

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2011

Perfil de Producto-Mercado

**Perfil de mercado de
franquicias en
Centroamérica:
Costa Rica**



prom
perú

Presentación

En 1995, la Organización Mundial del Comercio – OMC y sus países miembros, entre los que se encuentra Perú, redactaron los principios y definiciones del comercio de servicios. Estos se plasmaron en el Acuerdo General del Comercio de Servicios – AGCS.

Desde el año 2004, PROMPERU ha apostado por este importante sector, a través del **Programa de Promoción de Exportación de Servicios**. Este ha permitido obtener logros importantes relacionados con la organización y caracterización de la oferta exportable, la competitividad de las empresas del sector, la generación de una institucionalidad especializada, la promoción internacional de la oferta a través de las marcas sectoriales, calidad, entre otros.

Los resultados favorables y el buen desempeño de las empresas a nivel internacional fueron la base para que el gobierno peruano promulgue la Ley Nro. 29646¹ “Ley de Fomento del Comercio Exterior de Servicios”. Con esta ley, vigente desde el 31 de diciembre de 2010, Perú expresa su voluntad de desarrollar este importante sector y lo declara de interés nacional.

En la actualidad los países con estructuras de costos elevadas están más que propensos a deslocalizar servicios hacia mercados en los cuales puedan reducir costos y aprovechar la presencia de empresas internacionales especializadas en los mismos; al mismo tiempo que mantienen sus actuales mercados. Así, en el año 2010, el comercio mundial de servicios alcanza los US\$ 3,800 miles de millones y representa el 20% del comercio mundial.

En el Perú, el comercio de servicios toma cada vez un mayor protagonismo, al haberse convertido en una importante fuente de generación de empleo y divisas. Adicionalmente, contribuye de manera importante en el PBI e incentiva la inversión privada. El comercio de servicios en Perú totalizó US\$ 3,956 millones en 2010.

En este marco, PROMPERU pone a disposición de la comunidad empresarial el **Perfil del mercado de Franquicias en Centroamérica – Costa Rica**, el cual ofrece información relacionada con las características del mercado, los aspectos legales y tributarios, la inversión extranjera, el acceso al mercado, así como los diferentes acuerdos comerciales que este tiene con terceros países. Esperamos que esta publicación, le permita a usted, señor Empresario, contar con los elementos necesarios para diseñar una estrategia de negocios y le permita realizar un adecuado plan de exportación de servicios.

Departamento de Exportación de Servicios

¹ <http://www.congreso.gob.pe/ntley/Imagenes/Leyes/29646.pdf>

ÍNDICE

Resumen Ejecutivo	6
I. Costa Rica	
1. Información del entorno macro	7
1.1 Factores Económicos	8
1.1.1 Indicadores macroeconómicos	8
1.1.2 Análisis del Sector Servicios	11
1.1.3 Distribución del gasto	13
1.1.4 Balanza Comercial Bilateral Perú – Costa Rica	14
1.1.4.1 Comercio Exterior de Guatemala	14
1.1.4.2 Comercio Exterior del Perú	15
1.2 Factores socio - demográficos	18
1.2.1 Estadísticas poblacionales	18
1.2.2 Mapa socioeconómico de Costa Rica	20
2. Mercado de Franquicias en Costa Rica	23
2.1 Composición del mercado	24
2.2 Clasificación por sectores	25
2.3 Clasificación por modalidad de propiedad de los locales	26
2.4 Facturación	29
2.5 Generación de empleo	29
2.6 Rango de Inversión	30
2.7 Regalías	31
2.8 Promoción y publicidad	31
2.9 Principales consultoras de franquicias	32
3. Aspectos Legales	33
3.1 Requisitos de marca comercial	33
3.2 Marco legal para la inversión extranjera	35
3.3 Régimen Tributario	36
3.3.1 Impuesto a la Renta –ISR	37
3.3.2 Impuesto Único sobre Inmuebles –IUSI	37
3.3.3 Impuesto de Traspaso de Vehículos, Aeronaves y Embarcaciones	37
3.3.4 Impuesto especial sobre bancos y entidades financieras no domiciliadas	37
3.3.5 Impuesto General sobre las Ventas	37
3.3.6 Impuesto Selectivo de Consumo	38
3.3.7 Retenciones en la fuente	38
3.3.8 Impuesto específico sobre bebidas alcohólicas	39
3.3.9 Impuestos sobre bebidas no alcohólicas y jabón de tocador	40
3.3.10 Impuesto único sobre combustibles	40
3.3.11 Transacciones Financieras	41
3.4 Impuesto al valor agregado	41
3.5 Regulaciones y normas	42
3.6 Modelación: Base Imponible y cálculo del impuesto adicional para remesas	43
3.7 Desarrollo de Negocios	44
3.7.1 Apertura de negocio	45
3.7.2 Manejo de permisos de construcción	47
3.7.3 Contrato de trabajadores	49
3.7.4 Registro de propiedades	51
3.7.5 Cumplimiento de contrato	53
3.7.6 Cierre de una empresa	54
3.7.7 Protección de los inversores	56
4. Acceso al mercado	58
4.1 Acuerdos Comerciales	59
4.2 Flujo de Inversiones entre Colombia y Perú	61
5. Tendencias	63
6. Conclusiones	64

7. Bibliografía

66

Cuadros

Cuadro 1: Principales indicadores macroeconómicos 2007 – 2009 en Costa Rica
Cuadro 2: Evolución del Comercio Exterior de Costa Rica
Cuadro 3: Intercambio Comercial Perú – Costa Rica
Cuadro 4: Evolución de las Exportaciones Tradicionales y No Tradicionales de Perú a Costa Rica
Cuadro 5: Ranking de productos peruanos no tradicionales exportados a Costa Rica
Cuadro 6: Quintiles de Ingreso per cápita en Costa Rica
Cuadro 7: Características de los hogares en Costa Rica
Cuadro 8: Características de las personas en Costa Rica
Cuadro 9: Sectorización de Franquicias en Costa Rica
Cuadro 10: Generación de Empleo en Costa Rica
Cuadro 11: Rango de inversión: Franquicias de Costa Rica
Cuadro 12: Tasa de impuesto a la Renta a personas jurídicas en Costa Rica
Cuadro 13: Tasa de impuesto a la Renta a personas físicas en Costa Rica
Cuadro 14: Impuesto al salario en Costa Rica
Cuadro 15: Impuesto sobre Remesas al exterior en Costa Rica
Cuadro 16: Impuesto sobre bebidas alcohólicas en Costa Rica
Cuadro 17: Impuesto sobre bebidas no alcohólicas y jabón de tocador en Costa Rica
Cuadro 18: Impuesto sobre combustibles en Costa Rica
Cuadro 19: Caso Pisco Peruano en Costa Rica
Cuadro 20: Indicadores de apertura de un negocio en Costa Rica
Cuadro 21: Evolución de los indicadores de apertura de un negocio en Costa Rica
Cuadro 22: Indicadores de manejo permisos de construcción en Costa Rica
Cuadro 23: Evolución de los indicadores de permisos de construcción en Costa Rica
Cuadro 24: Indicadores de contrato de trabajadores en Costa Rica
Cuadro 25: Evolución de los indicadores de contrato de trabajadores en Costa Rica
Cuadro 26: Indicadores de registro de propiedades en Costa Rica
Cuadro 27: Evolución de los indicadores de registro de propiedades en Costa Rica
Cuadro 28: Indicadores de cumplimiento de contrato en Costa Rica
Cuadro 29: Evolución de los indicadores de cumplimiento de contrato en Costa Rica
Cuadro 30: Indicadores de cierre de una empresa en Costa Rica
Cuadro 31: Evolución de los indicadores de cierre de una empresa en Costa Rica
Cuadro 32: Indicadores de protección a los inversores en Costa Rica
Cuadro 33: Acuerdos comerciales en vigor en Costa Rica
Cuadro 34: Acuerdos comerciales aun no vigentes en Costa Rica
Cuadro 35: Tratados Bilaterales de Inversión en Costa Rica

Gráficos

Gráfico 1: Índice de precios al consumidor en Costa Rica
Gráfico 2: Tipo de cambio nominal en Costa Rica
Gráfico 3: Tasas de interés pasivas netas en dólares a 12 meses plazo en Costa Rica
Gráfico 4: Tasa de interés en dólares en Costa Rica
Gráfico 5: Distribución del Gasto del Consumidor costarricense
Gráfico 6: Evolución del Comercio Exterior de Costa Rica
Gráfico 7: Intercambio comercial del Perú con Costa Rica
Gráfico 8: Estructura de las Exportaciones Tradicionales y No Tradicionales del Perú hacia Costa Rica
Gráfico 9: Exportaciones del Perú hacia Costa Rica por sectores
Gráfico 10: Población Total de Costa Rica
Gráfico 11: Tasa de Ocupación por género en Costa Rica
Gráfico 12: Población ocupada según rama de actividad en Costa Rica
Gráfico 13: Tasa de desempleo abierta en Costa Rica
Gráfico 14: Distribución del Ingreso de los Hogares por Quintiles en Costa Rica
Gráfico 15: Distribución de Franquicias costarricenses por categoría de negocios
Gráfico 16: Empleo en Costa Rica
Gráfico 17: Rangos de inversión en Costa Rica
Gráfico 18: Ranking: Facilidad de hacer negocios en Costa Rica
Gráfico 19: Apertura de un negocio en Costa Rica
Gráfico 20: Apertura de un negocio – Comparación con América Latina con Costa Rica
Gráfico 21: Ranking: Manejo permisos de construcción en Costa Rica
Gráfico 22: Manejo de permisos de construcción – Comparación con América Latina en Costa Rica

Gráfico 23: Ranking: Contrato de trabajadores en Costa Rica

Gráfico 24: Contrato de empleadores – Comparación con América Latina y el Caribe en Costa Rica

Gráfico 25: Ranking: Registro de propiedades en Costa Rica

Gráfico 26: Registro de propiedades – Comparación con América Latina y el Caribe con Costa Rica

Gráfico 27: Ranking: Cumplimiento de contrato en Costa Rica

Gráfico 28: Cumplimiento de contratos – Comparación con América Latina y el Caribe en Costa Rica

Gráfico 29: Ranking: Cierre de una empresa en Costa Rica

Gráfico 30: Cierre de una empresa – Comparación con América Latina y el Caribe con Costa Rica

Gráfico 31: Ranking: Protección de los inversores en Costa Rica

Gráfico 32: Protección de los inversores - Comparación con América Latina y el Caribe con Costa Rica

Gráfico 33: Evolución de la IED en Costa Rica

Gráfico 34: IED en Costa Rica por Sectores de Destino Económico en Costa Rica

Gráfico 35: IED en Costa Rica por países de origen

Ilustraciones

Ilustración 1: Concentración Poblacional en Costa Rica por cantón

Ilustración 2: Regiones Socioeconómicas de Costa Rica

Anexos

Anexo I: Crisis obligó a consumidores a buscar alimentos más baratos

Anexo II: Hogares son más cuidadosos con los gastos de consumo

Resumen Ejecutivo

Costa Rica es un país de Centroamérica. Limita al norte con Nicaragua y al sureste con Panamá. Su territorio es bañado al este por el mar Caribe, en el cual tiene límites marítimos con Nicaragua, Colombia y Panamá y al oeste por el océano Pacífico. Su capital, centro político y económico es San José.

Costa Rica es una de las democracias más consolidadas de América. Es el único país de América Latina incluido en la lista de las 22 democracias más antiguas del mundo.

Costa Rica ocupa el tercer lugar a nivel mundial en la clasificación del índice de desempeño ambiental del 2009. Entre los países de América Latina, Costa Rica ocupa el primer lugar en la clasificación del índice de competitividad turística, y el lugar 42 a nivel mundial. Según el Banco Mundial de Desarrollo Costa Rica es el cuarto exportador de tecnología a nivel mundial detrás de Filipinas, Malasia y Singapur.

Costa Rica ha sufrido una fuerte evolución en su economía, pasando de ser un país eminentemente agrícola a una economía de servicios.

Continúan siendo importantes los ingresos por exportaciones de Costa Rica que proceden de productos agrícolas tradicionales, como lo son el banano, el café, el azúcar, el cacao y la piña. Sin embargo los ingresos provenientes de la exportación de productos no tradicionales, como las flores y los mini vegetales, han superado en gran medida a los anteriores y el sector de servicios ha crecido fuertemente en los últimos años, generando más de 10 mil empleos.

El turismo es la industria con mayor crecimiento y desde inicios de la década de 2000 genera más divisas que cualquiera de los principales productos agrícolas de exportación.

Costa Rica así mismo se ha consagrado como el cuarto exportador mundial de alta tecnología. De esta manera, es el país preferido por muchas multinacionales para situar sus centrales de servicios dentro de la región, destacando Procter & Gamble, Coca-Cola, Intel, Hewlett-Packard, Sykes, Sony, Amazon, Western Union, Baxter, IBM, Oracle, Walmart y Dole.

En el resto de países son escasas las empresas locales que se franquician y suelen ser las empresas extranjeras las que dominan el mercado, dependiendo en muchos casos de establecimientos propios y no de franquicias para ampliar su red. Esta situación contribuye a que las asociaciones de franquicias, si existen, estén enfocadas en captar franquicias extranjeras que requieren altos montos de inversión y descuiden por falta de capacidad la promoción de la franquicia en el mercado local.

El mercado de franquicias en Costa Rica, a pesar de ser un mercado relativamente nuevo, ha tenido una gran penetración, el cual crece a un ritmo del 10% al 15% anual. En el ranking latinoamericano, el segundo mercado es Costa Rica, el crecimiento corriente de las franquicias en Costa Rica es lento, no así el del sector de comidas rápidas que ha sido grande, en donde operan más de 150 franquicias.

Entre los años 2000 - 2009 el crecimiento de las franquicias con capital nacional fue del 28,1%; sin embargo, solo en los últimos cuatro años (2005-2009) fue del 40,9%.

El modelo de franquicias ha permitido a varias empresas nacionales, entre las que se destacan Musmanni, Get Nuts, Pan E Vino y Maridos de Alquiler, expandirse en los mercados extranjeros, sobre todo en Panamá y Nicaragua.

Además, los esfuerzos por unir y hacer crecer el sector, hizo que un grupo de empresas, firmas de abogados y consultores constituyeron la Asociación Costarricense de Franquicias (Acofra) con el fin de promover el desarrollo de este esquema de negocios locales e internacionales, el pasado mes de Febrero de este año.

Según un comunicado emitido por su fiscal, José Andrés Masís, la Asociación busca integrar a franquiciadores, franquiciados, proveedores de bienes y servicios y consultores.

Otro de los objetivos planteados es el de servir como mediadores en conflictos entre estas partes. Entre los integrantes están las firmas Musmanni, Alcazar & Aranday, restaurantes Pane E Vino. Su presidente es Isaac Aparicio Cordero.

I. Costa Rica

1. Información del entorno macro

En Costa Rica se estima que para este año la contracción del PIB real podría ser del orden del 3% al 4%, dependiendo de la fortaleza de la recuperación, superior a la contracción del 1,8% proyectado por la autoridad monetaria. Desde el punto de vista fundamental seguimos considerando que no hay argumentos fuertes para justificar tomar posiciones en colones, a pesar de los marcados signos de moderación en las presiones inflacionarias y con ello en las expectativas de inflación.

Hay varios elementos que inciden en la determinación de la dirección de las tasas de interés. Cabe destacar que la inflación esperada no es el único determinante de las tasas de interés nominales en colones. La expectativa de devaluación, el nivel de las tasas de interés en dólares, así como la necesidad de financiamiento del sector público en el mercado de capitales son algunos de estos. Hemos visto el tipo de cambio prácticamente adherido a la banda superior desde el segundo semestre del 2008, con la excepción de algunos cortos periodos estacionales en los que se presentó una mayor oferta de divisas.

Lo anterior ha generado una caída de las reservas monetarias internacionales, las cuales han disminuido en cerca de \$1.000 millones, desde su máximo nivel alcanzado en el mes de abril del 2008. Esto, a su vez, se ha traducido en una menor liquidez en colones.

El hecho de que el tipo de cambio se ubique cerca de la banda superior ha incrementado la expectativa de depreciación del colón. Esto se puede observar mediante las encuestas mensuales de expectativas de variación del tipo de cambio que realiza el BCCR entre varios expertos.

La última encuesta, correspondiente al mes de mayo, refleja que en promedio los especialistas estiman una depreciación del 7,5% para los próximos 12 meses, menor a la depreciación implícita de la banda.

Sin embargo, se ubica en el nivel máximo desde que comenzaron las encuestas en noviembre del 2006. Consideramos que el desequilibrio de la cuenta corriente de balanza de pagos podría resultar menor este año. Como las fuentes de financiamiento podrían ser escasas, no se vislumbran alternativas seguras para su financiamiento. Además, la reversión en el comportamiento de los precios del petróleo y las materias primas podría redundar en resultados menos alentadores, tanto en materia de inflación como de desequilibrio externo.

