite no tener que pagar aranceles y así podemos ofrecer un precio más competitivo en el mercado estadounidense”. (Entrevistado 1)

“Actualmente usamos muchos los Tratado de Libre Comercio, que nos permite no gravar de aranceles, siempre y cuando cumplan con las "reglas de origen" del acuerdo.” (Entrevistado 2)

“Cuando vamos a exportar, lo primero que hacemos es revisar que tengamos listo el certificado de origen, porque este documento nos permite aplicar al beneficio del Tratado de Libre Comercio y nos garantiza no tener que pagar aranceles.” (Entrevistado 3)

“Lo que siempre les explicamos a los exportadores es que utilicen los Tratados de Libre Comercio ya que es una ventaja en este caso para los cosméticos naturales, porque permite que entren sin aranceles a Estados Unidos, siempre y cuando cumplan con las reglas de origen y presenten el certificado.” (Entrevistado 4)

“Cuando una empresa desea exportar cosméticos naturales, usualmente les recordamos que no solo basta con el beneficio arancelario del Tratado de Libre Comercio, sino que también les recordamos que deben de cumplir con los requisitos sanitarios y con el etiquetado que es exigido por el gobierno de Estados Unidos.” (Entrevistado 5)

“Para nuestros agremiados, el Tratado de Libre Comercio ha sido una herramienta la cual les permite exportar los cosméticos naturales, pero sin pagar aranceles en el mercado de Estados Unidos, lo que es una ventaja bastante significativa. Sin embargo, todavía hemos recibido casos con certificados de origen con bastantes errores, lo cual les genera retrasos y costos más altos para los exportadores.” (Entrevistado 6)

“El Tratado de Libre Comercio garantiza que los cosméticos naturales lleguen a Estados Unidos sin tener que pagar aranceles, ya que desde Comex les brindamos a los exportadores un acompañamiento dentro de sus procesos de exportación para que así puedan cumplir con las reglas de origen.” (Entrevistado 7)

“En el transporte marítimo siempre se realiza una revisión para verificar que el exportador adjunte el certificado de origen, para que así el Tratado de Libre Comercio les pueda garantizar que sus productos lleguen a Estados Unidos sin tener que pagar ningún arancel, pero en caso de

que este documento falte, él envió de los cosméticos si generara un problema y un costo extra.” (Entrevistado 8)

“En la exportación consolidada de los cosméticos, el Tratado de Libre Comercio es vital ya que para que el cliente llegue al mercado estadounidense sin tener que pagar ningún tipo de aranceles, por lo que hemos visto que cuando al exportador se le olvida adjuntar el certificado de origen, el comprador en destino enfrenta costos adicionales y eso les puede llegar a afectar su relación comercial o generarle costos extra.” (Entrevistado 9)

“Bajo mi experiencia, lo que más se utiliza es el Tratado de Libre Comercio porque marca la diferencia en cada distinta exportación. Pero si el certificado de origen está correcto, en ese caso los cosméticos pasan sin aranceles y todo fluye bien, pero si no se adjunta si crea un retraso y un error en los documentos, debido a que no solo se pierden los beneficios, sino que también le genera al exportador gastos de almacenamiento que les complica el proceso.” (Entrevistado 10)

Análisis

Los entrevistados coinciden en señalar que el Tratado de Libre Comercio (TLC) representa una de las principales ventajas más competitivas para la exportación especialmente de los cosméticos naturales costarricenses hacia el mercado estadounidense, ya que la mayoría destaca que este mecanismo exonera del pago de aranceles a los productores, siempre y cuando estos cumplan con las condiciones ya establecidas por el gobierno de Estados Unidos, es especial con las reglas de origen y la presentación del certificado de origen. Lo que genera un beneficio directo dentro de la reducción de los costos y en la posibilidad de ofrecer precios cada vez más competitivos en el mercado de destino.

Al mismo tiempo varios de los entrevistados lo que se puede observar es que el uso del Tratado de Libre Comercio no es automático, ya que requiere de un cumplimiento riguroso de acuerdo a los procesamientos documentales necesarios y requeridos por la aduana de Estados Unidos, aparte de documentos emitidos tanto por las navieras como por los consolidados los cuales recalcan que la omisión o los errores dentro del certificado de origen pueden llegar a ocasionar retrasos, costos adicionales, gastos de almacenamiento e incluso hasta pueden llegar a afectar la

relación comercial entre los compradores. Los exportadores deben recordar que persisten otros requisitos regulatorios como lo son los sanitarios y de etiquetado.

Para garantizar el ingreso de manera legal de los cosméticos naturales al mercado estadounidense y siguiendo la información emitida por los entrevistados se analiza y se otorga un beneficio económico directo al eliminar el pago de los aranceles, esto gracias al Tratado de Libre Comercio, sin embargo, correcta aplicación depende del conocimiento técnico dentro de los exportadores, desde la precisión documental y de la planificación logística de forma adecuada. Según el Ministerio de Comercio Exterior (2024) menciona lo siguiente: “En los últimos diez años (2015- 2024), el comercio bilateral entre los Estados Unidos y Costa Rica experimento una tasa de crecimiento promedio anual del 7,7%, alcanzando un mayor valor de US\$18.057 millones en 2024.”

Categoría 2: Normativa FDA

Descripción

Derivada de la pregunta sobre cuáles son los principales documentos exigidos y solicitados por las autoridades estadounidenses para permitir el ingreso de los cosméticos naturales. Formula la segunda categoría la cual de acuerdo con lo mencionado por algunos encuestados ellos recalcan que la mayoría de los certificados que siempre solicitan son el certificado de origen, la factura comercial, la lista de empaque y la normativa de la FDA, las cuales les permite el ingreso al mercado de Estados Unidos. Las respuestas fueran las siguientes:

“Lo que siempre nos piden es el certificado de origen, luego la factura comercial, lista de empaque, registro de ingredientes traducida al inglés que es requerida por la normativa de la FDA y el registro sanitario.” (Entrevistado 1)

“Normativa de la FDA, Documentación del Proceso de Exportación: Facturas comerciales, Conocimientos de embarque, Listado de productos cosméticos, Documentos de entrada de la CBP.” (Entrevistado 2)

“Lo más importante es tener el certificado de origen y también presentar la factura comercial, lista de empaque y por el lado sanitario lo que siempre buscamos cuidar es que las etiquetas y fórmulas de los productos estén traducidos a inglés ya que es exigido por la normativa de la FDA.” (Entrevistado 3)

“Los documentos básicos que son exigidos por Estados Unidos para el ingreso de los cosméticos naturales son el certificado de origen, la factura comercial, packing list y el documento de transporte, aparte es importante cumplir con lo solicitado y siguiendo la normativa emitida por la FDA como lo es: el etiquetado traducido al inglés y el listado de ingrediente, más el certificado sanitario.” (Entrevistado 4)

“Por la parte sanitaria, lo que más importa es que los cosméticos estén respaldados por el etiquetado traducido al inglés y la lista de ingrediente, esto ya que el exportador debe de hacer el registro correspondiente ante la normativa FDA, como en toda exportación, deben de contar aparte con el certificado de origen, la factura comercial y el documento de transporte.” (Entrevistado 5)

“Acorde a mi experiencia sé que para los exportadores lo que sí o sí siempre deben de presentar son el certificado de origen, la factura comercial, el packing list y el conocimiento de embarque o guía aérea dependiendo del tipo de transporte que utilicen y en el caso del sector lo que es solicitado por la normativa FDA es la traducción dentro de las etiquetas y el listado de ingredientes.” (Entrevistado 6)

“El paquete de documentos es esencial ya que para exportar los cosméticos hacia el mercado estadounidense deben de contar con el certificado de origen, la factura comercial, el documento de transporte y el listado de empaque. Y a nivel regulatorio por la normativa FDA deberán de presentar el etiquetado traducido al inglés y el listado de ingredientes los cuales estén registrados y claros.” (Entrevistados 7)

“Lo que siempre se les solicita a los exportadores es que nos entreguen el certificado de origen, la factura comercial, el packing list y el documento de transporte y en el caso de los

solicitado por la normativa de la FDA deben de presentar el etiquetado traducido al inglés y el listado de ingredientes, ya que sin estos documentos la carga se queda retenida en el destino.” (Entrevistado 8)

“Para cada exportación se repiten los mismos documentos que son el certificado de origen, la factura comercial, el packing list y los documentos de transporte, en el caso de los cosméticos los clientes deberán de añadir el etiquetado en inglés y el respaldo sanitario que es solicitado por la normativa FDA. En caso de que esos últimos dos documentos no estén, la exportación se retrasara y encarecerá todo el proceso.” (Entrevistado 9)

“Se solicita el certificado de origen, factura comercial, packing list, guía aérea o Bill of Lading y los documentos solicitados y exigido por la normativa de la FDA deberán de presentar la documentación sanitaria, el etiquetado traducido al inglés y el listado de ingredientes.” (Entrevistado 10)

Análisis

El estudio sobre los principales documentos exigidos los cuales enfrentan los cosméticos naturales costarricenses para poder ingresar al mercado estadounidense en donde se refleja una clara dependencia de acuerdo con la normativa establecida por la Food and Drug Administration (FDA), esta institución cuenta con un papel sumamente importante ya que centra la seguridad, calidad y transparencia de la información solicitada. Ya que obliga a las empresas exportadoras a tener que adaptar sus protocolos más estrictos dentro de sus procesos de producción y comercialización.

De acuerdo con lo consultado hacia los entrevistados se determinó que para poder los exportadores cumplir con las exigencias y los requerimientos exigidos por la aduana de Estados Unidos y la FDA, las compañías deben de incorporar prácticas de control de calidad que sean más rigurosas, aparte de tener preparada la documentación técnica como lo son las fichas técnicas y de seguridad, las cuales les permiten verificar el origen de los ingredientes y confirmar si realmente son naturales o sintéticos.

Las normativas estipuladas por la FDA son sumamente rigurosas y minuciosas, por lo que los exportadores deban de garantizar que los empaques en los cuales van sus cosméticos incluyan de manera clara la lista de ingredientes, cantidades, advertencias de uso e indiquen muy bien cuál es el país de origen, ya que eso ha generado muchas empresas que realizan ajustes significativos en sus diseños de empaque para evitar observaciones o rechazos al momento de la revisión en aduanas. Según la Food and Drug Administration (2022) menciona que: “La FDA puede tener en cuenta las decisiones de otros países, pero solo podemos actuar dentro del marco legal y regulatorio aplicable a los cosméticos en Estados Unidos.” (párr.19)

Categoría 3: Fichas Técnicas y Seguridad

Descripción

Se adaptó la categoría tres de la primera unidad; se les consultó a los expertos qué criterios utiliza la aduana de Estados Unidos para considerar o clasificar un producto como un “cosmético natural”. Los entrevistados mencionaron varios puntos importantes a los cuales estos documentos permiten detallar la composición de los productos, el origen de sus ingredientes y su comportamiento dentro de las distintas condiciones de almacenamiento y transporte. Las respuestas fueron las siguientes:

“Lo que normalmente nos piden son las fichas técnicas y de seguridad de cada producto, porque es de ahí que se detalla el origen de los ingredientes.” (Entrevistado 1)

“En este punto normalmente nos solicitan las fichas técnicas y fichas de seguridad de cada producto, con el fin de conocer el origen de los ingredientes, ya sea natural o sintético, y ellos lo catalogo si es o no de origen natural, inclusive si es inseguro.” (Entrevistado 2)

“En la aduana de Estados Unidos lo que siempre nos solicitan son la ficha técnica de cada ingrediente y aparte también revisan las fichas de seguridad y el respaldo de la fórmula que define si el producto puede o no considerarse natural.” (Entrevistado 3)

“Ellos no manejan como tal una definición legal cerrada para categorizar como tal un “cosmético natural”, pero si solicitan las fichas técnicas y de seguridad para poder evaluar el origen de los ingredientes y confirmar que no se trate de sustancias prohibidas; ya que depende del producto de si contiene o no químicos. Porque Estados Unidos dentro de lo que categoriza e identifica que es lo que se considera o no natural, por eso los exportadores deberán de revisar con detalle las normas que les pide el gobierno estadounidense.” (Entrevistado 4)

“El criterio se basa en la información técnica la cual es la que acompaña al producto, por medio de las fichas técnicas y de seguridad, porque la aduana estadounidense verifica el origen ya sea natural o sintético que contengan los ingredientes del cosmético y se procede a descartar si contiene algún compuesto dañino o no, en el caso del término “natural” depende de lo que diga los documentos que el exportador presente.” (Entrevistado 5)

“En la práctica lo que se ve es que la aduana de Estados Unidos pide las fichas técnicas, de seguridad y los respaldos documentales de las fórmulas.” (Entrevistado 6)

“Ellos lo que siempre les piden a los exportadores que presenten son las fichas técnicas y fichas de seguridad donde conste el origen de los ingredientes que contenga el producto y que así puedan verificar si son de base natural o sintética, aparte revisan que no existan ningún insumo que pueda afectar la admisibilidad del cosmético.” (Entrevistado 7)

“Desde el punto de vista logístico lo que si se es que lo que más pesa dentro de la aduana es la información técnica que son las fichas técnicas, la descripción de composición y la ficha de seguridad de los ingredientes.” (Entrevistado 8)

“La aduana de Estados Unidos lo que analiza es el origen de los ingredientes a través de las fichas técnicas, certificados y las fichas de seguridad y verifica si encuentra algo sintético o inseguro, en el caso de los cosméticos no se clasifica como natural, porque todo depende de la transparencia de la información que se presente.” (Entrevistado 9)

“Principalmente lo que revisan son las fichas técnicas y de seguridad, porque de ahí confirman si los ingredientes son de origen natural o sintético.” (Entrevistado 10)

Análisis

Los entrevistados resaltan que las fichas técnicas y seguridad son solicitadas de forma sistemática por las autoridades estadounidenses como parte del proceso de verificación de los cosméticos naturales y de los requisitos arancelarios necesarios para realizar una exportación de cosméticos naturales, ya que, por medio de estos documentos, la aduana y la FDA determinan si los ingredientes son efectivamente de origen naturales y al igual que sus ingredientes, porque así mismo evalúan si alguno de los cosméticos representan algún riesgo para la salud o para la seguridad del consumidor, ya que una de las coincidencias más notorias dentro de las respuestas es la presentación de las fichas técnicas y de seguridad.