Cuadro 1: Principales Indicadores Macroeconómicos en Costa Rica 2007-2009

	2007	2008	2009
PBI (US\$ bn)	26.2	29.6	30.4
PBI (variación %)	6.8	2.6	0.5
PBI per cápita (US\$)	5,828	6,478	6,525
Desempleo (variación %)	4.6	4.9	6.5
Inflación (variación %)	10.8	13.9	8
Exportaciones (millones de US\$)	12,888	13,666	13,362
Inversión Extranjera Directa (US\$ bn)	1.9	2.0	1.7

Fuentes: Banco Central, Instituto Nacional de Estadísticas

1.1 Factores Económicos

1.1.1 Indicadores macroeconómicos

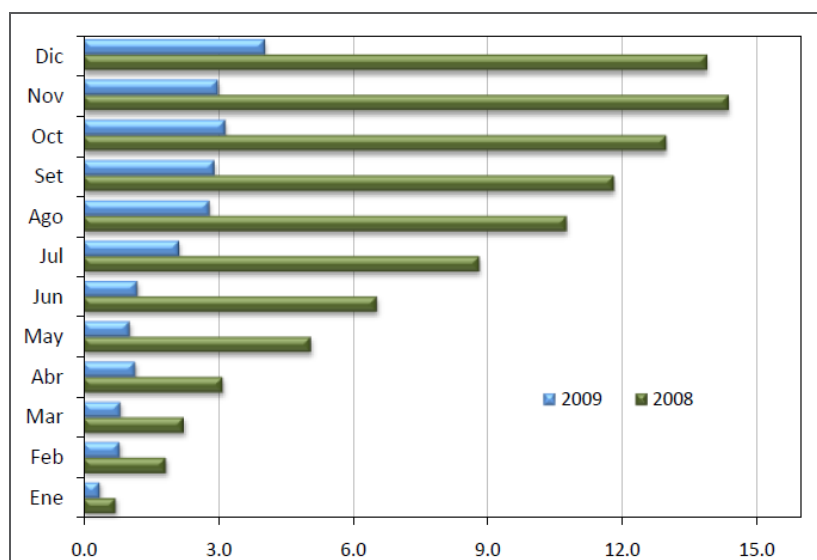
A continuación se presentara los principales indicadores macroeconómicos:

1.1.1.1 Precios

La inflación, medida por la variación del Índice de Precios al Consumidor (IPC), registró una variación mensual de 1,0% en diciembre del 2009, mientras que en igual periodo del 2008 se observó una deflación de 0,4%. Con este resultado, la inflación del 2009 fue de 4,0%, cifra no observada desde 1971 y que además representó una reducción de 9,9 puntos porcentuales (p.p.) en relación con el año previo y se ubicó en el límite inferior del rango de inflación para el término del año contemplado en la segunda Revisión del Programa Macroeconómico 2009-2010 (entre 4% y 6%).

La tasa de variación interanual del IPC, indicador que aproxima la inflación general, mostró durante el 2009 una desaceleración persistente en relación con el mes inmediato anterior, situación que se revirtió en el último mes del año. En efecto, en diciembre la tasa de inflación pasó a un 4,0% desde el 2,6% de noviembre. Este aumento en los precios a finales de año obedece principalmente a un alza importante en las hortalizas, que representó un 30% de la variación mensual, así como en combustibles, servicio de taxi y agua (12%, 6,7% y 6% respectivamente).

**Gráfico 1: Índice de precios al consumidor en Costa Rica
(En porcentajes)**



Fuente: Banco Central de Costa Rica

En lo que respecta a las expectativas de inflación, el valor medio a doce meses en diciembre fue de 7,3%, dato igual al observado en la encuesta del mes previo. En el transcurso del año la expectativa de inflación mantuvo un comportamiento decreciente, reduciéndose en 4,9 puntos porcentuales con respecto al dato de diciembre del 2008. Sin embargo, durante el segundo semestre del año la desaceleración perdió dinamismo y la expectativa se estabilizó en torno al 7,3% en el último trimestre del 2009.

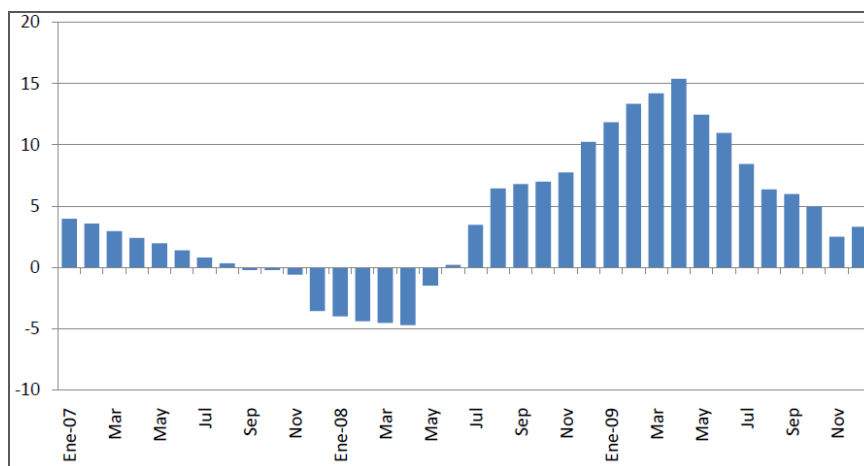
La inflación de mediano y largo plazo, aproximada con la variación del Índice Subyacente de Inflación (ISI), registró en diciembre una variación de 0,5% con respecto al mes previo (incremento mensual de 0,6% en diciembre del 2008). Así, al término del 2009 la tasa interanual alcanzó 4,0%, cifra inferior en 10 p.p. con respecto a la registrada en el año previo. Al clasificar la canasta del ISI según bienes y servicios, la mayor participación porcentual en la desaceleración de este indicador en el 2009 correspondió a los bienes con un 70%; dentro de los cuales destacan los alimentos (63%). En el grupo de los servicios del ISI el mayor aporte correspondió a las comidas fuera del hogar (44%).

Por último, el Índice de Precios al Productor Industrial (IPPI) mostró en diciembre un crecimiento mensual de 0,5% (-4,6% en igual lapso del año anterior). Con este resultado el IPPI registró para el 2009 una deflación de 1,0%, cifra que contrasta con la variación del 20,6% observado al término del 2008.

1.1.1.2 Tipo de cambio

El mercado de negociación de moneda extranjera en el 2009 se caracterizó por un periodo de intervención del Banco Central en defensa del límite superior de la banda cambiaria en los primeros siete meses y 11 días del año y otro, a partir de esa fecha, en el cual las decisiones de los agentes económicos en el mercado minorista y mayorista determinaron tanto el curso de las operaciones de moneda extranjera como el tipo de cambio de la divisa estadounidense. En este segundo período la variabilidad del tipo de cambio promedio en MONEX fue ligeramente mayor respecto a la del lapso 1 de enero-11 de agosto cuando en promedio el superávit del mercado no alcanzó para atender los requerimientos netos de divisas del sector público no bancario (SPNB).

**Gráfico 2: Tipo de cambio nominal en Costa Rica
(Tasa de variación interanual)**



Fuente: Banco Central de Costa Rica

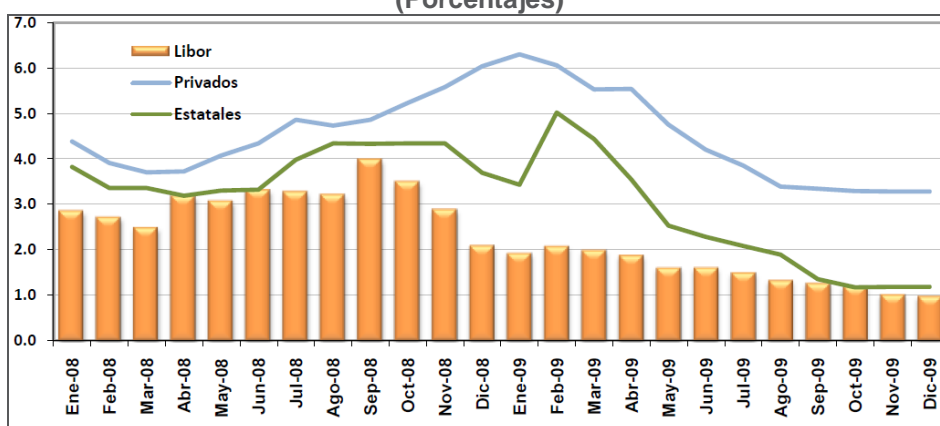
Por su parte, en diciembre el mercado de cambios presentó un déficit de \$68,4 millones producto de que la demanda neta de divisas del SPNB de \$209,6 millones superó el balance superavitario de \$141,2 millones del sector privado. El exceso en los egresos correspondió principalmente a la atención de obligaciones del Gobierno con los depósitos en moneda extranjera que mantiene en el Banco Central y el giro que hizo la Autoridad Monetaria de \$31,1 millones para incrementar el aporte al Fondo Latinoamericano de Reservas (FLAR), movimientos que implicaron el uso de reservas monetarias internacionales y que no presionaron sobre el tipo de cambio nominal en el mercado cambiario en el doceavo mes del año. El superávit del mercado privado de cambios fue consecuencia de una oferta promedio diaria de \$58,7 millones (la más alta de todo el año) y una demanda promedio por día hábil de \$52 millones.

1.1.1.3 Tasas de interés

El comportamiento de las tasas de interés durante el 2009 mostró dos fases bien definidas. En el primer semestre se presentó un incremento generalizado en las tasas de interés del sistema financiero local, provocado por mayores necesidades de financiamiento del Gobierno, problemas particulares de liquidez de algunos intermediarios y apoyada por expectativas altas de inflación y de variación del tipo de cambio.

Durante el segundo semestre el panorama cambió radicalmente, pues tanto el Gobierno como el BCCR comenzaron a ajustar a la baja sus tasas de interés de captación, principalmente en los instrumentos de corto plazo, lo que motivó a los bancos comerciales y demás intermediarios financieros a seguir dicho comportamiento.

Gráfico 3: Tasas de interés pasivas netas en dólares a 12 meses plazo en Costa Rica (Porcentajes)

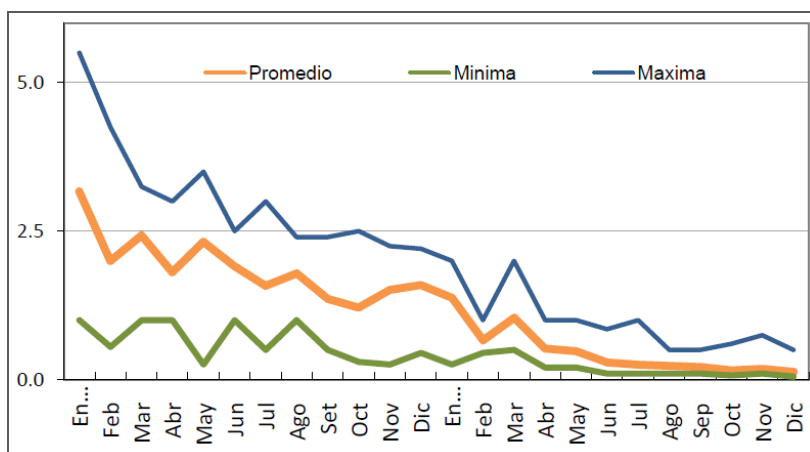


Fuente: Banco Central de Costa Rica

En el caso particular del BCCR la menor presión inflacionaria, tanto interna como externa, la relativa estabilidad en el precio de las materias primas importadas en los últimos meses y el menor efecto traspaso de las variaciones del tipo de cambio nominal a los precios internos, contribuyeron a disminuir la tasa de crecimiento anual del Índice de Precios al Consumidor, lo cual abrió un espacio para alinear las tasas de interés del BCCR a un entorno menos inflacionario.

Asimismo, la mayor flexibilidad cambiaria y las menores expectativas de variación cambiaria han permitido mayores espacios para que el BCCR inicie con un control monetario más efectivo, basado en el uso de la tasa de interés como instrumento principal.

Gráfico 4: Tasa de interés en dólares en Costa Rica (Porcentajes)



Fuente: Banco Central de Costa Rica

Como resultado del comportamiento antes descrito, las tasas de interés pasivas registraron una caída respecto al nivel observado a finales del 2008, lo que se reflejó en la Tasa Básica Pasiva (TBP), la cual disminuyó 3,25 p.p. en el año. En el caso de las tasas de interés pasivas en dólares, dicha caída alcanzó los 2,5 p.p. en promedio.

El comportamiento de las tasas de interés y de las expectativas de inflación permitió tener tasas de interés reales positivas, aunque cercanas a cero al finalizar el año. Tomando en cuenta además las expectativas de variación del tipo de cambio, el premio por ahorrar en colones se mantuvo positivo durante la mayor parte del año, aunque al cierre de este fue prácticamente nulo.

Por su parte, las tasas de interés activas presentaron un comportamiento poco uniforme, en el que se observaron caídas importantes en ciertas actividades, como en el caso de préstamos para vivienda en la banca estatal (5,5 p.p.). En otros casos, la disminución fue menos significativa e inclusive se registraron algunos aumentos. En términos agregados, la tasa activa promedio se mantuvo relativamente estable (20,44% en diciembre 2009 contra 20,73% en diciembre 2008).

1.1.2 Análisis del Sector Servicios

EL sector servicios en Costa Rica ha mostrado un crecimiento considerable a lo largo de los últimos doce meses del año 2009, con tasas superiores a los dos dígitos en el caso de los servicios financieros y servicios prestados a empresas, mientras que los servicios de intermediación financiera han mantenido una tasa superior al 6%, mostrando un incremento en los últimos tres meses en su actividad económica hasta el punto de llegar a tasas de crecimiento interanual superiores al 11%.

Una muestra de la alta penetración del sector servicios es el incremento en el crédito otorgado a este sector por parte del sistema financiero. El porcentaje de crédito otorgado al sector servicios del total de crédito del sistema financiero fue, para enero del 2008, del 8.4%. Un año después, el sector servicios acaparó aproximadamente 200 mil millones de colones más, incrementando esta cifra al 9,6%.

En el país, 80% del crédito otorgado se encuentra enfocado en la compra de vivienda, consumo, comercio y servicios, en donde vivienda y consumo perciben el 57% del crédito otorgado. El sector servicios es el cuarto sector de la economía en recibir mayor cantidad de crédito por parte del sistema financiero.

El aporte del sector servicios al país es cada vez mayor. Actualmente el país exporta servicios por un monto mayor a los mil millones de dólares excluyendo al sector turismo. Es de esperar, inclusive, que si los servicios ubicados en las zonas francas crecen a un ritmo promedio del 30%, estos lleguen a superar al sector turismo, lo cual implicaría que los ingresos

por servicios en zonas francas superen a los servicios.

Las empresas dedicadas al ofrecimiento de servicios, han visto en Costa Rica una serie de facultades que facilitan la entrada de éstas al país, promoviendo que más y más empresas se instalen.

Durante el año 2006 y 2007 unas 15 empresas de servicios ingresaron al país anualmente, lo cual se concretó en alrededor de 20 mil empleados. Esta no es una cifra despreciable pues hay que tomar en cuenta que hace cinco años esa cifra apenas superaba los 3.500 empleados.

En este proceso costarricense de apertura al mercado de servicios, los que comenzaron a fomentarse a nivel nacional fueron especialmente: finanzas, contabilidad, compras, logística, recursos humanos, viajes, entrenamiento, procesamiento de datos, análisis de inversiones y portafolios de inversión. Muchos de los anteriores se realizan en forma de outsourcing.

En especial se instalaron empresas dedicadas al desarrollo de software, publicidad, mercadeo y arquitectura. Para el año 2008 las empresas de servicios esperan encontrar 8000 empleados más, para sumarlos a los 20 mil que actualmente tienen bajo contrato las 61 empresas de servicios instaladas.

La estimación de esos nuevos puestos la realizó Gabriela Llobet, Directora de CINDE y se basó en la intención de algunas empresas ya instaladas de ampliar su contratación y en el actual comportamiento del mercado. Los analistas financieros, personas bilingües e ingenieros, serían los más demandados

1.1.2.1 Costa Rica y el outsourcing

El outsourcing es el proceso económico mediante el cual se destinan recursos de una empresa a otra, dirigidos a realizar una serie de tareas que la primera empresa no quiere, debe o puede realizar al mismo costo.

Esto implica que el outsourcing se ha convertido en una modalidad de especialización empresarial en donde se reducen costos vía la subcontratación de actividades mismas de una sola empresa pero diluidas en varias empresas por medio de uno o varios contratos.

Entre las principales ventajas se encuentra la de abaratar costos, pues las empresas toman la decisión de destinar parte de su producción a una empresa determinada por medio de un contrato solo y únicamente si el hecho de subcontratarlo le presenta un menor costo, es decir, le genera mayor rentabilidad hacerlo. Además permite tener resultados de mejor calidad, reducir el número de tareas rutinarias y dedicarse a los aspectos del negocio que den mayores niveles de rentabilidad.

En Costa Rica el huso horario, es muy coincidente con el de los Estados Unidos, situación que le da competitividad al país por el simple hecho de situarse en la región. Otro aspecto que hace a Costa Rica un destino de empresas de servicios es la disposición generacional porque existe una gran y diversa cantidad de jóvenes con conocimientos en tecnología digital, aspecto que facilita el aprendizaje y la capacitación por parte de las empresas. Por otra parte, existe también un alto talento, educación y nivel profesional que hacen a Costa Rica una de las principales regiones de América Latina para establecer una empresa.

Tomando en cuenta todo lo anterior, la eficiencia en costos y dado que existe un nivel aceptable de inglés que se espera aumente en vista de los esfuerzos tanto por el sector privado como por el público, las empresas han empezado a tomar la decisión de establecerse en el país, lo cual se pone en evidencia, principalmente, por el alto crecimiento de empresas que se instalan cada año en el país.

En la encuesta de A.T. Kearney 2009, Costa Rica fue clasificada entre los 5 mejores destinos para establecer operaciones de servicios, esto con base en un índice que considera:

- Las habilidades de la fuerza laboral y su disponibilidad,

- El ambiente de negocios y
- La estructura financiera

Costa Rica es citada como un país “con una fuerza laboral relativamente pequeña pero calificada. Su democracia social ha propiciado políticas tales como la educación pública universal, el sistema de salud y un sistema nacional de pensiones. La tasa de alfabetización de adultos es del 94.9 por ciento y su índice de desarrollo humano es de 83.2, lo que muestra el progreso del país en desarrollo de su gente y calidad de vida”. (A.T. Kearney; Destination Latin America: A Near-Shore Alternative, 2007).

El Sector Servicios ha venido creciendo sostenidamente durante los últimos 10 años, pasando de 1 compañía en 1995, a un total de 95 compañías y 28,416 empleados en el 2009.