Debido a que, en algunos casos, los exportadores han experimentado observaciones en donde la información no se encontraba debidamente actualizada o carecía de datos específicos sobre la formulación de estos mismos documentos. Lo que genera retrasos y en ocasiones la imposibilidad de que la carga logre avanzar en los procesos de exportación. Como lo menciona Procomer (2021), lo siguiente: “Las fichas técnicas y de seguridad constituyen un requisito fundamental dentro del comercio internacional de productos cosméticos, que contienen información sobre la composición, propiedades, manejo seguro, riesgos asociados y medidas de control necesarias.” (párr. 5)

Se evidencia que ambas fichas funcionan no solo como requisitos documentales, sino también como un instrumento de control y clasificación para las autoridades en el mercado estadounidense, por lo que dentro de este análisis se presenta una gran relevancia para la exportación de los cosméticos naturales; ya que se adecua a la elaboración y la verificación previa impartida por las empresas encargadas de producir estos productos así como, de reducir los riesgos al rechazo de los cosméticos y a evitar los costos adicionales.

Categoría 4: Alto contenido de Alcohol

Descripción

La cuarta categoría se generó por medio de las respuestas emitidas por los entrevistados; esto con el propósito de consultarle a los expertos, que opinen sobre qué ingredientes o componentes naturales pueden generar requisitos adicionales para el ingreso a Estados Unidos. Según los entrevistados, se hace referencia al alto contenido de alcohol en los productos cosméticos, que pueden llegar a ser rechazados o a no poder entrar al mercado estadounidense. Las respuestas son las siguientes:

“Bajo nuestra experiencia, los productos que contengan alcohol en altas concentraciones son los que generan más requisitos, ya que, en algunos casos, incluso hemos tenido que llenar formularios adicionales o ver cómo se limitaba su entrada por considerarse inflamable o de riesgo.” (Entrevistado 1)

“Hasta ahora, solo los productos con alto contenido de alcohol, como nuestro sanitizante de manos, han requerido la presentación de formularios específicos. Si el producto contiene un alto porcentaje de alcohol, no se permite su entrada.” (Entrevistado 2)

“Los que más hemos visto es que los productos que contengan alcohol etílico con porcentajes más altos son los que tienen mayores controles, porque la aduana solicita documentación adicional, y en algunos casos no se permite que ingresen si sobrepasan los límites establecidos.” (Entrevistado 3)

“Nosotros como institución les brindamos un acompañamiento en el cual se les repite y recomienda que los productos con alto contenido de alcohol, en la aduana de Estados Unidos específicamente se piden formularios adicionales y los controles son más estrictos, porque ellos consideran que esos productos se clasifican como sustancias inflamables y se deben de tener un manejo especial.” (Entrevistado 4)

“Cuando un producto contiene alcohol y que sea de alta concentración eso puede llegar a clasificarse como inflamables, en algunos casos si se piden documentos adicionales y en ocasiones

se llegan a prohibir el ingreso para evitar los riesgos en el transporte o el almacenamiento de los productos.” (Entrevistado 5)

“Lo que vemos con mucha frecuencia es que en algunos casos los cosméticos contienen mucha cantidad de alcohol etílico, por lo que generan requisitos más estrictos en el mercado estadounidense. Los exportadores deben presentar documentación adicional, y si los niveles son altos, esos productos no tienen permitido entrar al mercado.” (Entrevistado 6)

“Los principales componentes que generan requisitos extra son el alcohol con concentraciones bastante altas, ya que, para poder exportar hacia los Estados Unidos, y por órdenes de la aduana, esto activa controles especiales, que pueden llegar a impedir la entrada de los productos, si no se cumple con la normativa.” (Entrevistado 7)

“Lo que les puede generar requisitos o que tengan que llenar una documentación adicional los exportadores son los productos que contengan alcohol dentro de su composición, por lo que esto requiere de una declaración especial, debido a que se trataría de una distinta clasificación por ser mercancías inflamables y muchas veces complica el proceso logístico y aduanero en los Estados Unidos.” (Entrevistado 8)

“Cuando los cosméticos llevan un alto porcentaje de alcohol, se consideran de riesgo, lo que significa que la aduana les exige a los exportadores ciertos formularios adicionales y que incluso les genera restricciones para permitir su ingreso al mercado estadounidense en este caso que me expones. En mi caso esto lo veo más que todo como en sanitizante para manos, que son como alcohol en gel y así o también en tónicos que es como lo que más puede contener alcohol.” (Entrevistado 9)

“Bajo mi conocimiento, los ingredientes que si he visto y con los que hemos trabajado que generan más problema es el alcohol, porque en Estados Unidos ellos lo clasifican como inflamable en ciertas concentraciones, entonces eso obliga a la gente que exporta a que tenga que preparar una documentación adicional y eso si los atrasa mucho, si no se hace a tiempo.” (Entrevistado 10)

Análisis

En el estudio de los factores que influyen en la exportación de cosméticos naturales costarricenses hacia el mercado estadounidense, se muestra que uno de los puntos de mayor atención mencionados por parte de los entrevistados es la presencia de alto contenido de alcohol, ya que ante las autoridades aduaneras es determinado y categorizado como un producto inflamable. A diferencia de otros ingredientes de origen vegetal, el alcohol es considerado un componente sensible, ya que implica un riesgo para la seguridad del consumidor, observándolo desde un aspecto relacionado con el transporte y el proceso de almacenamiento de los cosméticos.

Los productos con un mayor porcentaje de alcohol en su composición son los sanitizantes de manos, ya que enfrentan requisitos adicionales al momento de permitir su ingreso al mercado estadounidense. En estos casos se les solicita a los exportadores presentar los formularios específicos y en algunas situaciones donde la concentración supera los límites permitidos, el producto simplemente no puede ingresar al país, ya que incumple con las reglas estipuladas por la aduana. Como lo indica la FDA (2022): “Es ilegal que un cosmético contenga cualquier ingrediente que lo haga nocivo cuando los consumidores lo usan según las instrucciones de la etiqueta o de la forma habitual o esperada”. (párr. 2)

Categoría 5: Etiquetado

Descripción

La quinta y última categoría de la primera unidad se desarrolló a partir de las respuestas de los entrevistados, en donde se les consultó sobre qué experiencias han tenido los exportadores o usted como exportador con el cumplimiento de las normas de etiquetado exigidas por Estados Unidos. Algunos entrevistados recalcan que es evidente y necesario que el etiquetado coincida con los demás documentos requeridos, esto ya que para las entidades regulatorias es de uso obligatorio, debido a que es un producto de uso cosmético. Las respuestas fueron las siguientes:

“No hemos tenido inconvenientes, pero lo que si te puedo decirte es que la FDA es bastante exigente con el etiquetado, ya que no solo revisa la etiqueta, sino que también verifican que la

información coincida exactamente con la información que está en las facturas y las listas de empaque.” (Entrevistado 1)

“Sí, las normas de etiquetado exigidas por Estados Unidos son muy exigentes. Se revisan minuciosamente detalles como el nombre y la cantidad especificada en las facturas, las listas de empaque, las fichas técnicas y la etiqueta del producto.” (Entrevistado 2)

“En nuestra experiencia ha sido el etiquetado porque debe de coincidir con los documentos de exportación, porque si la etiqueta dice algo distinto a la ficha técnico o a la factura, la aduana lo verifica y eso a nosotros como empresa nos obliga a tener que revisar cada detalle antes de enviar todos los documentos.” (Entrevistado 3)

“Todos los exportadores con los que trabajamos coinciden en que el mayor reto ha sido tener que garantizar la consistencia de la información, porque lo que aparece en la etiqueta debe de coincidir con las facturas, la lista de empaque y las fichas técnicas, esto porque si algún documento no coincide puede generar retrasos. Por eso se les recomienda que se ajusten a las normas de la FDA.” (Entrevistado 4)

“Bajo mi experiencia lo que sé es que la aduana estadounidense no ve la etiqueta como un documento cualquiera, sino como un documento técnico, ya que revisa de forma minuciosa que los datos de cantidad, nombre comercial y la composición todos coincidan con los otros documentos tal cual, como la ficha técnica, el listado de empaque y demás.” (Entrevistado 5)

“Muchos exportadores nos cuentan que el etiquetado es uno de los documentos más exigentes, porque que la aduana estadounidense pide que todo coincida.” (Entrevistado 6)

“Las empresas con las que he trabajado me han mostrado que la FDA es bastante estricta con la revisión, porque no solo basta con que la etiqueta este traducida al inglés, si no que todos los documentos de respaldo deben tener la misma información. Esto ha obligado a los exportadores a tener que mejorar sus controles internos.” (Entrevistado 7)

“Como asesor logístico lo que sé es que cuando la información que tiene el etiquetado no coincide con la información de las facturas o las listas de empaque, la aduana detiene la carga. Por lo que los exportadores deben de revisar con lupa cada documento para poder evitar que se les retrase la carga.” (Entrevistado 8)

“He tenido exportadores que los embarques se les demoran bastante porque la información dentro de la etiqueta no correspondía con la factura y la ficha técnica. Que es como la experiencia más repetida que le puedo decir por qué es que en la aduana de Estados Unidos todos los documentos deben de ser 100% coherente.” (Entrevistado 9)

“La experiencia de muchos de mis clientes ha sido que el etiquetado es uno de los filtros más críticos y exigidos por la aduana estadounidense ya que exige que cada número, nombre y especificación coincida con los demás documentos. Al principio si es un completo dolor de cabeza, pero ya una vez se ajusta, todo fluye de maravilla.” (Entrevistado 10)

Análisis

En el análisis de las estrategias de diferenciación implementadas por las empresas exportadoras y acorde con las respuestas emitidas por los entrevistados, todos acuerdan que el etiquetado se posiciona como una de las categorías más relevantes, aparte de la relevancia con la cual cuentan los documento requeridos por las aduana estadounidense, esto dado que constituye el primer medio de comunicación entre el producto y el consumidor; así como constituye a un requisito el cual es regulado por la Food and Drug Administration (FDA), en este sentido los entrevistados destacan que las autoridades son sumamente rigurosas con las revisión de estos documentos.

Las empresas exportadoras y especialmente de las Regiones Huetar Norte y Pacifico Central deben de incluir la información técnica clave como lo es el listado de ingredientes, las advertencias de uso, su país de procedencia y en algunos casos deben de tener las indicaciones sobre la empleabilidad con la cual se debe de aplicar el producto; aparte deben de contar con las indicaciones sobre el carácter del cosmético ya sea natural o sintético, como la especificación de sus componentes.

Por lo que además se resalta que un error dentro del etiquetado puede llegar a derivar la retención de la mercancía dentro de la aduana, como lo son retrasos en la cadena logística y costos adicionales que afecten directamente la competitividad comercial de los exportadores. Como menciona la Food and Drug Administration (FDA) (2022): “Los cosméticos deben incluir las instrucciones de uso o advertencias necesarias para garantizar un uso seguro”. (párr.5)

Unidad de Análisis 2: Proceso Logístico

Esta segunda unidad de análisis tiene como fin identificar los procesos logísticos para la exportación de cosméticos naturales dentro del mercado de Estados Unidos en el año 2024 y el primer trimestre de 2025. Esta unidad de análisis es importante ya que busca comprender cómo es el proceso de exportación, los cuidados que deben tener los exportadores y cómo es el proceso de etiquetado de cada uno de los productos cosméticos. MECALUX (2023), considera que *proceso logístico* se define de la siguiente forma:

Los procesos logísticos engloban todas aquellas actividades por las que discurre un producto desde que se fabrica hasta que se entrega al cliente final, pasando por el transporte, el almacenamiento y su posterior distribución. El objetivo es entregar la cantidad de materiales solicitada en el momento y lugar adecuados y al precio acordado de antemano. (párr. 2)

Con base en lo anterior, los procesos logísticos cuentan con un cambio constante de acuerdo con las exigencias emitidas por el mercado estadounidense, el cual demanda no solo la calidad de los productos, sino también la eficiencia en los tiempos de entrega y el cumplimiento normativo de los cosméticos. Ya que para los exportadores se ha establecido un procedimiento el cual incluye desde la planificación de la producción, gestión de inventarios, embalaje especializado, coordinación de trámites aduaneros y el manejo del transporte internacional. Las categorías señaladas por los entrevistados, con respecto de la segunda unidad de estudio, fueron las siguientes:

1. Courier
2. Medios de transporte
3. Costo de envío

4. Estabilidad
5. Consolidado de carga

Categoría 1: Courier

Descripción

A través de las respuestas obtenidas se conformó la categoría uno de la segunda unidad; en donde se les consultó a los expertos sobre cuál es el proceso logístico que siguen actualmente las empresas para exportar cosméticos naturales desde Costa Rica hacia Estados Unidos. El uso de servicios como el Courier, que es bastante recalado por parte de los entrevistados, es comúnmente utilizado para envíos de muestras o pedidos urgentes, debido a que permite que los productos lleguen al mercado de destino. Las respuestas fueron las siguientes:

“Nosotros lo que más utilizamos para enviar nuestros productos dependiendo de lo que nos solicite nuestro cliente en Estados Unidos, usualmente cuando estábamos empezando a exportar y a enviar muestras usábamos un Courier por vía aérea, porque es más rápido y nos ayuda a llegar al cliente en muy poco tiempo y en la actualidad es lo que más continuamos utilizando ya que son pocos los productos que se envían.” (Entrevistado 1)

“Por nuestra parte nosotros contamos con un grupo de logística el cual nos colabora, para la gestión logística y aduanera y nos brinda servicios tanto de Courier en caso de que realicemos envíos aéreos y en caso del transporte marítimo, también nos manejan toda la logística. Aparte nos incluyen dentro de los servicios los tramites de origen, tramite aduanal y el Handling.” (Entrevistado 2)

“Todo el proceso logístico depende mucho del tipo que pedido que recibamos, ya que, si el cliente requiere rapidez, enviamos los cosméticos por medio del transporte aéreo por medio de un Courier, pero cuando son exportaciones mayores, utilizamos el transporte marítimo, que es mucho más lento, pero es más económico y nos ayuda a mantener los precios competitivos antes los demás mercados.” (Entrevistado 3)

“Lo que muchas empresas utilizan cuando deciden emplear un transporte aéreo es un servicio de Courier en caso de que sea una envío de muestras, porque les permite ubicar sus productos en momentos expeditos, normalmente los costos son más caros que si utilizan un transporte marítimo que es un poco más lento y dura más en llegar, pero si es más económico. Todo varía de acuerdo con la urgencia con la cual requiera los productos el cliente en el mercado de Estados Unidos.” (Entrevistado 4)

“Lo que yo sé es que la mayoría de las empresas diferencian muy bien entre envíos urgentes y de prueba, que van por Courier, y embarques regulares de mayor volumen, que van por marítimo, porque el proceso logístico combina la rapidez cuando se necesita y la eficiencia de costos en los despachos que son mucho más grandes.” (Entrevistado 5)

“Las experiencias que me han compartido mis clientes son bastante similares, porque ellos varían entre el Courier aéreo en el caso del envío de muestras o de pedidos urgentes y el marítimo para consolidar las exportaciones que son más grandes, es un balance entre el tiempo de entrega y los costos logísticos.” (Entrevistado 6)

“El proceso logístico que más predomina en la exportación de estos productos cosméticos naturales, son la combinación de Courier aéreo el cual brinda entregas rápidas, pero a un costos mucho más elevado y luego está el transporte marítimo el cual brinda un mayor volumen a menos costo en caso de ser consolidado ya que al ser un producto emergente las exportaciones no son a tan alto volumen, la decisión siempre varía dependiendo de la urgencia del cliente y del tipo de producto que se está enviando.” (Entrevistado 7)

“En lo que yo más he trabajado es que cuando se formalizan pedidos más grandes, se consolida la carga por vía marítima, lo cual continúa siendo mucho más rentable y por la parte de un poco menor las empresas optan por un Courier aéreo cuando necesitan mayor inmediatez y están dispuestos a pagar un poco más.” (Entrevistado 8)

“De acuerdo con estos productos en específicos los transportes mayormente utilizados son el Courier en el caso del transporte aéreo que se usa para realizar pedidos más pequeños o que

son más urgentes, en el caso del transporte marítimo se utilizan contenedores consolidados marítimos, para exportaciones mucho más grandes. En logística les recomendamos a los exportadores que evalúen la relación costo-beneficio según la urgencia solicitada por el cliente en el mercado estadounidense.” (Entrevistado 9)

“En mi experiencia las empresas exportadoras de cosméticos, así como me lo preguntan que mezclan ambas opciones no se casan solo con una, porque varía dependiendo del presupuesto que tengan ya que en el caso del transporte aéreo para velocidad es mejor y el marítimo para eficiencia y costos es más económico, pero más lento. Por lo que ese equilibrio es el que les permite a las empresas poder atender tanto los pedidos de muestra como para realizar envíos regulares al mercado estadounidense.” (Entrevistado 10)

Análisis

De acuerdo con las respuestas emitidas por los entrevistados, se evidencia que el servicio de Courier ha sido para los exportadores una herramienta clave para todo el proceso logístico, ya que cuando las empresas necesitan realizar envíos de muestras de productos o de entrega urgentes hacia el mercado estadounidense, los entrevistados coinciden en que esta modalidad de transporte, a pesar de ser más costosa resulta estratégica para garantizar una agilidad en los tiempos de entrega y garantizar que los cosméticos lleguen de manera expedita hacia su destino.

El Courier ofrece una ventaja competitiva dentro del mercado internacional, porque les permite a los exportadores responder rápidamente a las solicitudes emitidas por los clientes o distribuidores, permitiéndoles fortalecer así su relacional comercial; no obstante, el costo si es bastante elevado según lo estipulado por los entrevistados, ya que este servicio hace que las empresas no solo lo utilicen para exportaciones regulares en grande volúmenes, sino que también como una solución puntual que complementa el transporte marítimo y aéreo tradicional. A pesar de que este no es el medio de transporte más económico, sí constituye un recurso logístico fundamental para las empresas exportadoras y especialmente de cosméticos naturales.

El acceso a los mercados internacionales les permite a las empresas exportadoras de cosméticos naturales, no solo poder aumentar sus beneficios a nivel económico, sino que, además,

les ayuda a estar al tanto de las nuevas tendencias presentes en el mercado estadounidense. Tal y como lo comenta PROCOMER (2021): “Es fundamental que los exportadores costarricenses de este sector se encuentren al tanto de estas tendencias internacionales de cambios en los canales de distribución, esto con el fin de tener mapeados posibles clientes.” (párr.5)

Categoría 2: Medios de transporte

Descripción

A raíz de las respuestas obtenidas, se generó la segunda categoría de la segunda unidad; en donde se entrevistó a los expertos para determinar qué medios de transporte son comúnmente utilizados para esta exportación. Dentro del proceso logístico de la exportación de cosméticos naturales, los medios de transporte marítimo y aéreo son los más utilizados por las empresas exportadoras de cosméticos naturales, ya que los entrevistados acuerdan dentro de sus respuestas que el transporte marítimo se caracteriza por ser más económico y en cambio el transporte aéreo es principalmente empleado en casos donde se requiere mayor rapidez y urgencia. Se mencionan las respuestas más importantes sobre este tema:

“Lo que más utilizamos es el transporte Aéreo.” (Entrevistado 1)

“Nosotros variamos entre Marítimo y Aéreo, ya que varía dependiendo de la relación costo – eficiencia.” (Entrevistado 2)

“Los medios transporte que más utilizamos son el marítimo y aéreo, porque el marítimo se usa en exportaciones grandes que es mucho más barato y el aéreo, es en caso de necesitar más rapidez.” (Entrevistado 3)

“Marítimo o aéreo varía mucho de las decisiones del exportador como tal.” (Entrevistado 4)

“Las empresas que exportan cosméticos naturales suelen optar por el transporte marítimo y aéreo, ya que esta combinación es muy marcada dentro de este sector.” (Entrevistado 5)

“Los exportadores con los que he trabajado me han indicado que los medios que más utilizan son el marítimo y el aéreo, ya que no suelen usar transporte terrestre debido a las características del destino.” (Entrevistado 6)

“En este sector lo más común es ver las exportaciones tanto por vía marítima, como por vía aérea, ya que estos dos medios de transportes son los principales medios más utilizados.” (Entrevistado 7)

“Los clientes utilizan sobre todo el transporte marítimo consolidado porque es más económico, pero aparte hemos visto bastante movimiento dentro de las exportaciones por vía aérea, especialmente en caso de que sean envíos pequeños.” (Entrevistado 8)

“Bajo nuestras operaciones con exportadores del sector de cosméticos naturales, los medios de transporte que son más comunes son el marítimo y el aéreo, ya que la elección depende del volumen y la urgencia con la cual se requieran los productos.” (Entrevistado 9)

“La mayoría de los exportadores de cosméticos naturales combinan y varían de entre transporte aéreo y marítimo.” (Entrevistado 10)

Análisis

De acuerdo con las respuestas de los entrevistados, se evidencia que el transporte marítimo es la opción más común para la exportación de cosméticos naturales, que permite poder manejar mayores volúmenes a costos mucho más accesible, lo que resulta fundamental para poder mantener la competitividad dentro del mercado estadounidense. Sin embargo, el factor tiempos es lo una de las principales limitaciones ya que los envíos suelen llegar a tardar más días en llegar al destino.

En cambio, en el caso del transporte aéreo se utiliza de forma estratégica para casos puntuales, de los cuales se requiera realizar algún envío de muestras de productos o para atender picos de demanda estacional especialmente para fechas especiales, en donde los clientes requieren entregas de urgencia. Ya que, si bien sus costos son bastante elevados y son considerablemente

más altos, los exportadores lo ven como una inversión la cual les permite poder mantener la satisfacción del cliente y garantizar la continuidad de la relación comercial.

Este análisis refleja que tanto el transporte marítimo como el aéreo cumplen con sus roles complementarios dentro del proceso logístico, ya que se adecuan a las necesidades y solicitudes de los clientes o de los exportadores. Mientras que el transporte marítimo asegura eficiencia en costos para las exportaciones regulares y de gran volumen, el aéreo por su parte ofrece agilidad y flexibilidad para atender las emergencias o necesidades específicas presentadas en el mercado estadounidense. Según Airpharm (2024) comenta que: “El medio de transporte de productos cosméticos es un proceso logístico que requiere de una atención minuciosa debido a la delicadeza de los materiales y las condiciones específicas para su conservación. (párr.1)

Categoría 3: Costos de envío

Descripción

La tercera categoría de la segunda unidad se conformó, con base en las respuestas de la población consultada, en donde se les consultó a los expertos sobre qué costos logísticos resultan más significativos en la exportación de cosméticos naturales a Estados Unidos. El costo de envío es uno de los elementos más significativos dentro del proceso logístico, ya que este costo no depende únicamente del medio de transporte empleado, sino que también depende de algunos factores como el volumen de carga, peso, distancia, recargos portuarios o aeroportuarios y disponibilidad de los espacios logísticos. Las respuestas de parte de los entrevistados fueron las siguientes:

“Lo que más pesa son los costos de envío, ya que representa la mayor parte del gasto, el rubro que siempre que tenemos que considerar con mucho más cuidado.” (Entrevistado 1)

“Bajo nuestro aspecto los costos logísticos que resultan más altos son los costos de envío, porque a eso se le suman algunos trámites en origen y gastos de agencia, pero definitivamente lo que más se siente dentro de la exportación es el tener que pagar por el movimiento de la carga hacia el destino.” (Entrevistado 2)

“Si claro, el gasto más grande siempre termina siendo el costo de envío, ya que si es un transporte aéreo es mucho más caro y aunque el marítimo es más barato, igualmente se convierte en el rubro más fuerte dentro del proceso logístico.” (Entrevistado 3)

“El transporte, movilización y el costo de envío de la mercancía es lo que puede llegar a generar un gasto más alto hacia los exportadores.” (Entrevistado 4)

“De lo que tengo conocimiento, el costo de envío y la movilización de los productos es lo que más impacta a las empresas exportadoras, aparte del transporte internacional que es lo que más caro resulta dentro de la estructura logística de una exportación.” (Entrevistado 5)

“Los exportadores siempre me cuentan que lo que más gastos les generan son los costos de envío, el transporte aéreo que es supremamente alto y el marítimo, que, aunque es más accesible, sigue generando un gasto mayor.” (Entrevistado 6)

“Lo que es más representativo dentro de las exportaciones de cosméticos naturales son los costos de envío, porque es el rubro que define gran parte de la competitividad, porque la movilización de la carga es lo que más caro y más gastos generan.” (Entrevistado 7)

“A nivel logístico dependiendo de cuál tipo de transporte se utilice, siempre lo que genera más gastos es el costo de envío, ya que es el que brinda un mayor impacto, ya sea un Courier aéreo o marítimo, la movilización de la carga es lo más excesivamente caro.” (Entrevistado 8)

“Cuando se escuchan las historias emitidas por parte de los exportadores de estos productos cosméticos, siempre se repite el hecho de que el costo de envío, siempre termina siendo lo más costoso.” (Entrevistado 9)

“Los costos de envío es lo que más pesa, ya que la movilización de la carga es sin duda el gasto más significativo en una exportación y más hacia Estados Unidos.” (Entrevistado 10)

Análisis

De acuerdo con lo mencionado por los entrevistados, el costo de envío se muestra que es un factor el cual impacta en la rentabilidad de la exportación de los cosméticos naturales, ya que es uno de los gastos el cual más llega a afectar la rentabilidad de la exportación. Por medio de la práctica, este rubro suele superar a los otros costos logísticos por medio de trámites, almacenamiento o servicios de agencia, convirtiéndose en el mayor reto económico dentro de todo este proceso de exportación. En donde el impacto que genera este costo no solo se limita únicamente a un gasto monetario, sino que también repercute en la capacidad de las empresas de ofrecer precios competitivos frente a los otros países productores de cosméticos naturales.

Ya que, en este sentido el costo de envío elevado puede llegar a significar una desventaja dentro de las pequeñas y medianas empresas, en donde cuentan con un menor margen para llegar a absorberlo y el cual puede llegar a generar un problema con respecto a sus costos a nivel competitivo, con respecto a los mercados internacionales. Según Procomer (2021) menciona lo siguiente: “La cadena de exportación, influye en la competitividad de las empresas y el precio final de los productos en el mercado internacional.” (p.42)

Este costo de envío se consolida como una categoría determinante en el proceso de exportación de cosméticos naturales hacia Estados Unidos, ya que su adecuada gestión depende de que las empresas puedan llegar a mantener su presencia dentro del mercado, cumplir con todos los compromisos comerciales, sostener las relaciones a largo plazo con sus clientes e influye directamente en la competitividad y sostenibilidad de las empresas.