Los subsectores de la industria de Servicios en Costa Rica son: Servicios Compartidos, Centros de Contacto, Sistemas de Soporte Administrativo, Software, Diseño, Arquitectura & Construcción, Publicidad Interactiva & Audiovisual.

Los servicios de telecomunicaciones en Costa Rica se han desarrollado significativamente durante los últimos años; con la entrada de nuevos proveedores internacionales en este mercado se ofrecerán nuevos servicios de telefonía móvil, Internet y redes privadas.

1.1.3 Distribución del gasto

Según la última Encuesta Nacional sobre Ingresos y Gastos que realizó el Instituto Nacional de Estadística de Costa Rica, el nivel de ingreso es determinante para establecer patrones de consumo. Para observar los cambios en la estructura del gasto de consumo por ingreso se agrupan según su comportamiento: primero aquellos grupos de gasto que disminuyen su participación relativa conforme el hogar mejora su nivel de ingreso, segundo aquellos grupos de gastos que no cambian su importancia relativa según nivel de ingreso y por último aquellos gastos que aumentan su importancia relativa cuando el hogar dispone de más ingreso.

En el primer grupo está el gasto en alimentos y bebidas, el porcentaje de este subgrupo va aumentando conforme se avanza en la distribución del ingreso.

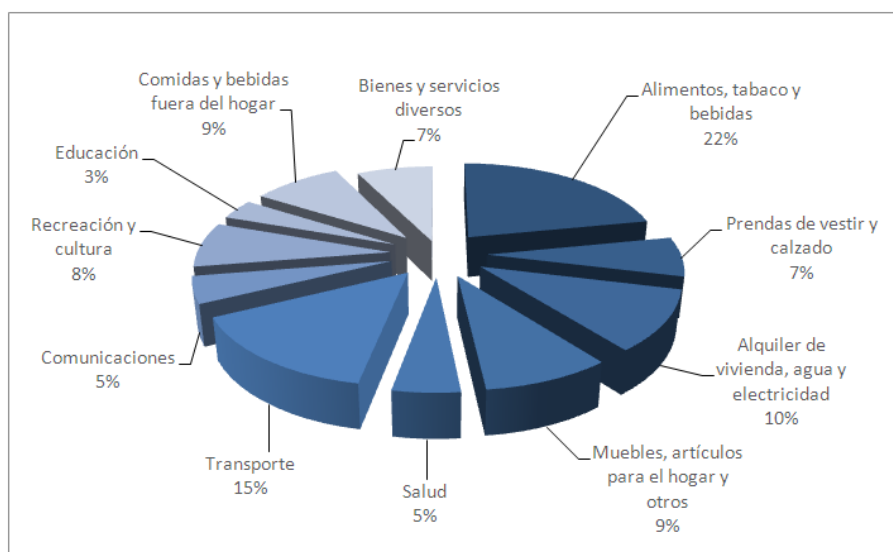
Otro grupo que muestra este comportamiento es vivienda alquilada, servicios de agua, electricidad. Uno de los rubros que más pesa dentro de este grupo es la vivienda alquilada y la vivienda recibida en especie, rubros que son menos importantes en los hogares de ingresos más altos.

En el segundo grupo se encuentra el gasto en vestido y calzado, el monto absoluto gastado se asocia con la calidad, lugares de compra y tipos de prendas de vestir que adquieren los diferentes hogares.

En el último grupo están los gastos de transporte, salud, educación, recreación y cultura, muebles y comunicaciones. Estos gastos aumentan su importancia relativa conforme los hogares tienen un ingreso más alto. En transporte la adquisición de vehículo y su mantenimiento representa 67% del gasto de este grupo para el total de los hogares.

Los gastos de transporte, educación, salud, recreación y comunicaciones los realizan en una mayor proporción los hogares de ingresos altos ya que los hogares de ingresos bajos o del quintil uno asigna la mayor parte de su ingreso a alimentación y vivienda, y utilizan más los servicios públicos de educación, salud y transporte.

Gráfico 5: Distribución del Gasto del Consumidor costarricense Año 2004



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, Costa Rica

Entre los años 2008 y 2009, la mayoría de consumidores, el 53%, indicó que durante la crisis económica buscó opciones más baratas o reducir el consumo de alimentos en general. Los datos corresponden a la encuesta que llevó a cabo la firma Unimer en octubre y noviembre de este año, vía telefónica, a una muestra de 800 costarricenses mayores de 18 años, en todo el territorio nacional.

El estudio indica también que un 51% de los consumidores disminuyó las compras de ropa y calzado, y un 47%, las salidas a restaurantes o lugares de comida. En un 2% y en un 7%, respectivamente, estos gastos se llevaron a cero. En general, los resultados del informe señalan que la crisis fue experimentada personalmente por un 60% de los costarricenses, y que casi una tercera parte de la población se percató de ella a través de otras personas.

Los factores que más impulsan esta percepción de la crisis fueron la sensación de que todo está más caro y de que aumentó el desempleo. Un 72% dijo sentir que los precios eran más altos y un 48% señaló que experimentó el desempleo o conoció a alguien que se quedó sin trabajo. Los que afirman haber sentido la crisis en mayor proporción fueron las personas de menor nivel socio-económico y educativo.

Además, más mujeres que hombres y más habitantes de zonas diferentes a la Gran Área Metropolitana (GAM) manifestaron haber experimentado personalmente la crisis con mayor intensidad.

Respecto a grupos de edad, las personas más jóvenes, de entre 18 y 24 años, son las que han sufrido la crisis de forma personal en una menor proporción.

La menor cantidad de cambios en el consumo se experimentó en los productos de aseo y cuidado personal, y de limpieza del hogar y lavado de ropa. Para ambos grupos, el 80% de los entrevistados indicó que no modificó sus hábitos de consumo. En menor proporción, un 63%, tampoco modificó el consumo de bebidas no alcohólicas. Por el contrario, solo un 16% detalló que redujo o buscó opciones más baratas en sus compras de bebidas alcohólicas. En cuanto a los cigarrillos, un 5% dijo que redujo su compra o que dejó de consumirlos.

Según el documento, los costarricenses fueron muy receptivos a las ofertas de "2 x 1" o de "pague uno y lleve otro a mitad de precio". Un 70% de los entrevistados que dijo haber experimentado la crisis de forma personal, o a través de terceros, señaló que han buscado ofertas y promociones a la hora de hacer sus compras.

Para el 2010, en su gran mayoría, siempre superando el 80%, tienen planeado mantener el bajo consumo o disminuirlo. Sin embargo, un 14% planea aumentar sus gastos en

entretenimiento, que incluye el ir al cine o al teatro. También un 13% lo hará en ropa, calzado y alimentos.

1.1.4 Balanza comercial bilateral Perú - Costa Rica

1.1.4.1 Comercio Exterior en Costa Rica

La balanza comercial de Costa Rica el año 2009 tuvo un déficit de US\$ -2.716 millones de dólares y el intercambio comercial fue de 20,068 millones de dólares, estas cifras han disminuido con respecto al año 2008.

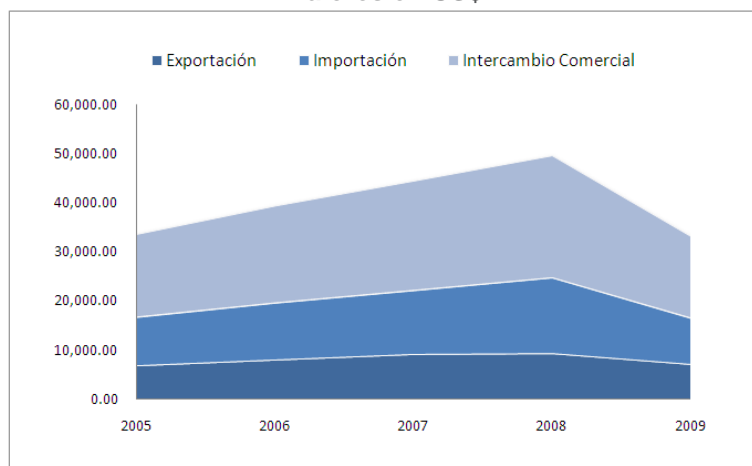
El valor de las exportaciones totales de mercancías durante el 2009 fue de US\$ 8.675,6 millones de dólares, mientras que el año anterior, 2008, fue de US\$ 9.552,8, esto significa que las exportaciones estuvieron por debajo del valor exportado en el mismo periodo. La tasa interanual de crecimiento de las exportaciones para el 2008 fue de 2.2%, mientras que el año pasado la tasa interanual fue de -9,2%.

El 32,7% del valor de las exportaciones de mercancías exportadas en el periodo de enero a diciembre del 2009 corresponde al sector agrícola, y 67,30% corresponde al sector industrial. La tasa de crecimiento de ambos sectores ha disminuido en un -11,3% y -8,1% respectivamente.

El año pasado Costa Rica exportó 10,3% de sus productos tradicionales y 89,7% de sus productos no tradicionales.

Los principales productos exportados hacia el mundo fueron: Procesadores y controladores, bananas o plátanos, frescos o secos, Café sin tostar y sin descafeinar, melones frescos, follaje, hojas, ramas y demás partes de plantas, cajas de papel o cartón corrugado.

Gráfico 6: Evolución del Comercio Exterior de Costa Rica
Valores en US\$



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior

Cuadro 2: Evolución del Comercio Exterior de Costa Rica
Valores en US\$

	2005	2006	2007	2008	2009
Exportación	7,026.40	8,199.80	9,337.00	9,503.70	7,304.10
Importación	9,823.60	11,546.70	12,952.40	15,371.60	9,339.60
Intercambio Comercial	16,850.00	19,746.50	22,289.40	24,875.30	16,643.70

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior

El valor de las importaciones de mercancías del 2009 fue de US\$ 11.391,9 millones de dólares. Y tuvo una tasa de crecimiento de -25,9%. Con respecto al 2008, las importaciones han disminuido. Las importaciones en el sector agrícola fueron de 9,8%, y en el sector industrial fue de 90,2%.

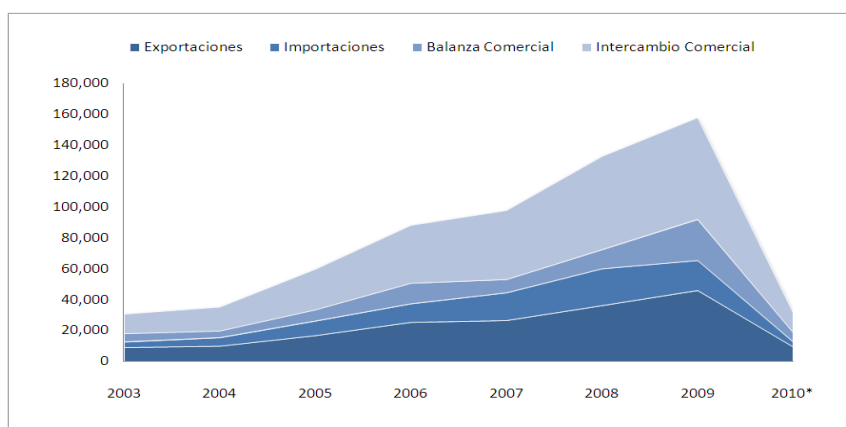
1.1.4.2 Comercio Exterior en Perú

En el 2009, las exportaciones peruanas a Costa Rica sumaron US\$ 46,14 millones en comparación a lo obtenido el 2008 (US\$ 36,3 millones), reflejando un descenso en las exportaciones. En cuanto al sector, las exportaciones tradicionales representaron el 12%, mientras que las no tradicionales el 88%.

Las importaciones también mostraron similar comportamiento, al 2009 fue de US\$ 19,5 millones de dólares, con respecto a lo obtenido el 2008.

Las exportaciones tradicionales durante el 2009 totalizaron US\$ 5, 399,216 frente a lo obtenido en el 2008 (US\$ 9,119,993 millones), lo que reflejó un descenso.

Gráfico 7: Intercambio comercial del Perú con Costa Rica



Fuente: SUNAT - Aduanas Perú

Cuadro 3: Intercambio comercial Perú – Costa Rica

	2006	2007	2008	2009	2010*
Exportaciones	25461250	26664890	36330612	46141060	9528685
Importaciones	12028283	17990655	23946675	19500057	3293703
Balanza Comercial	13432967	8674235	12383937	26641003	6234982
Intercambio Comercial	37489533	44655545	60277287	65641117	12822388

Fuente: SUNAT - Aduanas Perú

(*) Cifras Enero - Marzo

Cuadro 4: Evolución de las Exportaciones Tradicionales y No Tradicionales de Perú a Costa Rica

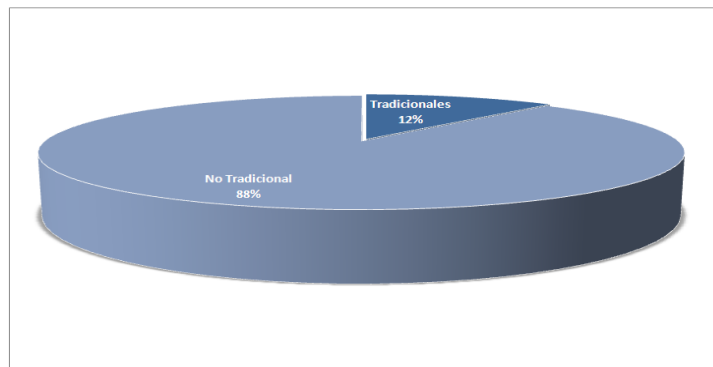
Valores en US\$

	2005	2006	2007	2008	2009	2010*
Tradicionales	4,781,195	8,538,451	4,691,757	9,119,993	5,399,216	1,561,450
No Tradicional	12,076,563	16,922,800	21,973,133	27,210,620	40,741,845	7,967,235
Total	16,857,758	25,461,251	26,664,890	36,330,613	46,141,061	9,528,685

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas - SUNAT

(*) Cifras Enero - Marzo

Gráfico 8: Estructura de las Exportaciones Tradicionales y No Tradicionales del Perú hacia Costa Rica



Fuente: SUNAT - Aduanas Perú

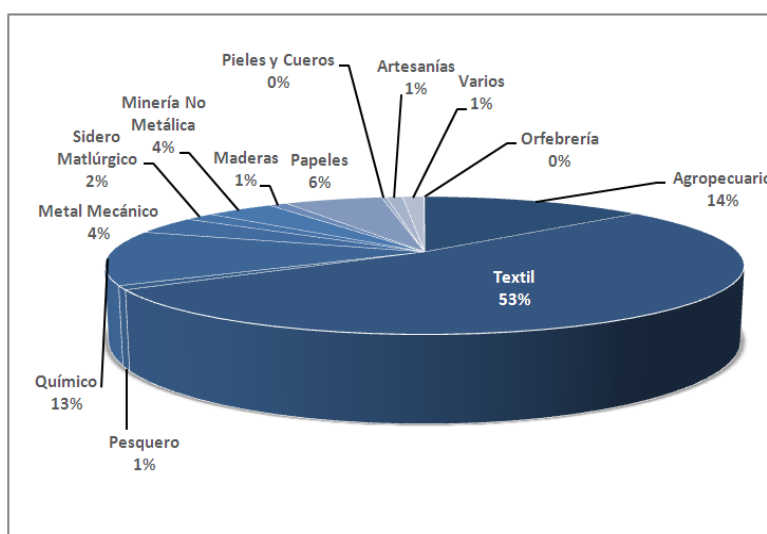
El sector que se exportó más fue el Textil con 53%, seguido por el sector agropecuario con 14% y el sector Químico con 13%. Los sectores en el cual las exportaciones son casi nulas se encuentran el sector de la Orfebrería y el de Pieles y cueros. Los envíos pertenecientes al rubro textil fueron de US\$ 21, 446,462 mientras que en el sector Orfebrería fueron de US\$ 18, 018.

Las exportaciones tradicionales de Perú a Costa Rica para el año 2009 fueron de US\$ 5, 399,216 y las exportaciones no tradicionales fueron de US\$ 40, 741,845, comparándolo con el año 2008, las exportaciones tradicionales han disminuido en US\$ 3, 720,777.

Además como se aprecia en el cuadro, en años anteriores las exportaciones no tradicionales superan a las exportaciones tradicionales, y para este año se proyecta que se mantenga la tendencia de años anteriores.

En el siguiente gráfico se aprecia que los sectores que más se han exportado, han sido el Sector Agropecuario y Químico con 14% y 13% respectivamente, y los sectores que las exportaciones han sido bajas, son el Sector Pesquero, Artesano y Maderero con 1% y el Sector de Pieles, Cueros y Orfebre con 0.26%.

Gráfico 9: Exportaciones del Perú hacia Costa Rica por sectores



Fuente: SUNAT - Aduanas Perú

Cuadro 5: Ranking de productos peruanos no tradicionales exportados a Costa Rica
Valores en US\$

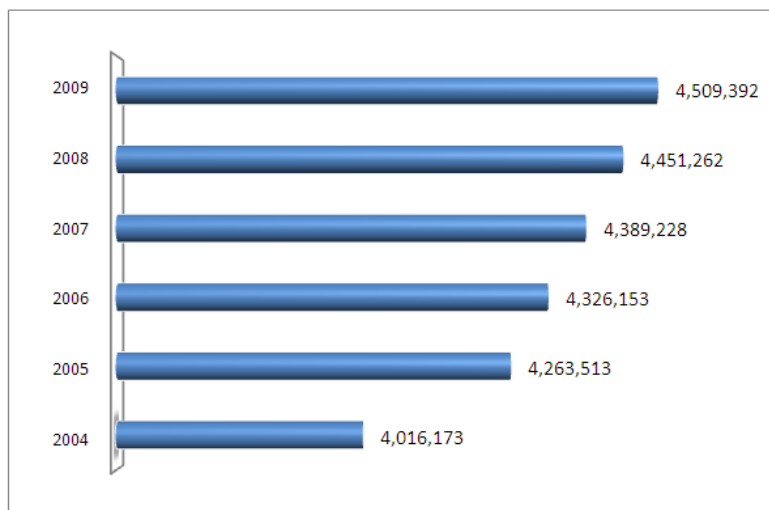
Descripción	2006	2007	2008	2009	Ene - Mar 2010
Uvas frescas	170,119	412,605	230,709	715,237	758,614
Cacao en polvo	9,440	23,650	-	577,368	2,140
Galletas dulces	-	40	401,593	539,440	213,345
Tinta de imprenta	21,999	33,167	224,948	291,165	149,767
Bolígrafos	241,945	214,842	317,903	146,963	144
Sulfato de Magnesio	-	5,529	174,992	142,382	17,767
Vajilla	62,221	80,571	60,985	139,026	71,036
Rotuladores y marcadores	-	178,988	228,015	120,694	-
Balones y pelotas inflables	172,107	142,173	192,438	115,241	11,396
Diccionarios y enciclopedias	38,914	157,787	91,753	114,395	62,415

Fuente: SUNAT - Aduanas Perú

1.2 Factores socio – demográficos

1.2.1 Estadísticas poblacionales

La población de Costa Rica es de 4, 509,392 al año 2009. Ocupa la posición 123 del ranking de población mundial. De esta población un 95% de costarricenses son descendientes de europeos y otras mezclas étnicas, un 3% afro descendientes, el 1% indígenas y 1 % otros. La población del país crece anualmente al alto ritmo de 1.36%. Esto se debe a una natalidad de 1.95 por 1,000 y a una mortalidad de 3.40 por 1,000.

Gráfico 10: Población Total de Costa Rica

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, Costa Rica

El 67.10% de este universo se ubica entre los 15 y 64 años y el 26.70% entre los 0 y 14 años y el 6.20% se encuentran las personas de 65 años a más. En 2008 la esperanza de vida al nacimiento de la población costarricense fue de 77.4 años; 80.14 años en las mujeres y 74.79 en los varones. Del total de la población de Costa Rica, el 49.27% son mujeres y el 50.73% hombres.

La mayor concentración de población se da en el Valle Central (cabeceras de las provincias de Alajuela, Heredia, San José y Cartago), con un 60% de la población, donde se encuentran las principales ciudades del país. San José, con 1, 608,476 habitantes, Alajuela, con 865,748 y Cartago con 505,785 habitantes. La densidad poblacional de Costa Rica es de 87.1 habitantes/km².

San José posee una población de 1, 608,476 habitantes, su extensión territorial es de 4,965,90 km², tiene una población menor de 15 años de 384,783 habitantes, la población mayor de 60 años son 156,900 y su densidad poblacional es de 318,81.

Guanacaste posee una población de 280,605 habitantes, su extensión territorial es de 10, 140,71 km², tienen una población menor de 15 años de 70, 302 habitantes, la población mayor de 60 años son 31, 692 y su densidad poblacional es de 27,65.

Alajuela posee una población de 865,748 habitantes, su extensión territorial es de 9, 757,53 km², tiene una población menor de 15 años de 228, 515 habitantes, la población mayor de 60 años son 80, 767 y su densidad poblacional es de 87,54.

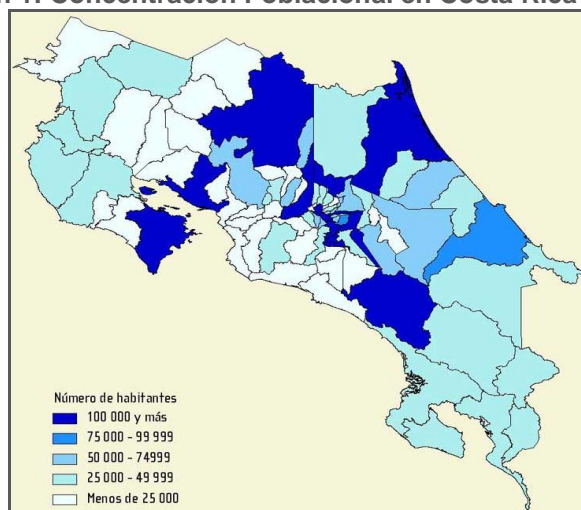
Heredia posee una población de 441, 973 habitantes, su extensión territorial es de 2, 656,98 km², tiene una población menor de 15 años de 104, 954 habitantes, la población mayor de 60 años son 40, 502 y su densidad poblacional es de 163,45.

Limón posee una población de 437, 588 habitantes, su extensión territorial es de 9, 188,52 km², tiene una población menor de 15 años de 127, 717 habitantes, la población mayor de 60 años son 29, 637 y su densidad poblacional es de 46,74.

Cartago posee una población de 505, 785 habitantes, su extensión territorial es de 3, 124,67 km², tiene una población menor de 15 años de 127, 227 habitantes, la población mayor de 60 años son 45, 659 y su densidad poblacional es de 160,12.

Puntarenas posee una población de 369, 217 habitantes, su extensión territorial es de 11, 265,69 km², tiene una población menor de 15 años de 98, 567 habitantes, la población mayor de 60 años son 35, 618 y su densidad poblacional es de 32,79.

Ilustración 1: Concentración Poblacional en Costa Rica por cantón



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, Costa Rica

1.2.2 Mapa socioeconómico de Costa Rica

Los principales indicadores utilizados en las regiones socioeconómicas de Costa Rica, son:

- Mercado Laboral (participación en actividades económicas, características de los ocupados)
- Tasa de desempleo abierta
- Ingreso de los hogares por quintiles
- Características de los hogares
- Características de las personas

Ilustración 2: Regiones Socioeconómicas de Costa Rica



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, Costa Rica

En la región Central, la tasa neta de participación es del 58.1%, la tasa de desempleo abierto es de 7.5%, el porcentaje de hogares pobres representa el 15.3%, el 4.9% representa las personas ocupadas en el sector agropecuario y el año de escolaridad promedio es de 15.1 en la población de 15 años y más.

En la región Chorotega, la tasa neta de participación es del 54.1%, la tasa de desempleo abierto es de 10.1%, el porcentaje de hogares pobres representa el 24.1%, el 17.4% representa las personas ocupadas en el sector agropecuario y el año de escolaridad promedio es de 7.6 en la población de 15 años y más.

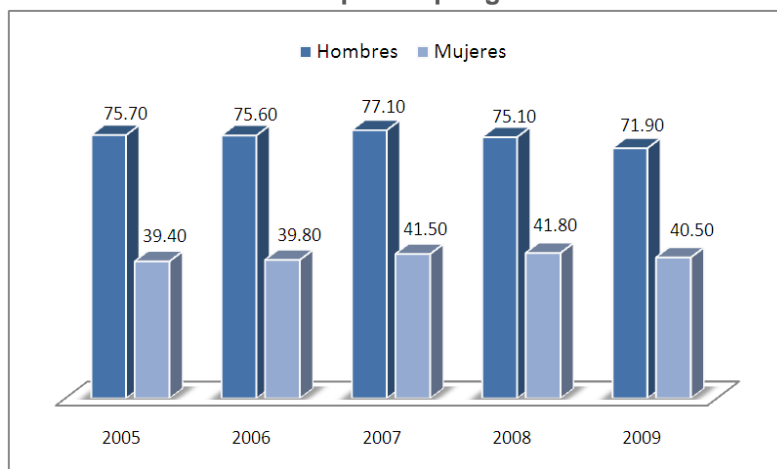
En la región Huetar Norte, la tasa neta de participación es del 56.4%, la tasa de desempleo abierto es de 7.3%, el porcentaje de hogares pobres representa el 17.2%, el 34.5% representa las personas ocupadas en el sector agropecuario y el año de escolaridad promedio es de 6.5 en la población de 15 años y más.

En la región Huetar Atlántica, la tasa neta de participación es del 54.2%, la tasa de desempleo abierto es de 7.9%, el porcentaje de hogares pobres representa el 21.6%, el 32.3% representa las personas ocupadas en el sector agropecuario y el año de escolaridad promedio es de 7.0 en la población de 15 años y más.

En la región Brunca, la tasa neta de participación es del 48,7%, la tasa de desempleo abierto es de 8,2%, el porcentaje de hogares pobres representa el 30,9%, el 26,1% representa las personas ocupadas en el sector agropecuario y el año de escolaridad promedio es de 7,0 en la población de 15 años y más.

En la región Pacífico Central, la tasa neta de participación es del 54,2%, la tasa de desempleo abierto es de 8,2%, el porcentaje de hogares pobres representa el 26,2%, el 9,7% representa las personas ocupadas en el sector agropecuario y el año de escolaridad promedio es de 7,5 en la población de 15 años y más.

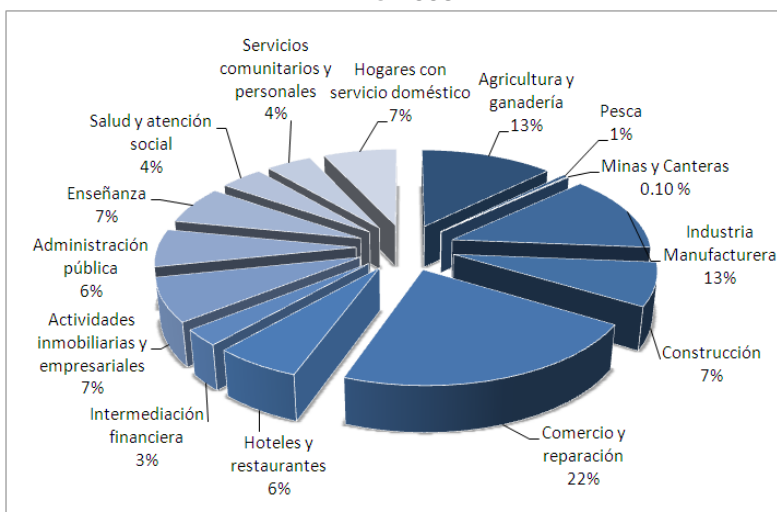
Gráfico 11: Tasa de Ocupación por género en Costa Rica



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, Costa Rica

La tasa de ocupación durante 2005 – 2009 ha mantenido un nivel promedio, no se aprecia cifras volátiles. Asimismo, en este periodo de tiempo se observa que los hombres tienen una tasa más alta que el de las mujeres, diferenciándose por aproximadamente 30%. Entre el 2008 y 2009, se puede observar cómo ha descendido la tasa ocupacional para ambos sexos, y este factor se debe a la crisis que afectó a la economía y al empleo en el país.

Gráfico 12: Población ocupada según rama de actividad en Costa Rica Año 2009

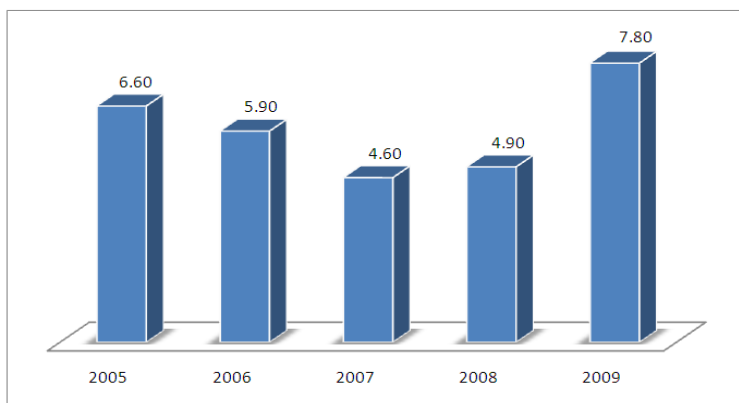


Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, Costa Rica

En el gráfico anterior se puede observar, que la población ocupada según rama de actividad económica, se concentra con 22% en el sector de Comercio y reparación, seguido de un 13% en la Industria Manufacturera y la Agricultura y ganadería. Los hoteles y restaurantes tienen un 6%, mientras que la cifra más baja se da en el sector Minas y canteras con un 0.10%.

En la tasa de desempleo abierta se durante los años 2005 al 2009, se puede distinguir que la tasa más alta, ha sido la del año pasado con un 7.80% y la más baja se registró el año 2007 con un 4.60%.

Gráfico 13: Tasa de desempleo abierta en Costa Rica



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, Costa Rica

La siguiente tabla, nos muestra los quintiles de ingreso per cápita en la población costarricense, además nos muestra los límites por cada quintil en la moneda nacional.

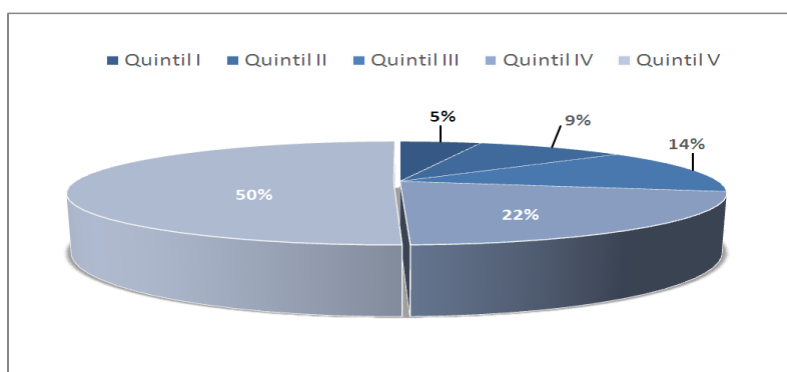
Cuadro 6: Quintiles de Ingreso per cápita en Costa Rica

Quintiles de ingreso per cápita	Límites
Quintil I	Menos de 50,216
Quintil II	De 50,216 a 79,396
Quintil III	De 79,397 a 123,626
Quintil IV	De 123,627 a 214,950
Quintil V	De 214,951 y más

Fuente: INEC, Costa Rica

En el siguiente gráfico se aprecia que el 50% de la población costarricense tiene una distribución del ingreso de 214,951 a más, y el 5% de la población tiene una distribución del ingreso de menos de 50,216 correspondiente al Quintil I.

Gráfico 14: Distribución del Ingreso de los Hogares por Quintiles en Costa Rica



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, Costa Rica

A continuación se muestra las características de los hogares costarricenses, miembros por hogar, fuerza de trabajo, ocupados, ingreso por hogar, ingreso per cápita por hogar y el porcentaje de hogares con jefatura femenina, todos estos indicadores están basados según quintil.

Cuadro 7: Características de los hogares en Costa Rica

Características	Quintil I	Quintil II	Quintil III	Quintil IV	Quintil V
Total de hogares	221, 135	221 067	221 190	221 050	221 046
Miembros por hogar	4.24	3.85	3.68	3.40	2.96
Fuerza de trabajo por hogar	1.17	1.44	1.76	1.91	1.78
Ocupados por hogar	1.02	1.34	1.69	1.86	1.75
Ingreso por hogar	141 209	246 990	362 789	546 198	1 272 643
Ingreso per cápita por hogar	33 337	64 162	98 542	160 644	430 023
Porcentaje hogares con jefatura femenina	32.39	27.40	30.98	29.30	24.90

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, Costa Rica

En esta tabla, se va a presentar una serie de características de las personas, como, relación dependencia económica, horas semanales trabajadas por ocupación principal, escolaridad promedio en personas de 15 años a más y tasa neta de participación, estos indicadores se encuentran basados según quintil.

Cuadro 8: Características de las personas en Costa Rica

Características	Quintil I	Quintil II	Quintil III	Quintil IV	Quintil V
Relación dependencia económica ¹	2.61	1.68	1.09	0.78	0.66
Horas semanales trabajadas en la ocupación principal	42.03	46.10	47.06	46.99	46.13
Escolaridad promedio personas de 15 años y más	5.67	6.57	7.58	9.06	12.23
Tasa neta de participación	40.06	49.72	58.40	65.23	68.22

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, Costa Rica

¹ Se refiere a la relación entre la población inactiva y la fuerza de trabajo

2. Mercado de Franquicias en Costa Rica

Datos ofrecidos por la Cámara de Comercio (CCCR) indican que en el 2000 únicamente había en el país dos compañías costarricenses que optaron por expandir su nombre mediante la franquicia. En cuestión de 10 años, Costa Rica aumentó en un 950% la cantidad de empresas nacionales que franquiciaron su marca.

Para este año 2010, la misma agrupación registra 21 compañías locales que optaron por este modelo de negocios, en el cual una empresa cede a una persona la licencia y los signos de identificación de su marca, el conocimiento y hasta asistencia tecnológica y publicitaria a cambio de un pago por la marca comercial y otros aspectos como la asesoría.

Bajo este concepto operan empresas nacionales como Musmanni, Get Nuts, Maridos y Esposas de Alquiler y Pane e Vino.

Un estudio reciente efectuado por la CCCR señala que de las 21 empresas locales franquiciadas, el 44% se dedica al sector de la alimentación; un 30% a los servicios especializados, como venta e instalación de aires acondicionados; un 9% al área de la belleza y el cuidado personal (gimnasios) y un 17% se dedica a otros campos.

Un dato relevante de dicho estudio es que las compañías nacionales bajo el modelo de franquicias generan poco más de 4.000 puestos de trabajo directos.

En Costa Rica también existen 129 cadenas de franquicias extranjeras, que generan 13.500 empleos directos. El 60% de estas marcas provienen de Estados Unidos; el 7% de México y de España, y el 26% restante es de países como Guatemala, Inglaterra, Francia, Venezuela y Colombia, entre otros. Algunas marcas establecidas en el país son McDonald's, Pizza Hut, Burger King, Campero y Zara.

2.1 Composición del mercado

Costa Rica se caracteriza por tener una estructura empresarial del sector formal compuesto por microempresas en un 69% del total de empresas registradas; las pequeñas y medianas empresas el 29% y las grandes el 2%. Adicionalmente se reportan unas 170,000 personas asegurados por cuenta propia, muchas de ellas microempresarios de hecho.