Categoría 4: Estabilidad

Descripción

Con base en las respuestas obtenidas, se conformó la categoría cuatro de la segunda unidad de análisis; en donde se les consultó a los expertos cómo ha variado el costo del transporte internacional entre 2024 y el primer trimestre de 2025. La estabilidad es bastante recalada por parte de los entrevistados, ya que se ha permitido mantener sus precios competitivos dentro del mercado internacional y evita las variaciones que afecten la rentabilidad de sus negocios. Las respuestas de parte de los entrevistados fueron las siguientes:

“En nuestro caso, si hemos notado que todo el proceso logístico se ha mantenido con bastante estabilidad dentro de los costos de transporte, los cuales no se parecen en nada a lo que vivimos luego de la pandemia, en donde todos los precios se dispararon y aumentaron considerablemente.” (Entrevistado 1)

“Durante el año 2024 y el inicio de este año 2025, los precios la verdad es que se han mantenido con bastante estabilidad, a diferencia de los años anteriores en lo que los costos si eran sumamente altos y exagerados. Actualmente nuestras constantes exportaciones nos permiten obtener costos de envío, y seguros muy competitivos.” (Entrevistado 2)

“Lo que más hemos visto es una clara estabilidad dentro de los costos en el transporte, se muestra la diferencia de entre el año 2021 – 2022 que es enorme, porque actualmente no hay incrementos bruscos como en esa etapa posterior al momento trágico de la pandemia.” (Entrevistado 3)

“Se ha mantenido bastante estable a diferencia de lo que fueron los años 2021 y 2022, que fueron momentos post pandemia, ya que de acuerdo con el año 2020 la pandemia genero un aumento para los costos logísticos de transporte internacional. Pero estos mismo no han tenido ningún cambio hasta el momento.” (Entrevistado 4)

“Lo que se percibe y se comenta por parte de los exportadores en estos momentos es que la estabilidad en los costos internacionales, ya no enfrentan las alzas de los años posteriores a lo que fue la pandemia.” (Entrevistado 5)

“Los exportadores nos reportan que los fletes se han mantenido con una alta estabilidad, ya que esto contrasta el 2021- 2022, cuando la pandemia genero grandes aumentos.” (Entrevistado 6)

“Lo que mis clientes me han comentado es que, si hay una clara estabilidad en los costos del transporte internacional ya que, durante este periodo, eso es un cambio importante, porque

frente a los vivido en los años de la pandemia, actualmente es sumamente e relevante.”
(Entrevistado 7)

“En el proceso logístico vemos mucha más estabilidad dentro de los precios esto desde el año 2024 y en este primer trimestre del 2025, ya no existe la totalidad que existían durante el periodo 2021- 2022.” (Entrevistado 8)

“El comportamiento que han tenido los fletes refleja que la estabilidad, que los exportadores agradecen es porque luego de la pandemia los costos eran sumamente imprevisibles.” (Entrevistado 9)

“En términos generales, te puedo decir que los costos que han estado dentro del mercado actualmente, dentro de la estabilidad de esta situación es bastante distinta a la de 2021 y el 2022, que era cuando los precios estaban fuera de control por la parálisis de la pandemia.”
(Entrevistado 10)

Análisis

De acuerdo con lo mencionado por los entrevistados se evidencia una percepción positiva sobre la estabilidad actual en los costos logísticos, en donde todos coinciden en que, a diferencia de los años 2021 y 2022, los cuales se caracterizaron por contar con un incremento abrupto de precios debido a la pandemia, el periodo comprendido entre 2024 y el primer trimestre de 2025 se ha distinguido por generar un entorno de mayor equilibrio y previsibilidad. Según Food and Drug Administration (2022) menciona que: “Los fabricantes de cosméticos tienen la responsabilidad legal de cumplir con la seguridad, ya que la FDA puede, y de hecho toma medidas contra cosméticos comercializados.” (párr. 4)

Esta estabilidad no solo se refleja en los costos de transporte, sino que también dentro de la posibilidad de obtener tarifas mucho más competitivas a través de envíos constantes, lo cual ayuda a fortalecer la competitividad de los cosméticos naturales en el mercado estadounidense. Así mismo como la ausencia de incrementos bruscos ha permitido recuperar la confianza en la planificación logística y esto ha disminuido la vulnerabilidad en frente de los cambios externos. El hecho de que

los costos en el transporte internacional se encuentran en una estabilidad es determinante para la consolidación de las exportaciones actuales, ya que les garantiza a las empresas del sector cosmético natural una mayor capacidad de proyecciones a un largo plazo.

Categoría 5: Consolidados de Carga

Descripción

Se conformó la categoría cinco de la segunda unidad de análisis; se entrevistó a los expertos para determinar qué estrategia logística utilizan las empresas para reducir los costos de exportación. Esta práctica consiste en agrupar distintos envíos de varias empresas dentro de un mismo contenedor o unidad de transporte, esto con el fin de compartir los gastos de flete internacional por medio de transporte marítimo, lo cual beneficia a los productores y genera que sus costos no se intensifiquen tanto. Las respuestas fueron las siguientes:

“A nosotros lo que más nos ha servido es sumarnos a los consolidado de carga, porque es que así podemos compartir el espacio con otras empresas y el costo por envío es bastante bajo.”
(Entrevistado 1)

“De nuestra parte realizar consolidados cuando empleamos un transporte marítimo.”
(Entrevistado 2)

“Lo que hemos optado por hacer normalmente es cuando decidimos utilizar un transporte marítimo, preferimos trabajar con consolidados, porque si enviamos la carga sola, el costo se dispara y al consolidarlo se hace mucho más rentable para nosotros como empresa y para nuestro cliente en Estados Unidos.” (Entrevistado 3)

“Usualmente lo que siempre le recomendamos a los exportadores es que al casi no exportarse en mayor cantidad acá en Costa Rica y especialmente en la Región Huetar Norte y Pacífico Central que utilicen consolidados como estrategia, ya que esto les permite aprovechar mejor el espacio y poder reducir significativamente el costo del transporte.” (Entrevistado 4)

“Según lo que vemos dentro del sector, la práctica más común es optar por consolidados de carga, porque permiten que varias empresas puedan compartir gastos y logren una logística mucho más eficiente.” (Entrevistado 5)

“Los exportadores con quienes trabajaos señalan que el consolidado es la herramienta más efectiva para lograr reducir los costos, ya que procede a abarcar el flete internacional.” (Entrevistado 6)

“En este periodo lo que más hemos visto es el uso dentro del transporte marítimo el uso de consolidados de carga, porque al unir envíos pequeños se logra bajar el costo y aprovechar mejor el transporte.” (Entrevistado 7)

“La mayoría de nuestros clientes deciden optar por los consolidados, esto ya que les ayuda a ahorrar, porque comparten el contenedor o el espacio aéreo con otros exportadores.” (Entrevistado 8)

“La estrategia más utilizada son los consolidados, porque esto les permite poder enviar menos volumen sin que el costo se vuelva tan alto como un envío exclusivo.” (Entrevistado 9)

“Para los exportadores lo más común es recurrir a los consolidados de carga, ya que esta modalidad reparte los costos entre varias empresas y es lo que más ayuda a reducir todo tipo de gastos dentro del proceso de exportación.” (Entrevistado 10)

Análisis

De acuerdo con lo mencionado por los entrevistados se desprende que los consolidados de carga los cuales son percibidos como una de las herramientas más efectivas dentro del proceso logístico de exportación, ya que los entrevistados destacan que esta modalidad le permite reducir costos significativamente, ya que al enviar la carga de manera individual representa un gasto bastante elevado, que muchas veces resulta hasta insostenible para las pequeñas y medianas empresas. Como Airpharm (2024) menciona lo siguiente: “Es importante que la empresa encargada de la logística ofrezca servicios de consolidación semanal, lo que permite que las compañías del

sector cosmético optimizar el envío de sus mercancías, reduciendo costos y tiempos de tránsito.” (párr.4)

Considerando este aspecto las consolidaciones ofrecen una solución práctica para que logren mantenerse competitivos dentro del mercado estadounidense, al tiempo que aseguran una mejor gestión de sus recursos financieros. Se observa que los consolidados en el transporte marítimo, suelen ser más rentables, sin embargo, también se señala que los usos de estos servicios pueden ser más viables para realizar envíos de productos de menor tamaño, siempre que se compartan los costos con los otros exportadores que estén enviando su mercancía al mismo país destino.

Por lo que los consolidadores permiten fortalecer la cooperación entre empresas del mismo sector, lo cual impulsa una logística más eficiente y colaborativa, generando economías alta escala, en donde esta categoría refleja cómo es la estrategia de consolidados que no solo reduce sus costos, sino que también brinda una mayor flexibilidad en el proceso de exportación y le genera un crecimiento bastante alto hacia las empresas de las Regiones Huetar Norte y Pacífico Central, permitiéndoles competir en igualdad de condiciones en un mercado tan demandante como es el de Estados Unidos.

Unidad de Análisis 3: Limitaciones Logísticas

En esta tercera unidad de análisis tiene como fin determinar las limitaciones logísticas que enfrentan las empresas exportadoras en la Región Huetar Norte y Pacífico Central. Determinando las distintas limitaciones logísticas con las cuales se enfrentan las empresas exportadoras de productos cosméticos, esto para poder determinar alguna mayor tecnología a nivel comercial, o más capacitaciones, asesorías especializadas y mejoras en los procesos logísticos. Logistec (2024), considera que el concepto sobre las *limitaciones logísticas* se define de la siguiente forma:

Las limitaciones logísticas son obstáculos o restricciones que afecten la eficiencia y la efectividad de la gestión de la cadena de suministro y distribución de productos o

servicios. Por lo tanto, la logística se enfrenta a restricciones y limitaciones que deben de ser gestionadas para garantizar un funcionamiento eficiente. (párr.15)

Con base a la cita anterior, las limitaciones logísticas son importantes de analizar porque influyen directamente en nuestra capacidad de acción y en cómo se enfrentan los retos. Por lo que estas percepciones negativas actúan como barreras mentales y predisponen al fracaso antes de que siquiera se pueda intentar alcanzar nuestro objetivo. Desafiar estas creencias es vital ya que, para poder desbloquear el potencial de las empresas, deben mejorar su confianza y permitir el avance con más determinación y apertura hacia las nuevas oportunidades de mejora. Las categorías señaladas por los entrevistados, relacionadas con la segunda unidad de estudio, fueron las siguientes:

1. Alta Demanda
2. Envíos Limitados
3. Costos Logísticos
4. Desconocimiento
5. Almacenamiento

Categoría 1: Alta Demanda

Descripción

La primera categoría de la tercera unidad de análisis; se les consultó a los expertos sobre cómo afecta la estacionalidad o la demanda del mercado estadounidense al proceso logístico de exportación. Los entrevistados indican que los cosméticos naturales no presentan una estacionalidad fija la cual llegue a afectar directamente en el proceso logístico, sin embargo, sí presentan picos de alta demanda especialmente en fechas importantes. Las respuestas fueron las siguientes:

“En nuestro caso, los cosméticos como tal no generan una estacionalidad fija, pero lo que si vemos es una alta demanda en temporadas especial como lo es la Navidad o el Black Friday ya que eso nos obliga a planificar la exportación con mucho más tiempo.” (Entrevistado 1)

“Nosotros no hemos tenido ningún problema de estacionalidad o nunca nos hemos quedado sin productos, pero lo que si hemos tenido son altos picos de demandas sobre todo en las temporadas altas o especiales, que, si nos obliga a planificar con mayor anticipación la producción y la reserva de espacios de transporte, ya sea marítimo o aéreo.” (Entrevistado 2)

“Como tal no hay una estacionalidad en los cosméticos naturales, pero si se han presentado picos dentro de las fechas claves del mercado estadounidense, ya que ahí es donde tenemos que asegurarnos que se deben de reservar los espacios logísticos con bastante tiempo.” (Entrevistado 3)

“Este tipo de productos no presentan una estacionalidad como tal, sin embargo, si es bastante común que los exportadores enfrenten picos de demanda en fechas especiales.” (Entrevistado 4)

“No existe una estacionalidad marcada, pero si hay una presión logística en las épocas de alta demanda como lo son las festividades, lo cual obliga a los productores a prever una producción y un transporte con anticipación.” (Entrevistado 5)

“La estacionalidad especifica como tal no hay dentro de los cosméticos naturales, pero si hemos identificado que en el mercado de Estados Unidos se presentan picos de consumo en las fechas especiales y de mayor consumismo, lo cual implica una mayor preparación logística.” (Entrevistado 6)

“Más que estacionalidad, lo que se observa son picos de demanda en ciertos momentos específicos, que, si llega a afectar un poco en la logística, porque aumenta la competencia por espacios en el transporte y así se deben de reservar con bastante antelación.” (Entrevistado 7)

“Bajo nuestra experiencia, los cosméticos naturales no tienen estacionalidad, por ser un producto emergente dentro del mercado actual, pero si muestran un mayor movimiento en las fechas comerciales, lo que genera más presión sobre los espacios de transporte al momento de enviar los cosméticos, ya sea de manera marítima o aérea.” (Entrevistado 8)

“La estacionalidad como tal no hay, pero si hay picos altos de demanda que reflejan muchas más solicitudes de exportación en las fechas importantes y esto obliga a los clientes a coordinar antes para asegurar sus cupos dentro del contenedor o dentro del avión.” (Entrevistado 9)

“Si en este caso los cosméticos naturales no presentan como tal una estacionalidad al ser tan poco lo que se envía, pero si hay momentos en lo que aumenta su demanda de producción y eso significa que deben de agendarse con tiempo para evitar contratiempos y retrasos.” (Entrevistado 10)

Análisis

El estudio de como la estacionalidad y la demanda influyen en el proceso logístico de exportación de los cosméticos naturales, ya que aunque no existe una estacionalidad fija dentro de este tipo de productos, si se presentan altos picos de demanda en las temporadas especiales presentes durante todo el año, tales como son Navidad, Black Friday, verano o el Día de la Madre y el Padre, por lo que estos incrementos generan una presión directa en la planificación logística, ya que obligan a las empresas a anticipar tanto la producción como la reserva de los espacios de transporte, todo con el fin de garantizar que la entrega de los productos sea oportuna y a tiempo.