No hay estadísticas sobre la mortalidad de empresas en Costa Rica, y el estudio del Observatorio de Mi Pymes de 2007 estima una rotación del 40%, que implica que 60% de las nuevas empresas se mantienen en operación al final del primer año, y si es parecido a EEUU, cerca de 50% sobreviven al cuarto año.

Una porción importante de la salida de los negocios es por desconocer las exigencias del giro del negocio. Adicionalmente, hay limitaciones de financiación e inversión en las Pymes, pero de manera crítica para las empresas incipientes, principalmente por la falta de trayectoria, aunado a debilidades detectadas en la gestión empresarial. Se ha identificado una cultura empresarial que prefiere replicar con innovación incremental, y poco dado a buscar el crecimiento a través de la apertura a inversionistas, para no perder el control de su empresa.

Las franquicias internacionales han llegado con fuerza a Costa Rica desde los años los 70, con 95 operando en 2006, pero el desarrollo de franquicias nacionales es aún incipiente, con alrededor de 10 empresas visiblemente participando en este mecanismo, a pesar de contar con empresas de larga trayectoria en la ciudad capital. Recientemente se han instalado en el país representaciones de firmas extranjeras, principalmente mexicanas, especializadas en el desarrollo de franquicias, señal de que podría ser un mecanismo en auge. Se estima de manera muy preliminar que alrededor de 162 empresas costarricenses podrían tener conceptos de negocios "franquiciables".

Las limitaciones al desarrollo de franquicias nacionales incluyen:

- i. el desconocimiento de los temas de propiedad industrial y registro de marcas y patentes para proteger el concepto y procesos del negocio;
- ii. la estructura actual y las debilidades en la gestión de las PyMEs, aunado a su renuencia a abrirse a inversionistas;
- iii. altos costos de conversión de la empresa en franquicia debido a la falta de un mercado competitivo de consultoría experimentada para cerrar brechas en la gestión y facilitar la estructuración legal, financiera y comercial de la franquicia;
- iv. falta de un registro de franquicias y mecanismos para facilitar la compra y venta de franquicias nacionales y fomentar su internacionalización; y; v) pocas alternativas de financiamiento, tanto para las estructuraciones corporativas como para apoyar a los franquiciados potenciales.

2.2 Clasificación por sectores²

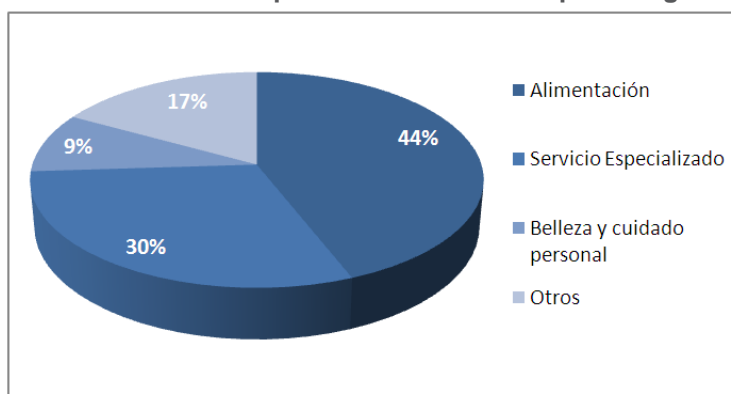
Un estudio realizado por la Cámara de Comercio de Costa Rica reveló que en el país existen 150 cadenas de franquicias operando, de las cuales solo 21 son costarricenses un 14%. Entre los años 2000 – 2009 el crecimiento de las franquicias con capital nacional fue del 28,1%; sin embargo, solo en los últimos cuatro años (2005-2009) fue del 40,9%. Según el estudio, el 44% de las franquicias costarricenses son empresas enfocadas en el sector alimenticio.

Esta categoría mantiene una oferta muy variada entre las que se destacan panaderías, pastelerías y restaurantes. Además, un 30% es el área de servicios especializados y un 9% del sector de belleza y cuidado personal, este último que ha venido en ascenso.

El modelo de franquicias ha permitido a varias empresas nacionales, entre las que se destacan Musmanni, Get Nuts, Pan E Vino y Maridos de Alquiler, expandirse en los mercados extranjeros, sobre todo en Panamá y Nicaragua.

En cuanto al empleo, se estima que los negocios bajo el modelo de franquicias generan en el país más de 17.000 empleos directos, de los cuales 4,267 son de las franquicias nacionales.

Gráfico 15: Distribución de Franquicias costarricenses por categoría de negocios



Fuente: Cámara de Comercio de Costa Rica

Cuadro 9: Sectorización de Franquicias en Costa Rica

Categoría de Negocio	Porcentaje
Alimentación	44%
Servicio Especializado	30%
Belleza y cuidado personal	9%
Otros	17%

Fuente: Cámara de Comercio de Costa Rica

Las empresas que conforman el sector de franquicias en el mercado costarricense se categorizan como sigue.

Franquicias de alimentación

- Alimentación – Supermercados (0)
- Bebidas (0)
- Café y Té (0)
- Delicatessen / Comida Especializada (1)
- Restaurantes (4)
- Heladerías y Tiendas de Golosinas (0)
- Panadería y Cafetería (1)
- Ultramarinos / Productos congelados (0)

Franquicias de Belleza, Salud y deportes

- Centros de bronceado / Depilación / Cuidado de manos, pies y uñas esculpidas (0)
- Cosméticos / Perfumería / Salones de Belleza (0)
- Deportes / Eventos deportivos (0)
- Gimnasio / Fitness (0)
- Masajes y Bienestar (0)
- Nutrición y Centros de adelgazamiento (1)
- Peluquería / Cuidado del cabello (0)
- Salud / Productos para el cuidado de la salud (0)
- Ópticas y Centros auditivos (0)

Franquicias de Construcción

- Empresas de ferreterías y depósitos de materiales independientes (1)

Franquicias de servicios

- Servicio de alquiler (1)
- Servicios de dry cleaning y arreglos de prendas (1)

Franquicias diversas

- Red de Intercambio Empresarial (1)
- Venta de Aire Acondicionado (1)

2.3 Clasificación por modalidad de propiedad de los locales

La Constitución Política, en el Capítulo de Derechos y Garantías Individuales, Artículo 45, garantiza el derecho a la propiedad. El propietario puede disponer y disfrutar de sus propiedades como le parezca, dentro del marco jurídico costarricense. Es por ello, que la modalidad de propiedades de los locales no posee características especiales o diferenciadoras de las propiedades normales.

Tipos de Propiedades:

En Costa Rica existen cuatro tipos de propiedades: inscritas o tituladas, concesiones y no tituladas.

- Propiedades tituladas: (Inscritas en el Registro Público).
- Concesiones: (Zona Marítimo Terrestre)
- Propiedades sin inscribir: (no están inscritas en el Registro Público).
- Condominios: (Posesión compartida).

La mayoría de las propiedades en Costa Rica están registradas en un sistema computarizado denominado "Folio Real". Este sistema está centralizado en las oficinas del Registro Público en San José. Antes de comprar bienes raíces (e incluso antes de considerar seriamente la oferta de adquirir una propiedad) debe llevarse a cabo un estudio de la propiedad en el Folio Real. Tal investigación mostrará toda la información sobre la finca (nombre que se le da a cualquier tipo de propiedad), incluyendo el área, propietarios, límites, ubicación, hipotecas y otros tipos de gravámenes.

Algunas fincas no han sido incorporadas al sistema de Folio Real, por lo que su registro sigue llevándose en libros especiales que se encuentran en el Registro Público. Tales propiedades también pueden ser debidamente investigadas en dicho Registro.

En términos generales, para ser aprobada la solicitud de residencia del inmigrante, se requiere demostrar que cuenta con ingresos suficientes sea como su apoyo financiero primario o como el medio para el establecimiento de una fuente de ingresos secundaria como lo sería una empresa u otros proyectos de inversión.

Con excepción de los regímenes de Residente Rentista y Residente Pensionado, y residencias relacionadas con contratos de trabajo con compañías de primer orden, los cuales actualmente pueden ser presentados en Costa Rica, todas las demás solicitudes de residencia deben ser presentadas en un Consulado de Costa Rica en el país de ciudadanía o en el país de residencia legal del solicitante.

A continuación se procederá a describir cada tipo de propiedad:

- **Propiedades tituladas: (Inscritas en el Registro Público)**

La propiedad titulada es poseída en honorarios simples cuando esto está en los Estados Unidos y otros países extranjeros. Los honorarios simples básicamente significan que el dueño de la propiedad tiene el derecho absoluto de poseer materialmente la propiedad, úselo, disfrute de ello etc. La única excepción es si el dueño comprara la tierra como la parte de un programa del gobierno o en caso de tierra de Zona Marítimo y Tierra de Concesión.

La mayor parte de extranjeros son dueños de ausente en Costa Rica entonces usted no tiene que vivir en Costa Rica para poseer la tierra.

- **Concesiones: (Zona Marítimo Terrestre)**

Los 200 metros de la Zona Marítimo Terrestre en Costa Rica están subdivididos en una Zona Pública y una Zona Restringida. La Zona Pública consiste en los primeros 50 metros medidos desde la marea alta, con los siguientes 150 metros formando la Zona Restringida. La Zona Restringida está bajo la administración de las Municipalidades, así como bajo la vigilancia del Instituto Costarricense de Turismo (CT). Sin embargo hay una tierra titulada en frente de las playas, lo cual es una excepción a la regla. Luego de la aprobación de la concesión por el Instituto Costarricense de Turismo, la propiedad puede ser registrada en el Registro Nacional de Concesiones, el cual está ubicado en Zapote, en el Registro Nacional. Es mejor tener la concesión grabada porque la información acerca del título (propiedad), ubicación y descripción de la propiedad están ubicadas ahí.

Concesión de por vida

Las concesiones son dadas por un mínimo de cinco y un máximo de veinte años. Es necesario archivar una aplicación para la renovación de la concesión antes del final del período de la concesión. Eso se realiza antes de la Municipalidad.

– **Propiedades sin inscribir: (no están inscritas en el Registro Público)**

Hay propiedades en Costa Rica que no se registran en el registro público. Algunas familias han habitado algunas propiedades de este tipo por generaciones mientras que otras nunca no se han ocupado. En cualquier caso, es posible que alguien demande que ellos “adueñan” la propiedad y pueden ponerla para la venta.

Pueden incluso tener las líneas de la cerca u otros marcadores de límite que separan “su” propiedad al de su vecino. Sin importar el tiempo que un habitante ha vivido en la propiedad o pueda demostrar que ha vivido en ella por mucho tiempo, a menos que esa una propiedad inscrita en el registro público, no hay dueño oficial, que significa que el título es confuso.

Esta opción permite al propietario utilizar la propiedad por cierto periodos al año. En la mayoría de los casos la propiedad del tiempo compartido concede los derechos similares según lo implicado en la regulación del condominio salvo que en el tiempo compartido se limita a ciertas semanas durante el año. De este modo una sola unidad se subdivide en piezas y se vende individualmente. Hoteles de tiempo compartido no son comunes en Costa Rica.

– **Condominios: (Posesión compartida)**

El régimen de propiedad en condominio puede aplicarse:

A los diversos pisos, los locales, las oficinas, los estacionamientos o los departamentos en que se dividan uno o varios edificios, por construirse o construidos en una misma finca o en diversas, ya sea que pertenezcan estos a uno o varios propietarios o concesionarios. Al inscribirse la afectación de varias fincas, se reunirán de modo que resulte una sola finca matriz. A las distintas edificaciones que se construyan en una sola finca, si habrán de pertenecer a propietarios diferentes.

A los bienes inmuebles aptos para la construcción, tanto para los lotes o las fincas rurales en que se divida el terreno, como para las construcciones que se levanten en ellos.

Para acogerse al régimen establecido en esta ley, el propietario, los copropietarios o los concesionarios de un inmueble deben declarar su voluntad en escritura pública. El propietario de un inmueble o un derecho de concesión que se proponga construir o desarrollar un condominio habitacional, comercial, turístico, industrial o agrícola, puede lograr, mediante declaración en escritura pública, que el condominio proyectado se regule por el régimen establecido en esta ley. Para dicho efecto, la finca matriz y las filiales serán descritas con base en un anteproyecto debidamente aprobado por el Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo (INVU), el Ministerio de Salud y la municipalidad respectiva.

La escritura constitutiva del régimen de propiedad en condominio deberá ser inscrita en la sección respectiva del Registro Público. Al inscribirse el primer asiento de la finca matriz, se cancelará la inscripción del inmueble en la Sección General de la Propiedad.

La escritura constitutiva que se presente al Registro para la inscripción, debe ir acompañada del plano debidamente aprobado por las instituciones respectivas, en el que constarán todos los datos pertinentes a la finca matriz, las fincas filiales o áreas privativas las áreas comunes, y las tablas de áreas y distribución.

2.4 Facturación

Actualmente no hay cifras oficiales sobre la facturación de las franquicias en Costa Rica, pero según datos de la Cámara de Comercio de Costa Rica, el 14 % de franquicias costarricenses que operan en el mercados son nacionales, el 86% son de origen extranjero, por ello aunque no se tiene datos precisos, se muestra una lista con las mayores empresas costarricenses y empresas extranjeras según sector económico.

Las 20 mayores empresas nacionales en Costa Rica son AETEC, Afa Acquisition, Altor Electronica S.A, Ameritex Centroamerica S.A., Ascende, Atlas Electrica SA, BAC, Banco Internacional de Costa Rica SA, Bandeco, Bodega Zeta Cuatro S.A., Camtronics S.A., Casa de Medias Internacional S.A., Centro Producción Professional, Chez Lui, CIA Odontológica S.A., Cibertec International, Cibertel S.A., Coloplast, Comercializadora Bticino, S.A.

Las empresas extranjeras en este país son los siguientes:

Chiquita Brands International Inc., Fyffes plc., Bestfoods, Delta & Pine Land Co., Dole Food Company Inc., Nabisco Holdings Corp., Nestlé SA, PepsiCo Inc., Procter & Gamble, Co., Sara Lee Corp., Segafredo Zanetti.

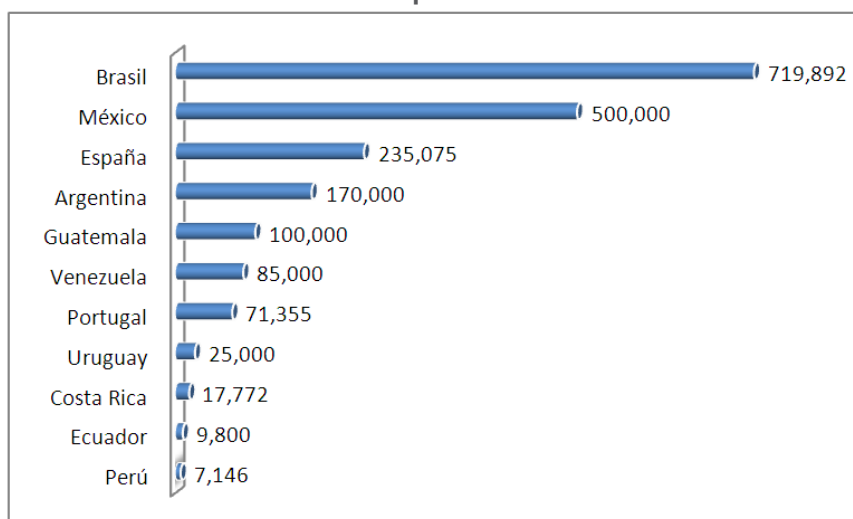
Aon Corp., Banco del Istmo SA, Banco Internacional de Invetimentos, Banco Popular de Puerto Rico, Citigroup Inc., Dresdner Bank AG, Wells Fargo & Co.

Altria ex-Philip Morris Co., Fruit of the Loom, Inc., Levi Strauss & Co., Liz Claiborne, Inc., Phillips-Van Heusen Corp., Reebok International Ltd., VF Corp., Warnaco Group Inc, Wolverine World Wide.

2.5 Generación de empleo

El mercado de franquicias costarricense ha generado según estimaciones de la Cámara de Comercio de Costa Rica, 17,772 puestos de trabajo para el 2009.

Gráfico 16: Empleo en Costa Rica



Fuente: Asociación Iberoamericana de Franquicias, Franquicias Costarricenses

Cuadro 10: Generación de Empleo en Costa Rica

Franquicias	Empleo Estimado
Franquiciadores	4,267
Franquiciados	13,505
Total	17,772

Fuente: Franquicias Costarricenses

Un estudio realizado por primera vez en el país por la Cámara de Comercio de Costa Rica reveló que el crecimiento en el número de franquicias con capital nacional durante los últimos 10 años ha sido en promedio del 29%. El éxito de este tipo de negocios ha hecho que a partir del 2005 la expansión en el número de cadenas nacionales muestre un crecimiento más acelerado, el cual en promedio alcanza el 41% anual.

Según el estudio, el 43% de las franquicias nacionales son empresas enfocadas en el sector alimenticio. Esta categoría mantiene una oferta muy variada entre las que se destacan: panaderías, pastelerías y restaurantes.

El modelo de franquicias ha permitido a varias empresas nacionales, entre las que se destacan Musmanni, Get Nuts, Pan E Vino y Maridos de Alquiler, expandirse en los mercados extranjeros, sobre todo en Panamá y Nicaragua.

2.6 Rango de inversión

El mayor porcentaje de franquicias se concentra en el rango de inversión entre US\$ 200,001 - 500,000 con 38%, mientras que les sigue el rango de inversión de US\$ 100,001 - 200,000 con el 34%.

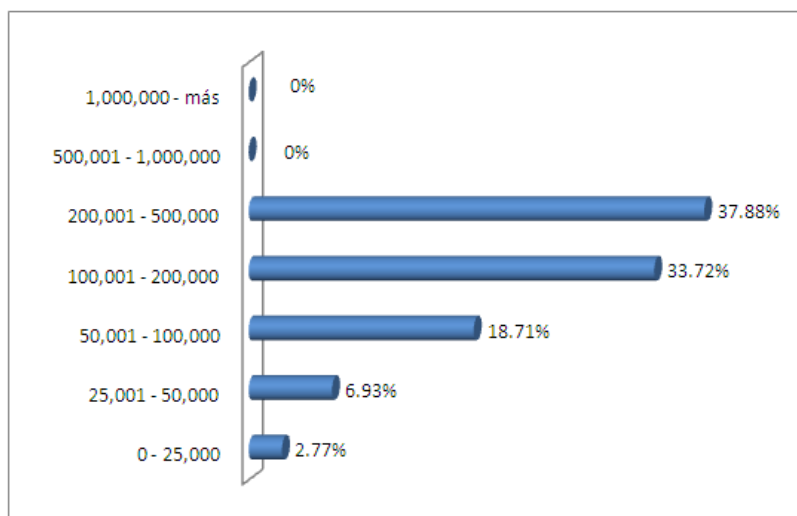
Los rangos de inversión que consideran las franquicias costarricenses son:

Cuadro 11: Rango de inversión: Franquicias de Costa Rica

Rango de inversión (US\$)	Participación
0 - 25,000	3%
25,001 - 50,000	7%
50,001 - 100,000	19%
100,001 - 200,000	34%
200,001 - 500,000	38%
500,001 - 1,000,000	0%
1,000,000 – más	0%

Fuente: Franquicias Costarricenses

Gráfico 17: Rangos de inversión en Costa Rica
Valores en US\$



Fuente: Franquicias Costarricenses

2.7 Regalías

En la legislación costarricense, ley N° 6867, Ley de Patentes de Invención, Dibujos y Modelos Industriales y Modelos de Utilidad. En el artículo 18 inciso 7, dice que el Registro de la Propiedad Industrial decidirá, en un plazo de noventa días naturales, la concesión de una licencia obligatoria, previa audiencia a las partes. De concederla, determinará las condiciones bajo las cuales la otorga, limitando el alcance y duración a los fines autorizados, y la remuneración económica que recibirá el titular de los derechos.

Para ello, deberán tomarse en cuenta las circunstancias particulares de cada caso y el valor económico de la autorización, y tener presente la tasa de regalías promedio para el sector de que se trate, en los contratos de licencias comerciales entre partes independientes. Respecto de la tecnología de semiconductores, solo podrá hacerse un uso público no comercial o utilizarse para rectificar una práctica declarada contraria a la competencia tras un procedimiento judicial o administrativo.

En el artículo 20, Licencias de utilidad pública, inciso 2 dice que para las licencias de utilidad pública, el Estado deberá compensar al titular de la patente. El titular podrá acudir a la vía contencioso-administrativa a fin de que el tribunal competente establezca la respectiva remuneración económica.

Para ello, la autoridad judicial considerará las circunstancias de cada caso y el valor económico de la autorización, teniendo presente la tasa de regalías promedio para el sector de que se trate, en los contratos de licencias comerciales entre partes independientes.

2.8 Promoción y publicidad²

En la legislación nacional costarricense, la ley N° 7472, en el artículo 37 se establece que la oferta, la promoción o la publicidad de los bienes y servicios debe realizarse de acuerdo con la naturaleza de ellos, sus características, condiciones, contenido, peso cuando corresponda, utilidad o finalidad, de modo que no induzca a error o engaño al consumidor.

No pueden omitirse tales informaciones, si de ello puede derivarse daño o peligro para la salud o la seguridad del consumidor.

² Modificada su numeración por el artículo 80 de la ley N° 8343 de 27 de diciembre del 2002, Ley de Contingencia Fiscal, que lo pasó del 34 al 37

Deben prevalecer las cláusulas estipuladas en los contratos, si son más beneficiosas que el contenido de la oferta, la promoción o la publicidad de los bienes y servicios.

El empleo de términos comparativos en la oferta, la promoción o la publicidad de los bienes y servicios, sólo se admite respecto a datos esenciales, afines y objetivamente demostrables, siempre que se comparen con otros similares, conocidos o de participación significativa en el mercado.

La comparación no es admisible cuando se limite a la proclamación, general e indiscriminada, de la superioridad de los productos propios; se tiene por engañosa la que omita cualquier elemento necesario para determinar el valor real de los productos.

Al productor o al comerciante que, en la oferta, la promoción, la publicidad o la información, incumpla con las exigencias previstas en este artículo, se le debe obligar a rectificar la publicidad, costearla y divulgar la información veraz u omitida, por el mismo medio y forma antes empleados.

2.9 Principales consultoras de franquicias

Entre las principales consultoras de franquicias se mencionan:

Tormo & Asociados

Es la empresa líder de consultoría en franquicias con oficinas centrales en España. Actualmente presenta un equipo superior a 120 personas distribuidas en sus oficinas entre Europa y las Américas representadas en una red internacional con presencia directa. Cuentan con un equipo humano altamente profesionalizado, amplios medios materiales, una dotación totalmente tecnológica y una amplia cartera de clientes.

Los servicios están orientados a todas aquellas empresas que desean iniciar su expansión en franquicia, franquiciantes que deseen comercializar su franquicia, empresas en proceso de crecimiento y emprendedores que deseen incorporarse a una red de franquicias.

Contacto: Julio José Seneor
Domicilio: Calle 96 N° 11A - 41 Interior 2 Bogotá, Colombia
Teléfonos: 6918042 - 6917887
Página Web: www.tormo.com.co

The Franchise Center - TFC

The Franchise Center Inc, es la primera empresa multinacional Latinoamericana en asesoría para el desarrollo de franquicias. Operamos a través de nuestros miembros en países como Ecuador, Colombia, Costa Rica, Argentina, Panamá, Uruguay y Venezuela. Tienen asesoramiento para la creación de una franquicia, asesoramiento legal especializado, apoyo para los procesos de negociación, desarrollo de planes estratégicos, comercialización Internacional de Franquicias, administración de redes de Franquicias.

Contacto: María Teresa Valencia
Domicilio: En Colombia, Avenida 3n # 8n-24 oficina 607 Cali, Valle
Teléfonos: Colombia, (57-2) 6602382, Ecuador, (5932) 255 4653
Página Web: www.thefranchisecenter.org

Francorp

El Líder mundial en el desarrollo de cadenas de franquicias, desde 1976 Francorp ha creado más de 3,000 cadenas de franquicias en 40 países. Operamos en Centroamérica desde 1994 donde hemos desarrollado más de 65 cadenas de franquicias originarias de la región como Pollo Campero, Musmanni, Maridos de Alquiler, Spoon, Grao, Maridos de Alquiler, Grupo Vargas Matamoros, Best Brands, Quick Photo, St. Jack's, Saúl E. Méndez, Go Green, Los

Cebollines, Shell Oil y muchos otros. Somos el grupo consultor especializado en franquicias más grande del mundo y hemos asesorado desde corporativos como IBM, Nestlé, Jimmy John's, Firestone hasta negocios pequeños y medianos como casas de empeño, colegios, pequeños restaurantes, y academias de idiomas. El grupo Francorp ha sido reconocido como una de las 100 firmas más importantes de consultoría empresarial a nivel mundial por Consultant News.

Contacto: José Fernández

Página Web: www.francorpcentroamerica.com / www.franquicias.com

Alcázar & Aranday

Es una firma de consultoría en Franquicias y Propiedad Intelectual que ha logrado posicionarse como la empresa líder en el sector, gracias a la experiencia y resultados que la respaldan, siempre comprometidos en la construcción y mantenimiento de relaciones exitosas, estrechas y a largo plazo; ofreciendo las mejores y más eficaces herramientas y metodología para asesorar y acompañar a sus clientes en todos las etapas y aspectos de su empresa.

Más de 2000 clientes y 350 franquicias nacionales e internacionales han considerado a Alcázar & Aranday como la mejor opción, confiando en la Firma para el diseño, implementación y ejecución de estrategias de crecimiento, protección y proyección.

Contacto: Irene Brenes

Domicilio: Del Mall San Pedro, 300 Norte y 50 Oeste, Edificio Omala

Teléfonos: 2524-0765

Página Web: www.alcazaryaranday.com

ACN Consultores

Son un grupo de profesionales y empresarios con experiencia en el diseño desarrollo y dirección de franquicias; convencidos de que la exigencia primordial del mercado mega competitivo de hoy: "la innovación", no se contrapone al ideal de que la manera de hacer negocios genere oportunidades reales de crecimiento económico dentro de una sociedad.

Contacto: Eric Arroyo Molina

Teléfonos: 506 2520 0716

Página Web: www.acnconsultores.com

Correo electrónico: info@acnconsultores.com

3. Aspectos Legales

3.1 Requisitos de marca comercial

Las marcas se refieren, en especial, a cualquier signo o combinación de signos capaz de distinguir los bienes o servicios, especialmente las palabras o los conjuntos de palabras (incluidos los nombres de personas), las letras, los números, los elementos figurativos, las cifras, los monogramas, los retratos, las etiquetas, los escudos, los estampados, las viñetas, las orlas, las líneas o franjas, las combinaciones y disposiciones de colores, así como cualquier otro distintivo. Asimismo, pueden consistir en la forma, la presentación o el acondicionamiento de los productos, sus envases o envolturas o de los medios o locales de expendio de los productos o servicios correspondientes.

Sin perjuicio de las disposiciones relativas a las indicaciones geográficas contenidas en esta ley, las marcas podrán referirse a nombres geográficos, nacionales o extranjeros, siempre que resulten suficientemente distintivos y su empleo no sea susceptible de crear confusión respecto del origen, la procedencia y las cualidades o características de los productos o servicios para los cuales se usen o apliquen tales marcas.

3.1.1 Inscripción de una marca y nombre comercial

- a. Previo a la presentación de la solicitud de inscripción al Registro de la Propiedad Industrial, debe hacerse un estudio de novedad para determinar si existen distintivos iguales o similares que se hayan registrado y, se encuentren vigentes en la misma clase.
- b. Llevar el formulario respectivo debidamente firmado por el solicitante o representante y la firma autenticada por notario, o una solicitud que contenga:
 - i. Datos de identificación del solicitante, de la personería, o ambos, en los casos que se amerite y que lo facultan para actuar en nombre de una sociedad o entidad colectiva.
 - ii. Indicación del país de origen del distintivo, ubicación de las fábricas u oficinas donde se fabrican, comercializan, distribuyen, o prestan los bienes o servicios que se desean proteger o, en el cual se ubica el establecimiento comercial.
 - iii. Identificación de los bienes, servicios o giro comercial a proteger y su ubicación conforme a la clasificación internacional.
 - iv. Identificación de reservas de colores cuando corresponda.
 - v. Identificación, descripción, o ambas, del distintivo de la marca que se quiere proteger.

Si se trata de marcas gráficas o mixtas debe describirse el distintivo de la marca que se solicita y acompañarla de 15 muestras de diseño, en un tamaño máximo de 10 por 10 cm. Si es un distintivo de marca formulado solo por elementos nominativos, no debe presentarse descripción ni diseños.

- c. El pago de los timbres de registro puede realizarse con la presentación de la solicitud o posteriormente.

3.1.1.1 Precios y Plazos

A continuación, se tomará como ejemplo a Marcaria.com.pa perteneciente a Marcaria.com Network, compañía especializada en el registro y protección de marcas y nombres de dominios.

El equipo de abogados de esta empresa procesará en forma expedita el registro de la marca comercial en Panamá a través de los siguientes pasos:

Paso1: Estudio de Factibilidad de Registro de Marca

Reporte que incluye una búsqueda de marcas similares e idénticas, además de la opinión experta de nuestros abogados acerca de las probabilidades de éxito de su registro de marca. El Estudio de Factibilidad es opcional pero altamente recomendable pues permite descartar de antemano posibles objeciones a su marca.

Paso2: Solicitud de registro de Marca

Presentación y tramitación de la Solicitud de Registro de Marca ante la Oficina de Marcas de Panamá, de acuerdo a los procedimientos y requerimientos legales del país, con el fin de obtener la titularidad de la marca. Una vez presentada la marca se enviará copia escaneada de la solicitud presentada.

Paso 1 - Estudio de Factibilidad de Registro	
1 Clase ⁴	US\$ 80
Clase Adicional	US\$ 60

Plazo de entrega	2 días hábiles
------------------	----------------

Paso 2 - Solicitud de Registro de Marca		
	Marca denominativa	Marca denominativa + logo
1 Clase	US\$ 450	US\$ 465
Clase Adicional	US\$ 411	US\$ 422
Duración Estimada del Proceso	6 meses	

Los precios están en Dólares e incluyen todos los honorarios y derechos oficiales del proceso. No incluyen defensas en caso que haya oposiciones a la marca.

Los plazos para el registro son estimativos y pueden variar considerablemente si se presentan objeciones u oposiciones, o si suceden otros eventos durante el proceso de registro de la marca.

3.2 Marco legal para la inversión extranjera

No existe un texto único que regule la inversión extranjera en Costa Rica. Hay varias leyes y regulaciones que tienen relación con la inversión nacional y extranjera en Costa Rica. No hay registro de inversiones en el país ni registro de inversiones costarricenses en el exterior.

En la solución de los conflictos derivados de la interpretación y aplicación de la regulación sobre inversión extranjera se aplica lo dispuesto en la legislación nacional. Los contratos celebrados con el Estado se sujetan a la ley costarricense y a la jurisdicción de los tribunales nacionales.

⁴ Al registrar una marca se debe especificar para qué productos y servicios se quiere usar esa marca. La gran mayoría de los países del mundo han adoptado el Clasificador Internacional de Niza. Este clasificador agrupa a todos los productos y servicios en 45 clases--34 para los productos, 11 para los servicios--permitiendo especificar de forma clara y precisa la cobertura de la marca. La protección que se otorga a una marca registrada abarca sólo las clases especificadas al momento del registro, pudiendo por tanto coexistir dos marcas idénticas en clases distintas. Los organismos gubernamentales a cargo del registro de marca cobran por clase, por tanto a mayor protección, mayor inversión.

Por ello, el inversor debe tener en cuenta cuales son las leyes de Costa Rica, para ello, deberá visitar la página:

<http://www.tramites.go.cr/manual/default.htm>

En el manual se hace referencia a todas aquellas leyes que el inversionista debe tener en cuenta para instalarse en Costa Rica. Así mismo, como en el propio manual se indica para ampliar la información legal puede visitarse la página:

www.poder-judicial.go.cr ó www.pgr.go.cr/scij/

Con el objeto de atraer capital exterior y de proporcionar un marco legal confiable a los inversores, Costa Rica se ha adherido al Tratado de Protección de Inversiones de la Agencia Multinacional de Garantía de Inversiones del Banco Mundial (MIGA).

Restricciones a la inversión extranjera

Aunque la inversión extranjera no se encuentra restringida en ningún sector de la economía, impera sobre ella lo establecido en la Constitución para distintos ámbitos económicos (Estado como único propietario de hidroelectricidad, carbón, gas y petróleo, fabricación de alcohol, servicios de telecomunicaciones, agua, ferrocarriles, puertos, aeropuertos y seguros; en estos sectores sólo puede operar la empresa privada en régimen de administración o de concesión temporal en los términos establecidos en la ley especial al efecto.

Incentivos a la inversión extranjera

Existen numerosas leyes que ofrecen incentivos fiscales y ventajas tributarias a la inversión extranjera. Entre los más importantes podemos destacar los siguientes:

- Incentivos para el turismo (Ley 6990)
 - Incentivos a la reforestación
 - Incentivos para zonas francas
 - Régimen de perfeccionamiento activo
 - Régimen devolutivo de derechos
- Restricciones a la inversión extranjera

Situación legal del inversionista

De acuerdo con el Reglamento de la Ley General de Migración y Extranjería, la residencia como inversionista la puede solicitar aquel extranjero que realice una inversión no menor a 200.000 USD en el país, o su equivalente en otra divisa internacional aceptada por el Banco Central de la República de Costa Rica. Sin embargo, en el caso de proyectos declarados como prioritarios por el Poder Ejecutivo, esta inversión puede ser de US\$ 50.000. Corresponde al Consejo Nacional de Migraciones otorgar o denegar este status.

El status de residente inversionista garantiza la residencia a la familia inmediata como dependientes del residente inversionista.

3.3 Régimen tributario

El Régimen Tributario de Costa Rica está regulada por el Ministerio de Hacienda, y publicado en el Diario Oficial La Gaceta.

Las leyes tributarias rigen desde la fecha que en ellas se indique; si no la establecen, se deben aplicar diez días después de su publicación en el Diario Oficial.

Las tasas aplicadas para el 2010 según el gobierno costarricense son:

3.3.1 Impuesto sobre la renta

Este impuesto grava las utilidades generadas por cualquier actividad o negocio de carácter lucrativo, que realicen las personas físicas o jurídicas en el territorio nacional durante el período fiscal.

Tasas aplicables para personas jurídicas

Cuadro 12: Tasa de impuesto a la Renta a personas jurídicas en Costa Rica

Ingresos brutos* (periodo fiscal 2010)	TASA (octubre 2009 a setiembre 2010)
Hasta ¢41.112.000,00	10%

Hasta ¢82.698.000,00	20%
Más de ¢82.698.000,00	30%

Fuente: Base de Datos de Tributación del CIAT (Centro Interamericano de Administraciones Tributarias)

*Estos montos varían para cada período fiscal.