Por lo que según lo mencionado por los entrevistados, la alta demanda no afecta la disponibilidad de los cupos en los medios de transporte, sino que también genera un incremento dentro de la competencia entre los exportadores, lo que puede ocasionar retrasos o hasta mayores costos esto en caso de no realizar una correcta planificación con bastante tiempo de anticipación, por lo que de acuerdo a este escenario se refleja la importancia con la cual cuenta la implementación de estrategias de organización previa que permitan afrontar los desafíos logísticos en temporadas de mayor consumo.

La alta demanda evidencia que la variabilidad del mercado estadounidense no se traduce en estacionalidad fija, ya que también al ser los cosméticos naturales un producto emergente dentro del mercado, lo que más enfrentan es una variabilidad del mercado estadounidense, lo cual les exige a los exportadores generar una gestión logística bastante anticipada y flexible, la cual les

asegure a los productores la continuidad y competitividad de sus envíos en momentos claves del año. Alcántara (2024) menciona que: “El crecimiento de la cosmética natural fortalece y hace prever que la tendencia experimentará un auge en los próximos años.”

Categoría 2: Envíos Limitados

Descripción

Se conformó la categoría dos de la tercera unidad de análisis, en donde se les consultó a los expertos sobre qué barreras logísticas enfrentan las empresas de estas regiones al momento de exportar sus productos. Los entrevistados indican que la limitante de los envíos genera una restricción a la cual se enfrentan las empresas productoras, esto debido a la zona en la que están ubicadas, ya que suelen tener accesos restringidos a servicios logísticos especializados, lo que reduce las opciones disponibles para el transporte de mercancías. Las respuestas fueron las siguientes.

“La principal barrera que tenemos son los servicios de envío limitados en la región en donde producimos, ya que nos reducen bastante las opciones logísticas disponibles.”
(Entrevistado 1)

“Lo que más nos afecta son los envíos limitados dentro de la región en la que estamos ubicadas, ya que aumentan los costos del transporte interno esto desde nuestras instalaciones hasta el puerto o aeropuerto y, por lo cual en muchos casos nos genera retrasos aduaneros. Porque al no haber suficientes opciones, se encarece el transporte y aumentan los tiempos.” (Entrevistado 2)

“En nuestro caso la mayor dificultad son los envíos limitados dentro de la región, lo que nos obliga a tener que planificar con antelación para no tener retrasos.” (Entrevistados 3)

“Hemos visto que lo que más complica a las empresas es su ubicación, ya que eso les genera que sus envíos sean limitados, aparte de la infraestructura vial, la disponibilidad de

transporte para mover la carga, porque todos estos puntos les restringen la competitividad y les generan a los exportadores sobrecostos en su proceso logístico.” (Entrevistado 4)

“Una de las principales barreras que detectamos son los envíos limitados dentro de la región en donde los productores estén ubicados, porque los obliga a depender de servicios externos o a su vez más lejanos.” (Entrevistado 5)

“Los exportadores nos comentan constantemente que una de las mayores barreras logísticas que enfrentan día con día es con los envíos limitados, ya que su problema es la ubicación que ya sea la Región Huetar Norte o Pacífico Central, ya que sea cual sea la ubicación en la que se encuentren esto los impacta dentro de sus tiempos y costos de entrega.” (Entrevistado 6)

“Desde el punto de vista del comercio exterior, lo que más se les complica a las empresas son sus envíos limitados, ya que esto los deja con muy pocas opciones logísticas.” (Entrevistado 7)

“Las Regiones en las que están ubicadas si les generan bastante barreras para los productores, porque al momento de realizar los envíos se les limita y complica el poder mover la carga hacia el puerto o aeropuerto en caso de utilizar un transporte aéreo.” (Entrevistado 8)

“Para nosotros la principal dificultad que tienen las empresas son los envíos limitados, ya que retrasa y encarece el traslado de las mercancías, debido a la región en la cual están ubicadas las empresas por las que me preguntas en este caso.” (Entrevistado 9)

“Las barreras más frecuentes para estas empresas son los envíos limitados, porque llega a afectarles en su agilidad dentro de todo el proceso de la exportación.” (Entrevistado 10)

Análisis

El análisis sobre como los envíos limitados llegan a generar una afectación al proceso logístico ya que demuestra que esta es una de las barreras que les afectan a las empresas ubicadas

fuera del Gran Área Metropolitana, de acuerdo con los entrevistados, la falta de acceso a servicios de transporte en dichas regiones incrementa los costos internos, debido a que a la necesidad de trasladar las mercancías hasta puertos o aeropuertos lejanos. Como la Food and Drug Administration (2022) menciona: “Los cosméticos deben incluir instrucciones específicas sobre el uso y el manejo del proceso de exportación.” (párr.4)

La limitada disponibilidad logística provoca retrasos y en muchos casos genera complicaciones en los procesos aduaneros, lo que obliga a las empresas exportadoras a realizar una planificación anticipada, con el fin de reducir posibles riesgos de incumplimiento para las fechas de entrega. Sin embargo, dicha planificación no siempre elimina del todo las desventajas derivadas de la ubicación de las empresas, ya que los costos adicionales sí continúan generando una afectación en la competitividad que poseen estas productoras de cosméticos naturales en el mercado estadounidense.

Por lo dadas las respuestas emitidas por los expertos se resalta que las limitantes presentes durante los envíos reflejan una debilidad estructural en el proceso logístico en donde la falta de infraestructura y de servicios de transporte al no ser suficientes, llegan a ser un obstáculo constante el cual repercute tanto en los costos del transporte, como en la eficiencia con la cual la exportación va a llegar a destino. Ya que, como consecuencia, estos retrasos aparte también le generan sobrecostos y una menor oportunidad de competitividad frente a mercados internacionales, los cuales demandan más agilidad y cumplimiento en los plazos de entrega establecidos.

Categoría 3: Costos Logísticos

Descripción

Se adaptó la categoría tres de la tercera unidad; y se les preguntó a los expertos sobre cómo impacta la infraestructura portuaria o aeroportuaria en los costos logísticos. Los entrevistados indican que los altos costos logísticos se relación directamente con el impacto el cual tiene la infraestructura portuaria y aeroportuaria ya que, en los procesos de exportación de cosméticos naturales desde Costa Rica hacia Estados Unidos, la capacidad genera un incremento dentro de los

gastos de transporte, almacenaje y se alargan los tiempos de espera, lo cual repercute en el aumento de los costos adicionales para las empresas. Las respuestas fueron las siguientes:

“La infraestructura portuaria y aeroportuaria impacta directamente en los mayores costos logísticos, porque cuando se limitan se traducen en cada vez más gastos de transporte y de tiempos de espera que sean más largos.” (Entrevistado 1)

“Tiene un impacto bastante significativo, esto ya que, dentro de la infraestructura que es limitada genera mayores costos logísticos, especialmente cuando existen demoras tanto en puertos como en vuelos.” (Entrevistado 2)

“Cuando la infraestructura no es suficiente, se refleja conforme a los mayores costos logísticos, ya que genera retrasos dentro de los puertos o los aeropuertos los cuales encarecen el transporte y requieren de una planificación adicional.” (Entrevistado 3)

“Mucho, impacta demasiado a nivel de Costa Rica se está dando a deber un montón ya que está bastante claro que tanto la infraestructura portuaria como aeroportuaria influye entre los mayores costos logísticos ya sea generando más demoras, como recargos o tiempos adicionales dentro del proceso de transporte.” (Entrevistado 4)

“Desde nuestra perspectiva la infraestructura genera muchísimas limitaciones las cuales brindan mayores costos en el proceso logístico, debido a que obliga a los exportadores a tener que pagar más almacenaje o más transporte alternativo.” (Entrevistado 5)

“Los exportadores sienten que sus operaciones en los puertos o aeropuertos no funcionan del todo bien ya que generan mayores costos logísticos los cuales reflejan y les generan a las empresas atrasos, recargos y servicios limitados al momento de enviar los cosméticos hacia el mercado estadounidense.” (Entrevistado 6)

“Ambas infraestructuras generan un impacto directo hacia los mayores costos logísticos ya que cuando este servicio es limitado, provoca un encarecimiento de las exportaciones y reduce el nivel de competitividad de las empresas a nivel global.” (Entrevistado 7)

“Cuando la infraestructura portuaria no es completamente eficiente, esto les genera mayores costos logísticos ya que por largos tiempos de entrega, les genera retrasos conforme con la frecuencia con la que los productores de cosméticos envían sus productos.” (Entrevistado 8)

“La limitada infraestructura aeroportuaria y portuaria provoca mayores costos logísticos ya que les genera a los exportadores retrasos dentro de las exportaciones y aparte costos extras.” (Entrevistado 9)

“Cuando hay limitaciones dentro de la infraestructura tanto portuaria como aeroportuaria, esto les genera mayores costos logísticos los cuales incrementan debido a los tiempos muertos y a la cantidad de procesos que se generan adicionalmente.” (Entrevistado 10)

Análisis

El análisis sobre como la infraestructura tanto portuaria como aeroportuaria incide en generar un alto costo logístico lo cual evidencia que las limitaciones estructurales en Costa Rica constituyen a una de las barreras más relevantes para las empresas del sector cosmético, ya que de acuerdo con lo mencionado por los entrevistados ellos coinciden en que la falta de eficiencia en los puertos y aeropuertos genera retrasos, recargos por tiempos adicionales, altos pagos de almacenaje y un aumento en la contratación en los servicios logísticos alternativos. Por lo que estos factores no solo encarecen la logística, sino que también llegan a reducir la competitividad de los exportadores costarricenses en el mercado internacional.

Por lo que esta situación obliga a los exportadores a tener que invertir en más recursos de planificación, pero sin que esto les garantice la eliminación de los sobrecostos, además sobre como los retrasos en los envíos los cuales llegan a afectar directamente en la relación comercial con los clientes internacionales, quienes esperan puntualidad y que se les cumpla de manera efectiva en la

entrega de sus productos. Es por eso por lo que estos costos logísticos reflejan una desventaja estructural dentro del proceso de exportación.

Cada ineficiencia dentro de la infraestructura se traduce en gastos adicionales, los cuales encarecen la operación y restan competitividad hacia los cosméticos naturales costarricenses frente a otros países, los cuales cuentan con sistemas logísticos más ágiles y eficientes. Ya que estas limitaciones no solo incrementan los costos directos de transporte y almacenaje, sino que también llegan a generar costos indirectos asociados a retrasos en las entregas. Según Chacón (2025) menciona lo siguiente: “Las empresas reportan que los costos logísticos locales son comparables con los países mucho más grandes, los cuales enfrentan a tiempos de espera portuarios de hasta 10 días, restricciones viales y falta de seguridad en carreteras.” (párr. 9)

Categoría 4: Desconocimiento

Descripción

Con base en las respuestas obtenidas, se conformó la categoría cuatro de la tercera unidad de análisis; en donde se les consultó a los expertos sobre qué limitaciones enfrentan las pequeñas y medianas empresas (Pymes) del sector cosmético natural en términos de acceso a servicios logísticos. Los entrevistados indican que el desconocimiento en el proceso de exportación es una de las limitaciones que enfrentan las Pymes, ya que carecen de experiencia y capacitación en los procesos logísticos internacionales. Las respuestas fueron las siguientes:

“Muchas Pymes enfrentamos al principio un poco de desconocimiento de la exportación, al principio y eso nos complica el poder entender bien los costos logísticos y poder identificar cuáles son las mejores opciones para realizar el envío de los cosméticos.” (Entrevistado 1)

“Una de las mayores limitaciones que tuvimos nosotros fue el desconocimiento sobre la exportación porque al no manejar todos los requisitos logísticos, terminábamos pagando más de lo que esperábamos.” (Entrevistado 2)

“A nosotras como empresa una de nuestras mayores dificultades ha sido el desconocimiento de la exportación ya que al inicio no sabíamos cómo negociar con las navieras ni como podíamos aprovechar los servicios de consolidación.” (Entrevistado 3)

“Identificamos que muchas Pymes llegan a tener como barrera y limitación a nivel logístico sobre todo cuando son productos cosméticos el desconocimiento de la exportación, porque les limita el acceso a los servicios logísticos que son más eficientes y los pueden potenciar y hacerlos más competitivos dentro del mercado global y sobre todo en el mercado estadounidense.” (Entrevistado 4)

“Lo que más observamos es el desconocimiento de la exportación ya que muchos exportadores especialmente en lo que respecta a requisitos técnicos y a tiempos de envío de los cosméticos, no tienen tantos conocimientos y eso hace que lleguen a pagar hasta el doble de lo que normalmente deben de pagar.” (Entrevistado 5)

“Las pequeñas y medianas empresas llegan a enfrentar la limitación del desconocimiento de la exportación porque no cuentan con la suficiente capacitación para poder llegar a tomar decisiones logísticas correctas.” (Entrevistado 6)

“El desconocimiento en las exportaciones es una de las principales problemáticas que al inicio llegan a tener las empresas exportadoras de cosméticos naturales ya que no tienen la experiencia previa para poder acceder a los mejores servicios logísticos.” (Entrevistado 7)

“Con frecuencia veo mucho que muchas empresas que quieren comenzar a exportar cosméticos naturales tienen muchos desconocimientos de la exportación, ya que no saben cómo funciona o estos mismos desconocimientos los lleva a generar errores en documentos y los lleva a pagar mucho más en servicios logísticos que a veces no son tan necesarios.” (Entrevistado 8)

“En muchos casos la principal limitación de las empresas que están empezando o ya llevan un poco tiempo en el mercado es el desconocimiento de la exportación porque los lleva a tener

que depender de intermediarios y a asumir gastos extras que no son necesarios o que nos les corresponden.” (Entrevistado 9)

“Una de las barreras más frecuentes de estos exportadores o productores de especialmente cosméticos naturales, es el desconocimiento de la exportación porque al ser un producto nuevo y emergente dentro del mercado de Costa Rica, no hay suficiente información para que puedan optimizar la logística y no tener que terminar pagando de más cuando no es necesario.” (Entrevistado 10)

Análisis

De acuerdo con lo mencionado por parte de los expertos estos señalan que este desconocimiento afecta directamente la capacidad de las empresas para comprender los costos, negociar con navieras, aprovechar las estrategias presentadas por las consolidadoras de carga y cumplir con los requisitos técnicos y documentales de forma efectiva, siguiendo las normativas emitidas por el Ministerio de Salud y por la Aduana. Asimismo, como se identificó que este factor no solo involucra gastos adicionales, sino que también obliga a los exportadores a depender de intermediarios y de servicios los cuales encarecen aún más el proceso.

Es por esto mismo que este desconocimiento por parte de los productores de cosmético, genera una barrera inicial significativa la cual limita la competitividad de las empresas dentro del mercado internacional, especialmente en el acceso al mercado estadounidense, ya que es un obstáculo transversal el cual impacta en varios niveles el proceso logístico y reduce su oportunidad de expansión, ya que afecta desde la etapa inicial de la planificación hasta la ejecución final del envío. Según Procomer (2021) mencionan lo siguiente: “Uno de los principales retos enfrentan las pymes costarricenses es el desconocimiento de los requisitos técnicos, regulatorios y logísticos que exigen el mercado internacional, que limita su capacidad de insertarse en las cadenas de exportación.” (párr. 5)

Es por esto por lo que esta falta de preparación limita la capacidad de las empresas para aprovechar de manera óptima las herramientas estratégicas como lo son los consolidadores de carga o los acuerdos de cooperación con otros exportadores, los cuales podrían ser vitales para reducir

costos y mejorar la eficiencia en el proceso logístico. Este hallazgo evidencia la necesidad que tiene Costa Rica como exportador y los productores de productos cosméticos naturales de reforzar su capacitación sobre temas logísticos y de comercio exterior, así como de implementar mecanismos de apoyo institucional que estén orientados hacia las empresas en sus primeras experiencias exportando cosméticos al mercado estadounidense.

Categoría 5: Almacenamiento

Descripción

Se conformo la quinta categoría de la tercera unidad; se les consultó a los expertos sobre cuáles son las principales dificultades relacionadas con el almacenamiento de productos cosméticos naturales antes de su exportación. Los entrevistados indican que una de las limitaciones más recurrentes que enfrentan los exportadores es la falta de espacios seguros adecuados para poder resguardar los cosméticos, los cuales requieren de condiciones específicas para así poder mantener su calidad. Las respuestas fueron las siguientes:

“La falta de almacenamiento o de espacios apropiados en donde podamos colocar los cosméticos en cuanto los estemos trabajando es una de las más grandes dificultades ya que también deben de estar en ciertas condiciones que no afecten la calidad del producto.”
(Entrevistado 1)

“Para nosotros uno de los mayores retos es la falta de almacenamiento porque no siempre tenemos suficiente espacio para poder almacenar los productos hasta que se lleve a cabo la exportación.” (Entrevistado 2)

“Si en nuestro caso la falta de almacenamiento cuando estamos preparando el pedido es un problema constante, ya que nos limita mucho la cantidad de productos que podemos preparar para enviar, lo que muchas veces hacemos es pedirle a nuestro agente aduanero que nos preste algún lugar en donde podamos colocar los productos mientras completamos el pedido.”
(Entrevistado 3)

“Hemos visto mucho que las empresas exportadoras de cosméticos presentan bastantes dificultades por falta de almacenamiento, lo que les complica la planificación de exportaciones, especialmente en temporada de alta demanda que es donde más les llega a afectar.” (Entrevistado 4)

“La falta de almacenamiento, de espacio y de disponibilidad son barreras para las empresas que exportan estos productos porque deben de ajustar la producción y los envíos de acuerdo con la cantidad de espacio disponible con el que cuentan.” (Entrevistado 5)

“Los exportadores me han llegado a mencionar que la falta de almacenamiento y especialmente de espacio es una limitante recurrente porque les afecta en la organización de la producción y de los tiempos de exportación con el que cuentan o el que les brinde el cliente.” (Entrevistado 6)

“Desde nuestra experiencia, la falta de almacenamiento es lo más grave porque al momento de llegar a exportar los cosméticos naturales es donde más se han llegado a atrasar.” (Entrevistado 7)

“Muchos de mis clientes me han comentado que la falta de espacio y de almacenamiento en sus instalaciones sobre todo en esas dos regiones, es lo que más los retrasa, ya que la preparación de envíos les llega a aumentar la presión a nivel logístico.” (Entrevistado 8)

“De las principales dificultades son la falta de almacenamiento, espacio y disponibilidad porque les limita la cantidad de productos listos y eso les retrasa los tiempos de entrega acordados con el mercado estadounidense.” (Entrevistado 9)

“Lo que más me señalan a mis los exportadores son las faltantes de almacenamiento con la que cuentan de en donde puedan guardar sus productos en lo que completan el envío completo, porque es que sin el espacio adecuado no pueden llegar a coordinar la producción y los tiempos de envíos.” (Entrevistado 10)

Análisis

De acuerdo con lo mencionado por parte de los expertos, estos señalan que la limitación de almacenamientos adecuados para resguardar los cosméticos antes de su envío constituye una de las constantes problemáticas presentes en el proceso logístico de estos productos. Esto debido a que los cosméticos requieren de ciertas condiciones específicas para mantener su calidad y la ausencia de estas instalaciones apropiadas compromete no solamente la planificación de los pedidos, sino que también afecta la eficiencia y la puntualidad de las exportaciones hacia el mercado estadounidense. Ya que la insuficiencia de estos espacios obliga a las empresas a tener que depender de soluciones externas.

A falta de espacios adecuados impacta de manera directa en la capacidad de respuesta de las empresas frente a la demanda internacional, ya que limita la cantidad de productos que puedan prepararse y generar retrasos en medio de los tiempos de entrega comprometidos con los clientes en Estados Unidos. Por lo que este problema se intensifica en las temporadas de mayor demanda, como son las fechas comerciales claves, en donde la presión sobre la producción y la logística es más alta.

Por lo que esta falta de almacenamiento no solo afecta la gestión interna de las Pymes, sino que también reduce su competitividad a comparación con las empresas las cuales cuentan con una infraestructura más robusta. Esto ya que, al no disponer de condiciones óptimas para resguardar los productos, les implica riesgos adicionales como el deterioro de la mercancía, incumplimiento de plazos y pérdidas de confianza de parte de los clientes. Tal y como Procomer (2020) menciona que: “Los recursos botánicos y agroindustriales de la Región Huetar Norte constituyen a una base sólida para diversificar la oferta exportadora del país hacia nichos de alto valor.” (párr.2).

Interpretación de los Datos

El análisis de la información sobre la exportación de cosméticos naturales de Costa Rica hacia Estados Unidos permite comprender como diversos factores interrelacionados afectan la gestión empresarial y las estrategias implementadas por todas las compañías para llegar a competir con este mercado. Esto se debe a que los productores, aunque cuentan con un entorno favorable

derivado de la alta demanda internacional por productos naturales y sostenibles, continúan contando con algunos retos significativos en aspectos logísticos, regulatorios y de competitividad los cuales condicionan el desempeño del sector.

Uno de los aspectos más relevantes es la alta demanda a nivel internacional, la cual constituye a una oportunidad para las empresas exportadoras, ya que los consumidores estadounidenses muestran una preferencia creciente hacia productos libres de químicos que sean dañinos para la piel, que estén elaborados con ingredientes botánicos y asociados a prácticas sostenibles, lo que coincide con la oferta de las compañías nacionales. Por lo que, observando la alta demanda de los productores de las Regiones Huetar Norte y Pacífico Central, estas poseen ventajas comparativas, entre ellas la biodiversidad y la imagen verde con la cual muestran a Costa Rica ante el mercado estadounidense.

Los consumidores en Estados Unidos aprecian no solo la efectividad y seguridad de los cosméticos naturales, sino que también que estos sean elaborados bajo prácticas sostenibles y libres de químicos dañinos. Con el fin de responder a estas exigencias, las empresas costarricenses han decidido comenzar a invertir en certificaciones internacionales y en regulaciones sanitarias, las cuales respalden la calidad, trazabilidad y sostenibilidad de sus productos, lo que favorece la confianza del consumidor y facilita el acceso a un mercado altamente competitivo.

Estas certificaciones funcionan como distintivos de confianza, los cuales aseguran que los cosméticos naturales sean elaborados bajo estrictos criterios ambientales, éticos y de seguridad sanitaria, ya que la incorporación de estos sistemas de requisitos no solo facilita el acceso de las empresas costarricenses al mercado estadounidense, sino que también refuerza la reputación de los productos nacionales, posicionándolos como una de las alternativas más confiables y que estén diferenciadas frente a los otros proveedores internacionales.

En el caso del desconocimiento sobre los procesos de exportación de cosméticos surgen como otro hallazgo importante, ya que los requisitos técnicos y regulatorios que son exigidos por el mercado estadounidense, tales como el registro sanitario, el etiquetado, las normas de empaque y las pruebas de estabilidad, representan un obstáculo cuando no se cuenta con información clara

ni con un acompañamiento especializado, por lo que de acuerdo con este aspecto esto limita particularmente a las pequeñas y medianas empresas, las que no siempre disponen de recursos financieros ni de capital humano capacitado para poder gestionar dichos procedimientos.

A pesar de la oportunidad que representa la demanda internacional, las empresas enfrentan desafíos en relación con los costos logísticos y el costo de envío, ya que estos son factores recurrentes determinado como una limitante para competir. Al igual que sucede con otros sectores de exportación en Costa Rica, los costos estas asociados hacia el transporte marítimo y aéreo, la consolidación de carga y la gestión de la cadena de suministro la cual impacta directamente al precio final de los productos, lo que genera desventajas frente a competidores de mayor escala, capaces de negociar mejores tarifas logísticas.

Para hacer frente a estos desafíos las empresas han adoptado estrategias de producción que se adapten e incluyan el uso de prácticas agrícolas sostenibles, fortaleciendo el encadenamiento con productores locales y en donde la inversión en tecnologías las cuales permiten estandarizar los procesos de extracción y conservación de los ingredientes naturales. En donde tales iniciativas buscan reducir el impacto de factores climáticos y de disponibilidad estacional en el proceso de producción de insumos, con el fin de asegurar una oferta constante y de cumplir con las exigencias regulatorios del mercado estadounidense.

De esta manera, las empresas productoras logran preservar la calidad de sus productos y al mismo tiempo, sostener un modelo de producción que se encuentre alineado con las tendencias globales de sostenibilidad. La logística constituye otro de los principales retos en el proceso de exportación de cosméticos naturales, dado a que este mercado requiere de un transporte eficiente el cual garantice la estabilidad, inocuidad y vida útil de los productos. Ya que las empresas costarricenses deben de enfrentarse a ciertas limitaciones como lo son los altos costos de envío, la necesidad de cumplir con estrictas normas de embalaje y etiquetado, así como la gestión de tiempos en tránsito las cuales no afectan la calidad del cosmético.

Tomando en cuenta estos obstáculos, las empresas siempre han buscado soluciones mediante la consolidación de carga, la negociación con operadores logísticos especializados en las

Regiones Huetar Norte y Pacifico Central y la implementación de empaques innovadores los cuales protejan la integridad de los cosméticos durante todo su traslado hacia los puertos o aeropuertos pertinentes, por lo que estas acciones le permiten a los exportadores enfrentar las restricciones del transporte internacional y facilitándoles el acceso hacia un mercado más altamente competitivo como lo es el estadounidense.

La competencia internacional es un desafío constante para los productores de estas zonas ya que en el mercado existen muchos mercados sumamente competitivos los cuales poseen un mayor volumen de producción y de economía a escala, lo le permite al mercado costarricense poder acceder a tarifas logísticas más competitivas, haciéndole frente a ello, en donde las empresas deben de aportar por la diferenciación que está basada en la calidad, la innovación en formulaciones y el valor agregado el cual proporciona la imagen del país que se encuentra asociada a la sostenibilidad emitida por Costa Rica.

No obstante, la exportación de cosméticos naturales hacia Estados Unidos presenta un panorama dual, en donde por un lado exista una demanda creciente y favorable el cual reconoce el valor de los productos costarricenses y por otro lado se muestre una persistencia con respecto a los retos estructurales relacionado con los costos logísticos, el desconocimiento normativo y la necesidad de garantizar estabilidad y calidad, hacia los clientes los cuales coinciden en que el futuro del sector cosmético depende de una estrategia integral la cual combine una inversión en innovación, capacitación técnica y eficiencia logística y un posicionamiento solido de las mercancías internacionales.

CAPITULO V: CONLUCIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Se determina que las exportaciones de cosméticos naturales hacia Estados Unidos han mantenido un crecimiento competitivo mediante las estrategias de diferenciación y sostenibilidad, cumpliendo con los estándares de calidad e inocuidad que son exigidos dentro de este mercado, lo cual ha permitido consolidar la imagen del producto costarricense en el sector internacional.