Tasas aplicables para personas físicas con actividades lucrativas

Cuadro 13: Tasa de impuesto a la Renta a personas físicas en Costa Rica

2010 Monto de la renta líquida	Tasa (octubre 2009 a setiembre 2010)
Hasta ¢2.747.000	No sujeta al impuesto
Sobre el exceso de ¢2.747.000 hasta ¢4.102.000	10%
Sobre el exceso de ¢4.102.000 hasta ¢6.843.000	15%
Sobre el exceso de ¢6.843.000 hasta ¢13.713.000	20%
Sobre el exceso de ¢13.713.000	25%

Fuente: Base de Datos de Tributación del CIAT (Centro Interamericano de Administraciones Tributarias)

3.3.2 Impuesto sobre el Traspaso de Bienes Inmuebles

Este impuesto grava los traspasos, bajo cualquier título, de inmuebles que estén o no inscritos en el Registro Público de la Propiedad. La obligación de pagar el impuesto surge en la hora y fecha del otorgamiento de la escritura pública en que se asienta el negocio jurídico de traspaso del inmueble. La tasa es del 1,5%

3.3.3 Impuesto de Traspaso de Vehículos, Aeronaves y Embarcaciones

Este impuesto grava la transferencia de la propiedad de vehículos automotores, aeronaves y embarcaciones. Y su tarifa es del 2,5%.

3.3.4 Impuesto especial sobre bancos y entidades financieras no domiciliadas.

Impuesto en moneda nacional, equivalente a \$125.000.00 (ciento veinticinco mil dólares).

3.3.5 Impuesto General sobre las Ventas.

El impuesto general sobre las ventas es un impuesto que recae sobre el valor agregado en la venta de mercancías y en la prestación de algunos servicios.

El monto del impuesto se determina aplicando el 13% sobre el precio neto de la venta, que incluye el impuesto selectivo de consumo cuando las mercancías de que se trate estén afectas al mismo y 10% para la madera.

3.3.6 Impuesto Selectivo de Consumo.

Es un impuesto que recae sobre la importación o fabricación nacional de las mercancías. Grava la importación y la transferencia del dominio de mercancías específicas, por parte de fabricantes. Las tasas son variables y selectivas, al afectar solamente ciertos tipos de mercancías.

3.3.7 Retenciones en la fuente

3.3.7.1 Impuesto al salario

Es la retención que se aplica en la fuente sobre los salarios percibidos por el trabajo personal dependiente, la jubilación o la pensión u otras remuneraciones por servicios personales.

Cuadro 14: Impuesto al salario en Costa Rica

	Período 2009	Período 2010	Tasa
a) El agente retenedor debe aplicar las tarifas del impuesto sobre los ingresos brutos, con base en los tramos detallados en la siguiente tabla.	Ingresos brutos hasta ₡586.000	Ingresos brutos hasta ₡619.000	Exento
	Sobre el exceso de ₡586.000 hasta ₡879.000	Sobre el exceso de ₡619.000 hasta ₡929.000	10%
	Sobre el exceso de ₡879.000	Sobre el exceso de ₡929.000	15%
b) Dietas, gratificaciones, bonificaciones y otras participaciones por servicios personales, que reciban los ejecutivos, directores, consejeros, miembros de sociedades anónimas.		Tasa de 15%	

Fuente: Base de Datos de Tributación del CIAT (Centro Interamericano de Administraciones Tributarias)

3.3.7.2 Impuesto sobre las remesas al exterior

Estas retenciones se aplican sobre toda renta o beneficio de fuente costarricense destinado al exterior. Los agentes de retención son las personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, domiciliadas en Costa Rica que paguen, acrediten o de cualquier forma pongan a disposición de personas no domiciliadas, las rentas o beneficios de fuente costarricense.

Cuadro 15: Impuesto sobre Remesas al exterior en Costa Rica

Concepto	Tarifa
Transporte y comunicaciones	8.50%
Pensiones, jubilaciones, salarios y similares	10%
Honorarios, comisiones, dietas y otras prestaciones de servicios personales.	15%
Reaseguros, re afianzamientos y primas de seguros.	5.5%
Uso de películas cinematográficas, películas para televisión, grabaciones, discos fonográficos, historietas y cualquier otro medio similar de difusión de imágenes o sonido, así como uso de noticias internacionales.	20%
Radionovelas y telenovelas	50%
Las sociedades de capital que paguen o acrediten a sus socios, dividendos de cualquier tipo, participaciones sociales y otra clase de beneficios asimilables a dividendos.	15%
Utilidades, participaciones sociales o dividendos distribuidos por sociedades anónimas cuyas acciones estén inscritas en una bolsa de comercio reconocida oficialmente.	5%
Arrendamientos por actividades comerciales.	15%
Intereses, comisiones y otros gastos financieros.	15%
Asesoramiento técnico - financiero o de otra índole, patentes, suministro de fórmulas, marcas de fábrica, privilegios, franquicias y regalías.	25%
Otras remesas no contempladas anteriormente	30%

Fuente: Base de Datos de Tributación del CIAT (Centro Interamericano de Administraciones Tributarias)

3.3.8 Impuesto específico sobre bebidas alcohólicas

Este impuesto recae sobre la producción nacional en las ventas a nivel de fábrica y la importación o internación de estos productos. Las tasas están vigentes desde el 1 de mayo del 2010 al 31 de julio del 2010.

Cuadro 16: Impuesto sobre bebidas alcohólicas en Costa Rica

Porcentaje de alcohol por volumen	Impuesto (¢ por mililitro de alcohol absoluto)
Hasta 15%	2.62
Más de 15% y hasta 30%	3.13
Más de 30%	3.63

Fuente: Base de Datos de Tributación del CIAT (Centro Interamericano De Administraciones Tributarias)

Este impuesto se actualiza a partir del primer día de cada uno de los meses de febrero, mayo, agosto y noviembre de cada año.

3.3.9 Impuestos sobre bebidas no alcohólicas y jabón de tocador.

Este impuesto específico se aplica por unidad de consumo para todas las bebidas envasadas sin contenido alcohólico, excepto la leche.

Este impuesto debe de actualizarse cada tres meses de conformidad con la variación del índice de precios al consumidor que determina el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). En ningún caso, el ajuste trimestral podrá ser superior al tres por ciento. Los períodos de aplicación iniciarán el primer día de enero, abril, julio y octubre.

Cuadro 17: Impuesto sobre bebidas no alcohólicas y jabón de tocador en Costa Rica

Tipo de bebida	Impuesto en ¢ por unidad de consumo
Bebidas gaseosas y concentrados de gaseosas	14.82
Otras bebidas líquidas envasadas (incluso agua)	10.99
Agua (envases de 18 litros o más)	5.14
Impuesto por gramo de jabón de tocador	0.186

Fuente: Base de Datos de Tributación del CIAT (Centro Interamericano De Administraciones Tributarias)

Las tarifas vigentes para el trimestre del 01 de abril al 31 de junio del 2010.

3.3.10 Impuesto único sobre combustibles.

Este impuesto grava la producción nacional y la importación de combustibles.

La tarifa de este impuesto se actualiza cada trimestre por tipo de combustible, de conformidad con la variación en el índice de precios al consumidor que determina el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). En ningún caso el ajuste trimestral podrá ser superior al tres por ciento.

Cuadro 18: Impuesto sobre combustibles en Costa Rica

Tipo de combustible	Impuesto en ¢ por litro
Gasolina regular	191
Gasolina súper	199.75
Diesel	112.75
Asfalto	38.5
Emulsión asfáltica	28.25
Búnker	19
LPG	38.5
Jet Fuel A1	114.25
Av Gas	191
Querosene	55.25
Diesel pesado (Gasóleo)	37
Nafta pesada	27
Nafta liviana	27

Fuente: Base de Datos de Tributación del CIAT (Centro Interamericano de Administraciones Tributarias)

Las tarifas vigentes son para el trimestre del 01 de mayo del 2010 al 31 de julio del 2010.

3.3.11 Transacciones Financieras

No existe un impuesto a las transacciones financieras, sin embargo existe un impuesto cedular de retención en la fuente sobre los rendimientos de títulos valores (u otros) y avales de letras de cambio, operaciones de recompra o reportos de valores.

3.4 Impuesto al valor agregado

La denominación de este impuesto es en todos los países muy similar. En algunos casos se hace referencia directa a un gravamen a la operación de venta, como es el caso de Costa Rica, donde se denomina Impuesto General sobre las Ventas, o Colombia, donde su nombre es el Impuesto sobre las Ventas; en otros casos se señala que es un valor adicional, como en Argentina, Bolivia y Ecuador donde se denomina Impuesto al Valor Agregado.

El impuesto General a las ventas, se aplica a todo el territorio nacional costarricense, el hecho imponible del impuesto responde a los siguientes criterios: Enajenación de bienes, prestación de ciertos servicios e importación de mercancías.

La tarifa del impuesto es del quince por ciento 15% para todas las operaciones. Esta tarifa regirá durante dieciocho meses, al cabo de los cuales se reducirá al trece por ciento 13%.

Al consumo de energía eléctrica se le aplicará la tarifa arriba mencionada, con excepción del consumo de energía eléctrica residencial, cuya tarifa será permanentemente de un cinco por ciento (5%). En las ventas de mercancías el impuesto se determina sobre el precio neto de venta, que incluye para estos efectos el monto del impuesto selectivo de consumo, cuando las mercancías de que se trate estén afectas a este impuesto.

En la prestación de servicios el impuesto se determina sobre el precio de venta, después de deducir los importes, cuando correspondan.

Se establece un impuesto sobre el valor agregado en la venta de mercancías y en la prestación de los servicios siguientes: Restaurantes, cantinas, centros nocturnos, sociales, de recreo y similares, hoteles, moteles, pensiones y casas de estancia transitoria o no, talleres de reparación y pintura de toda clase de vehículos, talleres de reparación y de refacción de toda clase de mercancías, aparcamientos de vehículos, servicios telefónicos, de cable, de télex, radiolocalizadores, radiomensajes y similares, servicios de revelado y copias fotográficas, incluso fotocopias, servicios publicitarios prestados a través de la radio, la prensa y la televisión. Estarán exentos de esta disposición las emisoras de radio y los periódicos rurales.

Además, las operaciones que están exentas son:

1. Artículos definidos en la canasta básica alimentaria.
2. Reencauches y las llantas para maquinaria agrícola exclusivamente.
3. Productos veterinarios y los insumos agropecuarios.
4. Las medicinas, el queroseno, el diesel para la pesca no deportiva, los libros, las composiciones musicales, los cuadros y pinturas creado en el país por pintores nacionales o extranjeros, y las cajas mortuarias.
5. El consumo mensual de energía eléctrica residencial que sea igual o inferior a 250 kW/h.
6. Las exportaciones de bienes gravados o no y la reimportación de mercaderías nacionales que ocurran dentro de los tres años siguientes a su exportación.
7. La venta o entrega de productos agropecuarios o agroindustriales orgánicos, registrados y certificados.

3.5 Regulaciones y Normas

El organismo principal en este ámbito es la entidad Oficial de Normas Técnicas es la Unidad de Reglamentación Técnica del Ministerio de Economía, Industria y Comercio, cuya función es que productor local tenga acceso a la legislación que existe y se pretenda promulgar en el país, como también mantenerlos informados de los reglamentos técnicos que emiten otros países y puedan constituir una barrera al comercio, garantizando con esto transparencia y seguridad jurídica en las transacciones de comercio internacional.

Dentro de esta unidad está el Órgano de Reglamentación Técnica, que es comisión interministerial cuya misión es elaborar los reglamentos técnicos. También es el encargado de coordinar, con los respectivos ministerios, la elaboración de sus reglamentos técnicos, de modo tal que su emisión permita efectiva y eficiente protección de la salud humana, animal y vegetal, del medio ambiente, de la seguridad, del consumidor y de los demás bienes jurídicos tutelados.

ORT: <http://www.reglatec.go.cr/ort.htm>

A nivel privado, El Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica (INTECO) es una asociación privada, sin fines de lucro, con personería jurídica y patrimonio propio. Creada en 1987, en el año 1995 fue reconocida, por decreto ejecutivo, como el Ente Nacional de Normalización.

Ese reconocimiento se consolida con la emisión de Ley del Sistema Nacional para la Calidad, Nº 8279, publicada el 21 de mayo del 2002. INTECO es reconocido como el Ente Nacional de Normalización por cinco años, reconocimiento que se puede mantener si la Asociación cumple a satisfacción con el encargo que le hace la Ley.

INTECO: <http://www.inteco.or.cr>

En cuanto a la importación

La importación de determinados productos, en función de su naturaleza, requiere la autorización previa de diversas instituciones gubernamentales.

Los productos alimenticios deben presentar la solicitud de aceptación de sus etiquetas a la Oficina Nacional de Normas y Unidad de Medida del Ministerio de Economía Industria y Comercio, posteriormente se solicita el registro ante el Departamento de Control de Alimentos del Ministerio de Salud.

Los productos químicos, agropecuarios y sanitarios se registran en el Departamento de Sustancias Tóxicas y Medicinas del Trabajo del Ministerio de Salud.

Los medicamentos, cosméticos, productos sanitarios, estupefacientes y psicotrópicos se registran en el Departamento de Drogas, Estupefacientes Controles y Registro del Ministerio de Salud.

El Departamento de Control de Alimentos del Ministerio de Salud es el responsable de otorgar los permisos para la entrada de productos alimenticios. El Departamento de Drogas Estupefacientes Controles y Registros del mismo Ministerio se ocupa de autorizar el registro de productos farmacéuticos y Cosméticos.

3.6 Modelación: Base imponible y cálculo de impuesto adicional para remesas

Cuadro 19: Caso Pisco Peruano en Costa Rica

SH	Descripción
Sección IV	Productos de las industrias alimentarias, bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre, tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados
Capítulo 22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre
22.08	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior a 80% vol.; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas
2208.20	Aguardiente de vino o de orujo de uvas
2208.20.90	Otros
Fracción Arancelaria	2208.20.90
DAI	9%
IGV	13%
Ley 6946 ⁵	1%
Ley Golfito 7012 ⁶	18%

Para la importación de bebidas alcohólicas, los requisitos a presentar serán ante la Dirección de Registros y Controles de Salud y son:



⁵ Ley 6946, es el impuesto del uno por ciento sobre el valor aduanero de las mercancías importadas.

⁶ Ley Golfito 7012, es la creación del depósito libre comercial, en la que se encuentran almacenes y expendios para la venta de mercaderías nacionales y extranjeras, se establece un impuesto único del dieciocho por ciento, de las mercaderías almacenadas en las bodegas del depósito libre comercial de Golfito.

a) Formulario de solicitud de registro completo y legible, firmado por el representante legal de la empresa.

b) Certificado de la autoridad de salud o autoridad competente, que el producto tiene libre venta y uso en el país de origen, debidamente consularizado por la respectiva autoridad consular costarricense. Podrá incluir uno o varios productos y no deberá tener una antigüedad superior a dos años desde su emisión. En caso de que el certificado venga en idioma diferente al español debe venir acompañado de la respectiva traducción oficial.

c) Etiqueta original. Si la etiqueta se encuentra en un idioma diferente al español, además debe presentar la traducción oficial de la etiqueta. El etiquetado de los alimentos para regímenes especiales también deben presentar la declaración del valor nutritivo del producto. En caso de que la etiqueta esté impresa directamente sobre el envase, se debe presentar el original y una copia.

d) Pago del arancel fijado para el registro, según lo establece la normativa vigente.

e) Certificación vigente de personería jurídica en caso de personas jurídicas.

La solicitud de registro será resuelta por la Dirección de Registros y Controles en el término de cinco días hábiles.

En caso de productos que ya se encuentran registrados ante la Dirección vayan a ser importados por personas físicas o jurídicas distintas al titular de dicho registro, el interesado deberá registrarse como importador de alimentos, presentando el formulario oficial y el pago del arancel de cada producto establecido para el respectivo registro.

Los distribuidores autorizados por el titular registral debidamente inscrito, quedan exentos de este requisito, siempre que dicho titular haya indicado previa y expresamente, ante la Dirección, las personas físicas y/o jurídicas, que ostenten tal calidad.

Además existe la ley 7972, que es un Impuesto específico sobre las bebidas alcohólicas de dieciséis colones (¢16,00) por unidad de consumo de bebidas alcohólicas, que recaerá sobre la producción nacional y la importación de estos productos.

Las unidades de consumo de los siguientes volúmenes, de acuerdo con el tipo de bebida:

- a. Cervezas y "coolers": 350 ml.
- b. Vinos, espumantes y sidras: 125 ml.
- c. Cremas, vermout, jerez, oporto, ponche y rompope: 75 ml.
- d. Para el resto de bebidas alcohólicas: 31,25 ml.

Si las bebidas alcohólicas se presentan en envases de volumen distinto, el impuesto se aplicará proporcionalmente.

Para aplicar el impuesto, se entenderá por venta cualquier acto que involucre o tenga como fin último transferir el dominio del producto, con independencia de su naturaleza jurídica, de la designación y de las condiciones pactadas por las partes. Asimismo, se entenderá por importación o internación el ingreso al territorio nacional, cumplidos los trámites legales, de las bebidas alcohólicas provenientes tanto de Centroamérica como del resto del mundo.

3.7 Desarrollo de Negocios

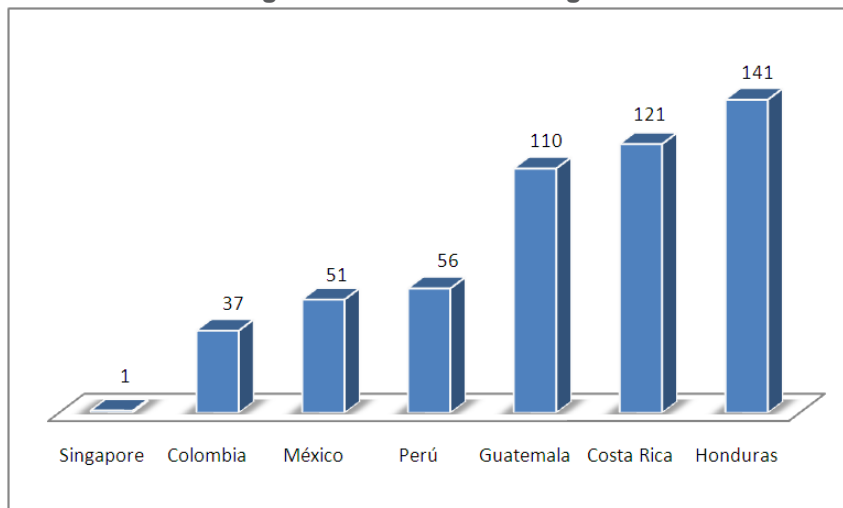
Costa Rica, a pesar de ser un mercado pequeño, posee un alto poder adquisitivo, es una economía en crecimiento, firmemente ligada a Estados Unidos. Es el país líder centroamericano en producción y exportación de tecnología, tiene dependencia de las importaciones de productos básicos y de capital y posee gran número de turistas e infraestructura turística desarrollada.