Además, se concluye que la correcta clasificación arancelaria garantiza un ingreso más eficiente al mercado estadounidense, aunque los errores en esta clasificación pueden generar retrasos o sanciones comerciales significativas.

Se recalca la importancia de las regulaciones de la FDA y de otras normativas específicas, las cuales contribuyen a la seguridad del consumidor; no obstante, su cumplimiento implica costos adicionales y que se lleven a cabo procesos administrativos más complejos para los exportadores.

En definitiva, conocer y aplicar los requisitos arancelarios que permiten a las empresas poder planificar mejor la estrategia acorde con el proceso de exportación; pese a ello, la falta de asesoría profesional sigue siendo uno de los obstáculos para muchas de las empresas productoras de cosméticos naturales.

Se determina que el cumplimiento de los requisitos fortalece la competitividad y la reputación de los cosméticos costarricenses en Estados Unidos; aunque, alcanzar estos cumplimientos requiere de inversión y de una capacitación constante por parte de los exportadores.

Se concluye que las empresas exportadoras de cosméticos naturales en Costa Rica llegan a implementar programas de capacitación continua sobre la normativa arancelaria y los requisitos regulatorios de Estados Unidos; aunque, esto permitiría reducir errores dentro de la clasificación de productos y optimizaría el tiempo y los costos de exportación.

Se determina que el proceso logístico para exportar cosméticos naturales exige de una coordinación eficiente en el transporte, almacenamiento y distribución; sin embargo, la limitada infraestructura en ciertas regiones del país llega a complicar la fluidez de dichas operaciones.

Se concluye que la utilización de transportes marítimos y aéreos permite poder adaptar la logística a la naturaleza del producto y adecuándola a la demanda ofrecida por el mercado; aunque los costos de envío representan una barrera significativa hacia los exportadores.

Se establece que la gestión dentro de la cadena de suministro asegura que los cosméticos lleguen en condiciones óptimas a su destino; no obstante, la falta de planificación ante algunos imprevistos puede generar retrasos y pérdidas económicas.

Con base en la implementación de nuevas tecnologías en trazabilidad y control logístico, las cuales favorecen la eficiencia y la transparencia dentro del proceso; sin embargo, muchas pequeñas empresas carecen de acceso a estas herramientas por limitaciones financieras.

Se concluye que la identificación correcta en el proceso logístico contribuye a la competitividad dentro del mercado estadounidense; aunque, el desconocimiento sobre regulaciones y procedimientos aduaneros continúa siendo un desafío para varios de los exportadores.

Con base a lo analizado, las empresas implementan sistemas de planificación logística y trazabilidad adaptados a los distintos medios de transporte; no obstante, esto les permitirá poder garantizar la conservación y calidad de los cosméticos naturales durante todo el proceso de exportación, pese a las limitaciones de infraestructura y costos elevados.

Se destaca que las empresas exportadoras de cosméticos naturales de la Región Huetaar Norte y Pacífico Central enfrentan limitaciones logísticas, esto debido a la infraestructura vial insuficiente; sin embargo, algunos exportadores han logrado optimizar rutas internas para así poder minimizar los retrasos.

Se concluye que, en la Región Pacífico Central, la disponibilidad limitada de transporte especializado afecta la eficiencia en la exportación; aunque las compañías que únicamente consolidan su carga logran reducir parcialmente los costos y tiempos de traslado de los productos.

Se establece que la falta de acceso a almacenamiento con condiciones controladas y óptimas impacta la conservación de los productos; no obstante, algunos productores implementan soluciones temporales mediante empaques y refrigeración especializada.

Se destaca que los altos costos en el transporte marítimo y aéreo representan un desafío constante para las PYMES de ambas regiones; sin embargo, la planificación anticipada y la colaboración con los operadores logísticos permiten mitigar estos efectos.

Se determina que el desconocimiento sobre las regulaciones aduaneras y la documentación requerida limita la eficiencia exportadora; aunque, la capacitación y asesoría externa han permitido que ciertas empresas cumplan con los requisitos y mejoren su competitividad.

En definitiva, la industria de cosméticos naturales ha promovido el crecimiento económico y la generación de empleo en las Regiones Huetar Norte y Pacífico Central, contribuyendo de forma significativa al desarrollo local y al fortalecimiento de la actividad de pequeñas y medianas empresas productoras.

Cabe mencionar que asegurar la sostenibilidad a largo plazo del sector de cosméticos naturales en el mercado estadounidense requiere de un esfuerzo continuo en innovación, adopción de tecnologías adecuadas y de la implementación de prácticas de producción responsable con el medio ambiente.

Por último, en relación con la pregunta del planteamiento del problema, se concluye que las empresas productoras de cosmético naturales en las Regiones Huetar Norte y Pacífico Central, durante el año 2024 y el primer trimestre del 2025, enfrentan desafíos logísticos críticos los cuales influyen a la limitada infraestructura, altos costos de transporte marítimo y aéreo y la necesidad de mantener condiciones de almacenamiento controladas para así preservar la calidad de los

productos. Sin embargo, algunas empresas han logrado mantener su competitividad mediante estrategias de consolidación de carga, planificación anticipada y colaboración con operadores logísticos. A pesar de esto, la falta de conocimientos sobre procedimientos aduaneros y la variabilidad en la disponibilidad de transporte especializado representan desafíos que requieren de una innovación continua, capacitación empresarial y apoyo para poder ser superados.

Recomendaciones

Se recomienda a las empresas productoras y exportadoras de cosméticos naturales de las Regiones Huetar Norte y Pacífico Central fortalecer sus capacitaciones en temas de logística internacional, requisitos documentales y aduaneros. Esta acción les permitirá optimizar los procesos operativos, reducir errores en los trámites y mejorar la eficiencia en la cadena logística, beneficiando tanto a los productores como a los compradores internacionales.

Incentivar a los productores y exportadores de cosméticos naturales a destinar presupuestos específicos para la incorporación progresiva de tecnologías avanzadas en los procesos de producción y control de calidad. Esta inversión permitiría mejorar la eficiencia operativa, garantizar la excelencia del producto y fortalecer la competitividad de los cosméticos costarricenses en el mercado estadounidense.

Se sugiere establecer alianzas estratégicas con operadores logísticos y agentes aduanales especializados en el manejo de productos cosméticos, ya que facilitarían el proceso de negociación ante mejores tarifas, garantizando el cumplimiento de las normativas internacionales y permitiendo el manejo más eficiente del transporte y almacenamiento, beneficiando directamente a las pequeñas y medianas empresas exportadoras.

Se recomienda al Ministerio de Comercio Exterior, por medio de la Dirección de Exportaciones y a Procomer, por medio de su Dirección de Encadenamientos y Asesoría al Exportador desarrollar programas de apoyo logístico y comercial los cuales impulsen la creación de centros de acopio y exportación de las Regiones Huetar Norte y Pacífico Central, que contribuirán a disminuir los costos internos de transporte, mejorar la consolidación de carga y facilitar la coordinación acorde con los puntos de salida del país.

Se aconseja a los productores promover una mayor participación de las empresas costarricenses en ferias internacionales, misiones comerciales y plataformas digitales, con el acompañamiento de instituciones como lo son Procomer y CINDE, las que permitirán posicionar los cosméticos naturales en nuevos nichos de mercados, aumentar el reconocimiento de la marca país y fortalecer la competitividad del sector a nivel internacional.

Se sugiere a las gerencias y departamentos de control de calidad de las empresas exportadoras de cosméticos naturales, fortalecer el uso de certificaciones internacionales de calidad y sostenibilidad que diferencien los productos costarricenses, así brindándole a la marca y al producto un mayor valor agregado, mejor posicionamiento y una mayor aceptación en los mercados internacionales.

Se recomienda a las empresas del sector de cosméticos naturales invertir en el desarrollo socioeconómico de las comunidades proveedoras de materias primas y en la capacitación de sus colaboradores. Estas inversiones favorecerán el crecimiento económico local, incrementando el bienestar de las comunidades y fortalecerán el compromiso social y ambiental de las empresas exportadoras, contribuyendo a una cadena de valor más equitativa y sostenible.

Fomentar prácticas productivas sostenibles y responsables con el ambiente, mediante el uso eficiente de recursos, la reducción de residuos y la adopción de ingredientes naturales certificados. Estas acciones permitirán mitigar el impacto ambiental y asegurar la sostenibilidad del sector a un largo plazo, lo cual es fundamental para mantener la competitividad y la permanencia dentro de los mercados internacionales.

Se les sugiere a las empresas exportadoras de cosméticos naturales de la Región Huetar Norte y Pacífico Central coordinar con las instituciones gubernamentales competentes para poder optimizar la infraestructura logística y los procesos de transporte. Esto permitirá una exportación mucho más ágil y eficiente, fortaleciendo la competitividad internacional de los productos cosméticos costarricenses y garantizando su mejor cumplimiento de los plazos de entrega hacia el mercado estadounidense.

Se insta a las cámaras empresariales y asociados del sector cosmético a desarrollar programas de apoyo dirigidos a las pequeñas y medianas empresas productoras. Estos programas podrían incluir acceso a financiamiento, asesoría técnica y capacitación en normativas internacionales, con el objetivo de mejorar la productividad, la calidad del producto y el acceso a mercados internacionales altamente competitivos.

Fortalecer las capacidades del sector de cosméticos naturales mediante programas de capacitación en procedimientos aduaneros y gestión logística internacional, con el propósito de reducir errores operativos y optimizar los procesos de exportación. Para ellos, se sugiere la participación del Ministerio de Comercio Exterior (COMEX) y Procomer, a través de talleres, asesorías y acompañamientos técnicos dirigidos a los productores y exportadores.

Se recomienda al Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), por medio de la Dirección General de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (DIGEPYME) fomentar políticas las cuales impulsen la eficiencia, innovación y sostenibilidad dentro del sector de cosméticos naturales. Estas acciones permitirán fortalecer la capacidad exportadora del país y posicionar a Costa Rica como un referente regional en la producción y comercialización de cosméticos sostenibles y de alta calidad.

Se sugiere a las autoridades y organismos competentes, como lo son el MEIC a través de la Dirección General de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (DIGEPYME), Comex mediante la Dirección de Exportaciones y la Dirección de Negociaciones Comerciales Internacionales, Banco Central de Costa Rica (BCCR) por medio de su Departamento de Estudios Económicos y la División de Análisis y Política Monetaria y Procomer a través de la Dirección de Inteligencia Comercial, diseñar mecanismos que promuevan la estabilidad del sector exportador costarricense. Esto permitiría mitigar el impacto de la volatilidad de los precios internacionales y de los costos logísticos, protegiendo la rentabilidad de las empresas productoras y exportadoras de cosméticos naturales, y asegurando mejores condiciones para mantener su competitividad en el mercado estadounidense.

Se les sugiere a los productores de cosméticos naturales incentivar prácticas sostenibles en los procesos de producción, con el propósito de disminuir el impacto ambiental derivado del uso de recursos naturales y residuos industriales. Esto contribuirá a fortalecer la resiliencia ambiental del sector y, a nivel social, mejorará la calidad de vida de las comunidades proveedoras al promover empleos sostenibles y una gestión responsable de recursos.

Se aconseja al Ministerio de Comercio Exterior (COMEX), por medio de la Dirección de Exportaciones y Dirección de Negociaciones Comerciales, y al Ministerio de Salud, mediante la Dirección de Regulación de Productos de interés Sanitario (DRPIS) a coordinar esfuerzos para garantizar que las prácticas de producción, envasado y exportación del sector cosmético cumplan con las normativas internacionales y con los requisitos específicos emitidos por el mercado estadounidense. Esta coordinación permitirá mantener la credibilidad del producto costarricense y asegurar su permanencia en mercados altamente competitivos.

Se recomienda a las empresas exportadoras de cosméticos naturales a explorar e investigar oportunidades de ingreso de nuevos mercados internacionales, más allá de Estados Unidos. Esta estrategia favorecerá la diversificación de destinos de exportación, reducirá la dependencia de un solo mercado y fortalecerá la resiliencia económica del sector ante posibles cambios en las condiciones comerciales globales.

Se sugiere a la Dirección General de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (DIGEPYME), junto con la Dirección de Exportación y la Dirección de Promoción Comercial promover un mayor apoyo gubernamental en programas de capacitación dirigidos a los productores y exportadores de cosméticos naturales, así como en el desarrollo de infraestructura estratégica que facilite la movilización y el almacenamiento de los productos. Este respaldo fortalecerá las capacidades empresariales y contribuirá a un proceso logístico más eficiente en las regiones.

Se recomienda a los exportadores de cosméticos y a las cámaras del sector industrial fortalecer sus programas de responsabilidad social mediante iniciativas que promuevan el desarrollo comunitario. Estas acciones pueden incluir la mejora de la infraestructura local, la

implementación de programas educativos y el apoyo a la salud y bienestar de las comunidades vinculadas con la producción, contribuyendo así a un desarrollo más equitativo y sostenible.

Se insta al Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), a través de la Dirección de Mejora Regulatoria en colaboración con los gobiernos locales y empresas de las Regiones Huetar Norte y Pacífico Central, a impulsar proyectos que fomenten el desarrollo integral en las zonas productoras de materias primas naturales. Estos proyectos podrían contemplar programas de capacitación técnica para emprendedores locales, así como el acceso a financiamiento que estimule la innovación, la sostenibilidad y la generación de empleo en las comunidades rurales.

Se recomienda a las empresas productoras y exportadoras de cosméticos naturales, en coordinación con las entidades gubernamentales, impulsar la mejora de la infraestructura y los servicios logísticos en las Regiones Huetar Norte y Pacífico Central. El fortalecimiento de carreteras, centros de acopio, sistemas de transporte y conectividad portuaria es fundamental para reducir los costos operativos, agilizar los tiempos de exportación y aumentar la eficiencia del proceso logístico.

Se sugiere a las empresas exportadoras de cosméticos naturales de la Región Huetar Norte y Pacífico Central fortalecer la diversificación de mercados y promover la innovación constante en los procesos productivos y logísticos, mediante el acompañamiento gubernamental enfocado en la mejora de la infraestructura, la capacitación técnica y el acceso a tecnologías sostenibles. Estas acciones permitirán a las empresas enfrentar los desafíos económicos y de competitividad internacional, asegurando la estabilidad del sector y posicionando los cosméticos costarricenses como productos de alta calidad y sostenibilidad en los mercados globales.

Referencias

Montoya y Espinoza (2023) Plan exportador cosmético natural. Recuperado de <https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/d06aafe0-8b06-46e5-9e4f-f01948bca4dd/content>

Marxuri y Ruiz (2021) Plan de exportación de la microempresa productos cosméticos naturales Martha Rúaes hacia Chile. Recuperado de <https://repositorio.uotavalo.edu.ec/server/api/core/bitstreams/f4db7fd7-b7b4-4d36-a97b-d79e916f766c/content>

Galliani y Roque (2021) La comercialización de productos cosméticos y cuidado personal de alta gama en Huancayo. Recuperado de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10247/1/IV_PG_MBA_TI_Galliani_Roque_2021.pdf

Duque y Becerra (2020) Plan de marketing internacional para productos cosméticos que optimice el canal de distribución en Estados Unidos. Recuperado de <https://repository.icesi.edu.co/server/api/core/bitstreams/41abc53e-45a0-46d5-bd6c-63f3e3e7fa8a/content>

Bolaños, Kopper, Morales y Zúñiga (2022) Propuesta de un plan de mercadeo para la comercialización de la línea cosmética natural de Toque Natural Ltda. en la Gran Área Metropolitana. Recuperado de <file:///C:/Users/pc/Downloads/47327.pdf>

Badilla y Tencio (2020) Propuesta de plan estratégico de mercadeo para la comercialización de la línea natural de cuidado facial para la marca Bilka, de la compañía Arpha Cosmetics, en la Gran Área Metropolitana. Recuperado de <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/server/api/core/bitstreams/c872a249-5d10-49f7-9601-938db326bdc2/content>

Agüero (2017) Oportunidades de mercado a Centroamérica para la exportación de productos de cuidado personal para el sector Pymes a enero del año 2017. Recuperado de <http://repositorio.uia.ac.cr:8080/server/api/core/bitstreams/796a7e7a-8186-492f-b5ad-b10788eb7141/content>

Acuña, Jiménez y Víquez (2024) La metodología del estándar internacional al Cosmos para la certificación de la calidad de la producción de cosméticos naturales. Caso de jabones naturales de la empresa Titicare. Recuperado de <https://repositorio.una.ac.cr/server/api/core/bitstreams/70cfa9c3-de1c-4360-83df-d07f73b169c3/content>

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixta. Recuperado de https://e-campus.uia.ac.cr/pluginfile.php/615550/mod_resource/content/1/HERN%C3%81NDEZ%20Y%20MENDOZA.pdf

Universidad Alfonso Sabio UAX. (2024). ¿Qué es el Comercio Internacional? El pilar de las Relaciones Internacionales. Recuperado de <https://www.uax.com/blog/que-es-el-comercio-internacional#:~:text=el%20comercio%20global,-.Ventajas%20del%20comercio%20internacional, reducir%20los%20conflictos%20entre%20naciones>.

Suriaga & Hidalgo (2021). Pinceladas del Comercio Internacional. Recuperado de <file:///C:/Users/pc/Downloads/142-Texto%20del%20art%C3%ADculo-359-1-10-20211229.pdf>

European Business School EUDE (2023). ¿Qué beneficios económicos tiene abrirse al comercio internacional? Recuperado de <https://www.eude.es/blog/que-beneficios-economicos-tiene-abrirse-al-comercio-internacional-especializate-con-eude/>

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo y la Organización de Naciones Unidas (2025). El comercio internacional alcanza un récord de 33 millones de dólares en 2024, impulsado por servicios y economías en desarrollo. Recuperado de

[https://unctad.org/es/news/el-comercio-mundial-alcanzo-un-record-de-33-billones-de-dolares-en-2024-impulsado%20por#:~:text=El%20comercio%20mundial%20alcanz%C3%B3%20un,ONU%20Comercio%20y%20Desarrollo%20\(UNCTAD\)](https://unctad.org/es/news/el-comercio-mundial-alcanzo-un-record-de-33-billones-de-dolares-en-2024-impulsado%20por#:~:text=El%20comercio%20mundial%20alcanz%C3%B3%20un,ONU%20Comercio%20y%20Desarrollo%20(UNCTAD))

Montes de Oca (2025) Exportación: Que es, importancia e historia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>

Procomer (2024) Costa Rica es el exportador #1 de dispositivos médicos, piña y jugo de piña en diferentes mercados. Recuperado de <https://procomer.com/costa-rica-es-el-exportador-1-de-dispositivos-medicos-pina-y-jugo-de-pina-en-diferentes-mercados/#:~:text=7%20octubre%202024-.Costa%20Rica%20es%20el%20exportador%20%231%20de%20dispositivos%20m%C3%A9dicos%20pi%C3%B1a,entre%20los%20bienes%20mejor%20posicionados.>

El economista (2024) Exportaciones de Costa Rica crecen 15.5% impulsadas por dispositivos. Recuperada de <https://www.eleconomista.net/economia/Exportaciones-de-Costa-Rica-crecen-15.5-impulsadas-por-dispositivos-20240124-0006.html>

Procomer (2021) Procomer realiza estudio para caracterizar la oferta de productos de higiene y cuidado personal en el país. Recuperado de <https://procomer.com/procomer-realiza-estudio-para-caracterizar-la-oferta-de-productos-de-higiene-y-cuidado-personal-en-el-pais/>

Food and Drug Administration (FDA) (2022) Ingredientes prohibidos y restringidos en cosméticos. Recuperado de <https://www.fda.gov/cosmetics/cosmetics-laws-regulations/prohibited-restricted-ingredients-cosmetics>

Food and Drug Administration (FDA) (2025) Registro y listado de instalaciones y productos cosméticos. Recuperado de <https://www.fda.gov/cosmetics/registration-listing-cosmetic-product-facilities-and-products>

Dean García & Margarita Cruz et. Al (2009) Tratado de Libre Comercio Centroamérica, Estados Unidos y República dominicana. Recuperado de

https://www.uned.ac.cr/ocex/images/stories/dmdocuments/documento%20explicativo%20cafta%20dr_mific.pdf

Volca Freight Forwarder (2022) ¿Qué es el BL o Bill of Lading? Recuperado de <https://volca.com/que-es-el-bill-of-lading-en-la-logstica/>

Drip Capital (2022) Factura Comercial, Definición, formato, ejemplo y para qué sirve. Recuperado de <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/factura-comercial>

Drip Central (2022) ¿Qué es y para qué sirve el Air Waybill? Recuperado de <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/air-waybill-que-es>

Drip Central (2022) Lista de Empaque, definición, formato, elementos e importancia. Recuperado de <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/lista-de-empaque-packing-list>

Drip Central (2022) Formulario 7512 de la CBP: Entrada de transporte y manifiesto de mercancías. Recuperado de <https://www.dripcapital.com/en-us/resources/blog/cbp-form-7512>

Drip Central (2022) Que son los Aranceles. Recuperado de <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/finanzas-guias/que-son-los-aranceles-impuestos>

U.S FOOD & DRUG (2022) Ingredientes prohibidos y restringidos en cosméticos. Recuperado de <https://www.fda.gov/cosmetics/cosmetics-laws-regulations/prohibited-restricted-ingredients-cosmetics>

MECALUX (2023) Proceso Logísticos. Recuperado de <https://www.mecalux.com.mx/blog/procesos-logisticos#:~:text=al%20cliente%20final.-%20BFQu%20son%20los%20procesos%20log%20sticos?,includo%20el%20traspaso%20de%20informaci%20B3n>.

Embajada de Estados Unidos (2022) Recuperado de <https://cr.usembassy.gov/es/business-es/>

Food and Drug Administration (FDA) (2022) Importadores de Cosméticos. Recuperado de <https://www.fda.gov/cosmetics/cosmetics-international-activities/cosmetics-importers>

Ministerio de Comercio Exterior (COMEX) TLC Centroamérica- República Dominicana – Estados Unidos (CAFTA-DR). Recuperado de <https://www.comex.go.cr/tratados/cafta-dr/>

Trading Economics (2024) Importaciones de Estados Unidos desde Costa Rica de aceites esenciales, perfumes, cosméticos, artículos de tocador. Recuperado de <https://tradingeconomics.com/united-states/imports/costa-rica/essential-oils-perfumes-cosmetics-toileteries>

Procomer (2024) Procomer presenta perfil de región Huetar Norte para incentivar oportunidades de inversión. Recuperado de <https://procomer.com/procomer-presenta-perfil-de-region-huetar-norte-para-incentivar-oportunidades-de-inversion/>

INEC (2021) Desafíos de la Región Huetar Norte. Recuperado por [https://inec.cr/wwwisis/documentos/PEN/Informes_PEN/Informes%20Estado%20de%20la%20Nacion/D.Cuarto%20Informe%20\(1998\)/D%20CapEspecial%20IV.pdf](https://inec.cr/wwwisis/documentos/PEN/Informes_PEN/Informes%20Estado%20de%20la%20Nacion/D.Cuarto%20Informe%20(1998)/D%20CapEspecial%20IV.pdf)

El Observador (2025) Costa Rica redibujara el mapa de sus regiones, luego de 50 años sin cambios. Recuperado de <https://observador.cr/regiones-socioeconomicas-de-costa-rica-tendran-nuevo-mapa/>

Universidad de Costa Rica (2025) El Pacífico Central es una región con grandes desafíos sociales. Recuperado de <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2025/3/21/el-pacifico-central-es-una-region-con-grandes-desafios-sociales.html#:~:text=El%20Pac%3%ADfico%20Central%20costarricense%20es%20una%20zona,de%20las%20principales%20zonas%20urbanas%20del%20pa%3%ADs.>

Procomer (2024) Procomer visita empresas de maricultura en la región Pacífico Central. Recuperado de <https://procomer.com/procomer-visita-empresas-de-maricultura-en-la-region-pacifico-central>

TEC (2025) Costa Rica cuenta con Estudio Nacional de logística: Un paso hacia la competitividad global y sostenibilidad. Recuperado de <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/2025/07/24/costa-rica-cuenta-estudio-nacional-logistica-paso-competitividad-global-sostenibilidad#:~:text=La%20infraestructura%20vial%2C%20portuaria%20y,resultando%20en%20p%C3%A9rdida%20de%20competitividad.>

Chacón (2025) ¿Cuáles son los hallazgos y desafíos que presenta el Estudio Nacional de Logística? Recuperado de <https://crhoy.com/cuales-son-los-hallazgos-y-desafios-que-presento-el-estudio-nacional-de-logistica>

Alcántara (2024) Cosmética natural, tendencia que se consolida. Recuperado de <https://www.perfumeriamoderna.com/tendencias/cosmetica-natural-tendencia-que-se-consolida-en-el-mercado/#:~:text=El%20crecimiento%20de%20la%20cosm%C3%A9tica%20natural%20se,los%2059%2C000%20millones%20de%20d%C3%B3lares%2C%20seg%C3%BAn%20Statista.>

Airpharm (2024) Como se transportan los productos cosméticos. Recuperado de <https://airpharm.com/blog/como-transportar-productos-cosmeticos/>

APENDICE

Anexos

Título:

Análisis del proceso logístico de exportación de productos cosméticos naturales de la Región Huetar Norte y Pacífico Central hacia Estados Unidos para el año 2024 y el primer trimestre del 2025.

Empresa en la que trabaja: _____

Puesto de trabajo que ejecuta: _____

1. ¿Qué regulaciones arancelarias se aplican actualmente a los productos cosméticos naturales costarricenses que ingresan al mercado estadounidense?
2. ¿Cuáles son los principales documentos exigidos por las autoridades estadounidenses para el ingreso de cosméticos naturales?
3. ¿Qué criterios utiliza la aduana estadounidense para considerar un producto como “cosmético natural”?
4. ¿Qué ingredientes o componentes naturales pueden generar requisitos adicionales para el ingreso a Estados Unidos?
5. ¿Qué experiencias han tenido los exportadores o usted como exportador con el cumplimiento de las normas de etiquetado exigidas por Estados Unidos?
6. ¿Cuál es el proceso logístico que siguen actualmente las empresas para exportar cosméticos naturales desde Costa Rica hacia Estados Unidos?
7. ¿Qué medios de transporte son comúnmente utilizados para esta exportación?

8. ¿Qué costos logísticos resultan más significativos en la exportación de cosméticos naturales a Estados Unidos?
9. ¿Cómo ha variado el costo del transporte internacional entre 2024 y el primer trimestre del 2025?
10. ¿Qué estrategia logística utilizan las empresas para reducir los costos de exportación?
11. ¿Cómo afecta la estacionalidad o la demanda del mercado estadounidense al proceso logístico de exportación?
12. ¿Qué barreras logísticas enfrentan las empresas de estas regiones al momento de exportar sus productos?
13. ¿Cómo impacta la infraestructura portuaria o aeroportuaria en los costos logísticos?
14. ¿Qué limitaciones enfrentan las pequeñas y medianas empresas (Pymes) del sector cosmético natural en términos de acceso a servicios logísticos?
15. ¿Cuáles son las principales dificultades relacionadas con el almacenamiento de productos cosméticos naturales antes de su exportación?