Según la encuesta realizada por el Banco Mundial para los Indicadores de Gobernabilidad Global 2008, clasificó a Costa Rica en el primer lugar de Latinoamérica por su estabilidad política. El país no impone limitaciones a las transferencias de fondos de capital asociadas a

una inversión, independientemente de la moneda, no aplica ninguna restricción a la re-inversión o a la repatriación de las ganancias, cánones o capitales. No existe ningún requerimiento de registrar inversiones ante alguna de las autoridades gubernamentales.

Costa Rica ha logrado estándares internacionales de protección a los derechos de propiedad intelectual y obtener el segundo lugar de América Latina en el Índice de Estabilidad Política y Ausencia de Violencia.

Gráfico 18: Ranking: Facilidad de hacer negocios en Costa Rica



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

En el gráfico anterior, se observa que Costa Rica se encuentra ubicado en la posición número 121 con respecto al mundo, en facilidad de hacer negocios en ese país, siendo el más alto a comparación de Guatemala, México y Colombia. Perú se encuentra ubicado en el puesto 56. La economía que está mejor clasificada es Singapur en la primera posición.

3.7.1 Apertura de un negocio

Costa Rica es una excelente opción de negocios; sea para realizar actividades de comercio internacional o solo como holdings, las empresas en Costa Rica son la forma moderna de hacer negocios y estructuras fiscales legales, efectivas y prácticas.

La legislación mercantil costarricense contempla diversos tipos de instituciones comerciales. Las principales son las siguientes:

- La sociedad anónima
- La sociedad de responsabilidad limitada
- La sociedad en nombre colectivo
- La sociedad en comandita

Tradicionalmente, las sociedades anónimas y las sociedades de responsabilidad limitada han sido los instrumentos jurídicos más utilizados y lo siguen siendo en la actualidad.

Para establecer una empresa se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Que la Sociedad Anónima, es la forma más común de organización para los inversionistas.
- Los extranjeros tienen los mismos derechos que los nacionales para la constitución de empresas.

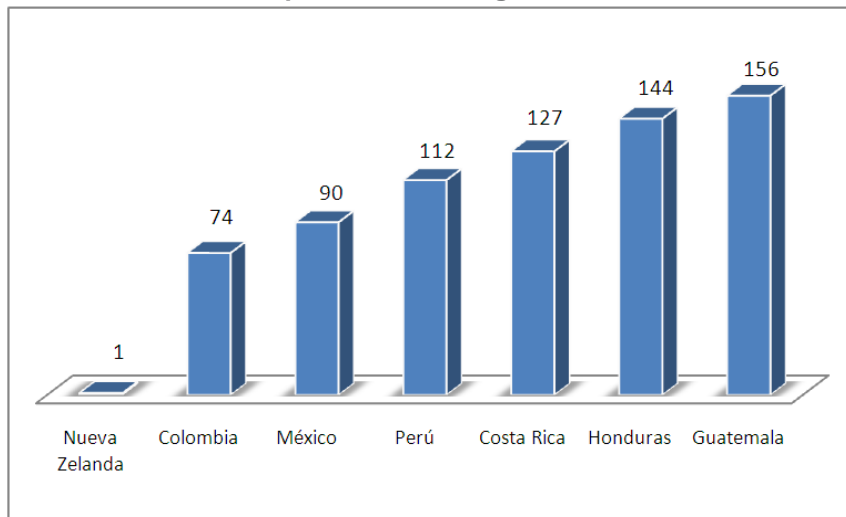
Para establecer una compañía se deben cumplir con varias etapas:

- Crear la compañía en el Registro Nacional
- Registrarse como empleador en la Caja del Seguro Social y en el Instituto Nacional de Seguros
- Registrarse ante la Dirección General de Tributación Directa

- Solicitar la Patente Municipal
- Gestionar el permiso de operación del Ministerio de Salud.

En el siguiente gráfico podemos apreciar que Costa Rica se encuentra en la posición 127 del ranking mundial en la apertura de un negocio, Perú se encuentra en el puesto 112, mientras que Nueva Zelanda se encuentra en la primera posición en esta categoría.

Gráfico 19: Apertura de un negocio en Costa Rica



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

Cuadro 20: Indicadores de apertura de un negocio en Costa Rica

Concepto	Costa Rica
Procedimientos (número)	12
Tiempo (días)	60
Costo (% de ingreso per cápita)	20.0
Capital mínimo pagado (% de ingreso per cápita)	0

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

El gráfico anterior muestra las características más importantes al momento de aperturar un negocio, como los procedimientos o la cantidad de pasos a seguir para lograrlo, el tiempo que conlleva realizarlo, el costo y el capital mínimo pagado. En el siguiente gráfico muestra estas características comparadas con los años 2008 y 2009, para de esta manera saber la evolución que ha tenido.

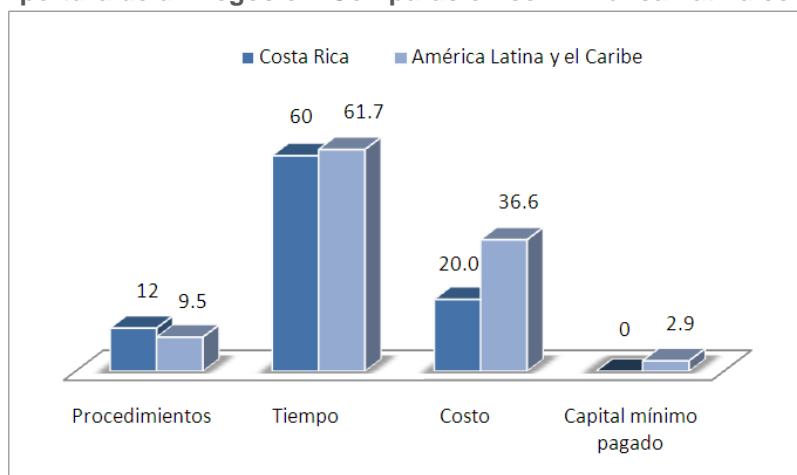
Cuadro 21: Evolución de los indicadores de apertura de un negocio en Costa Rica

Concepto	2008	2009	2010
Procedimientos (número)	12	12	12
Tiempo (días)	77	60	60
Costo (% de ingreso per cápita)	21.3	20.5	20.0
Capital mínimo pagado (% de ingreso per cápita)	0	0	0

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

Comparando las características para aperturar un negocio en Costa Rica con el resto de los países de América Latina y el Caribe, tenemos que en cuanto a tiempo, costo y capital mínimo pagado, Costa Rica tiene bajos índices, mientras que en el número de procedimientos a seguir esta 2.5% adelante que el resto de los países.

Gráfico 20: Apertura de un negocio – Comparación con América Latina con Costa Rica³



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

3.7.2 Manejo de permisos de construcción

Según datos de la Cámara costarricense de construcción, en cuestión de doce meses, la cantidad de permisos de construcción en Costa Rica disminuyó un 50%. Además, la demanda de cemento y concreto decreció un 20% y un 30% respectivamente, según datos del Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos.

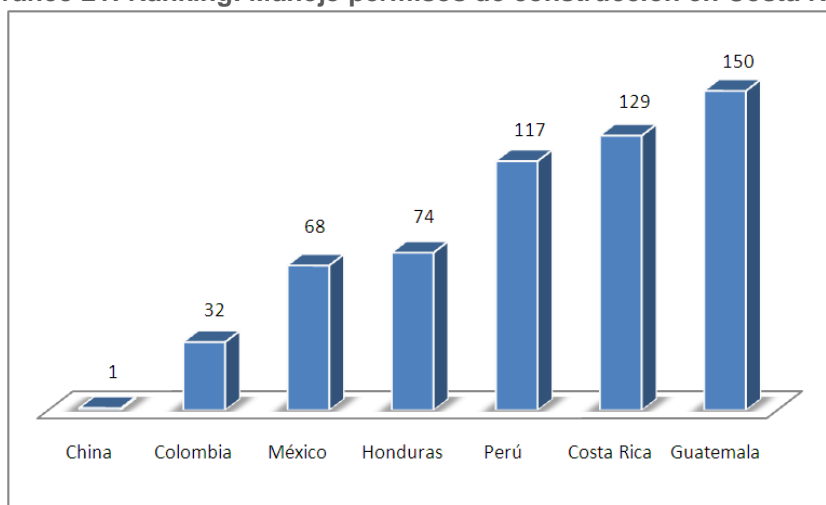
Pese a que los precios de los materiales de construcción han caído, este sector se encuentra con menos desarrollo producto de la crisis y además enfrenta altos costos de producción. Costa Rica tiene tres palancas para reactivar la economía nacional: inversión pública en infraestructura, aumentar crédito para empujar el consumo interno y motivar la inversión extranjera directa a través de incentivos o mejoras a la ley de zonas francas.

Para el caso particular de la construcción, el modelo actual, enfocado principalmente a necesidades de estadounidenses, podría redirigirse hacia mercados como el chino, indio y brasileño.

Cemex de Costa Rica ha tenido que cerrar cinco de ocho plantas mezcladoras de concreto que funcionaban en Costa Rica, principalmente en Guanacaste, lo que implicó el desempleo de 50 personas.

Costa Rica se ubica en la posición número 129 en el ranking de manejo de permisos de construcción, en comparación con países como Honduras, México y Colombia. Perú se ubica en el puesto 117. En el puesto número 1 se encuentra China como la mejor economía clasificada en este rubro.

³ Los valores en el gráfico en procedimientos esta expresado en números, el tiempo en días, el costo y el capital mínimo pagado esta expresado en porcentaje del ingreso per cápita.

Gráfico 21: Ranking: Manejo permisos de construcción en Costa Rica

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

Cuadro 22: Indicadores de manejo permisos de construcción en Costa Rica

Concepto	Costa Rica
Procedimientos (número)	23
Tiempo (días)	191
Costo (% de ingreso per cápita)	183.60

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

Este tema registra el costo, la duración, y el número de procedimientos necesarios para construir un almacén. Incluye el tiempo para conseguir las licencias y permisos necesarios, completar las inspecciones requeridas y obtener conexión a servicios públicos tales como agua y luz.

El gráfico anterior muestra las características más importantes para el manejo de permisos de construcción, como los procedimientos o la cantidad de pasos a seguir para lograrlo, el tiempo que conlleva realizarlo, costo. En el siguiente gráfico muestra estas características comparadas con los años 2008 y 2009, para de esta manera saber la evolución que ha tenido.

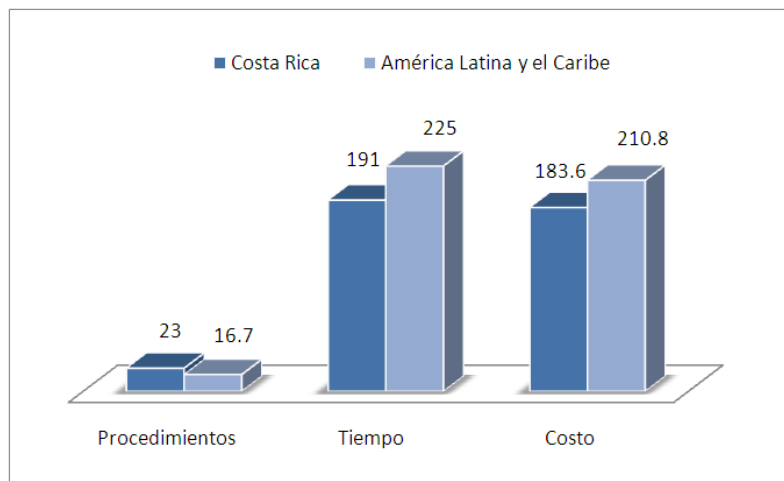
Cuadro 23: Evolución de los indicadores de permisos de construcción en Costa Rica

Concepto	2008	2009	2010
Procedimientos (número)	23	23	23
Tiempo (días)	178	191	191
Costo (% de ingreso per cápita)	244.2	211.7	183.6

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

Comparando las características para el manejo de permiso de construcción en Costa Rica con el resto de los países de América Latina y el Caribe, tenemos que en cuanto a tiempo y a costo, Costa Rica tiene en promedio índices bajos, mientras que en el número de procedimientos a seguir esta 6.3% delante que el resto de los países.

Gráfico 22: Manejo de permisos de construcción – Comparación con América Latina en Costa Rica



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

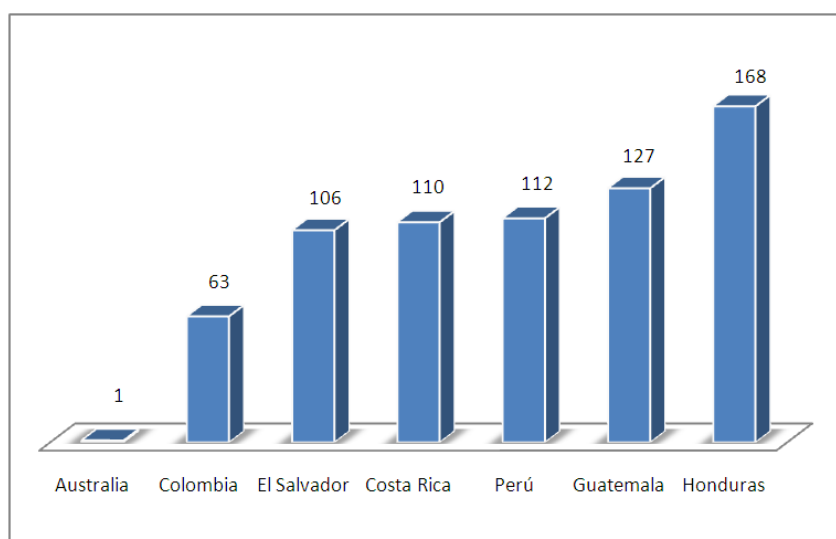
3.7.3 Contrato de trabajadores

En Costa Rica no existen restricciones para contratar extranjeros ni un número mínimo de nacionales, la jornada laboral ordinaria es de 48 horas semanales -8 horas diarias.

Los sindicatos están reconocidos por la Constitución Política, pero son casi inexistentes en el sector privado. Los extranjeros para laborar en el país deben contar con un permiso de residencia o un permiso temporal de trabajo y el empleador tienen el derecho de poner fin al contrato de trabajo en cualquier momento con o sin causal de despido.

Costa Rica se encuentra ubicada en la posición número 110 en el ranking mundial de contrato de los trabajadores, por debajo de Guatemala y Honduras, y por delante de El Salvador y de Colombia. Perú se ubica en el puesto 112 del ranking. La economía mejor clasificado es Australia quien ocupa la posición número 1.

Gráfico 23: Ranking: Contrato de trabajadores en Costa Rica



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

Este tema mide la flexibilidad de las regulaciones laborales. Examina la dificultad en la contratación de nuevos trabajadores, la rigidez en las regulaciones sobre la expansión o contracción de los horarios de trabajo, el costo no salarial de contratar un trabajador, y las dificultades y costos de la eliminación de empleos redundantes.

La siguiente tabla muestra los principales indicadores. Estos son:

- Dificultad para contratar a un nuevo trabajador (índice de dificultad en la contratación)
- Restricciones en la ampliación o reducción del horario de trabajo (índice de flexibilidad en los horarios)
- Dificultad y costo de despedir a un trabajador redundante (índice de dificultad en el despido)
- Promedio de los tres índices (índice de rigidez laboral)
- Costo de un trabajador redundante, expresado en términos de salario semanal (costo por despido).

Cuadro 24: Indicadores de contrato de trabajadores en Costa Rica

Concepto	Costa Rica
Índice de dificultad de contratación (0-100)	78
Índice de rigidez en los horarios (0-100)	40
Índice de dificultad de despido (0-100)	0
Índice de rigidez empleo (0-100)	39
Costos por redundancias (semanas de salarios)	29

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

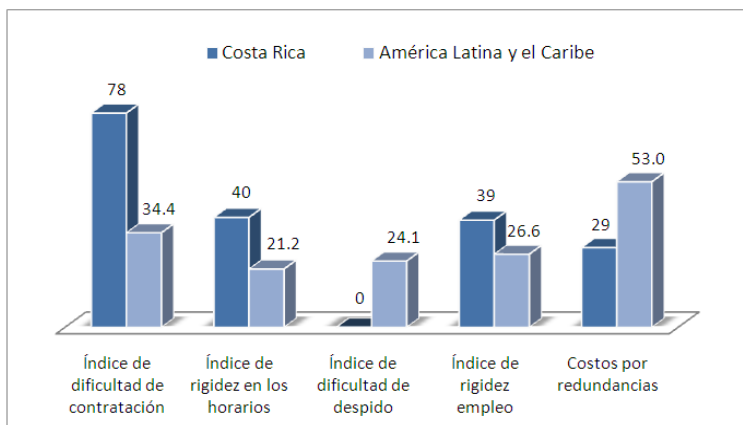
Cuadro 25: Evolución de los indicadores de contrato de trabajadores en Costa Rica

Concepto	2008	2009	2010
Índice de dificultad de contratación (0-100)	-	-	78
Índice de rigidez en los horarios (0-100)	-	-	40
Índice de dificultad de despido (0-100)	-	-	0
Índice de rigidez empleo (0-100)	39	39	39
Costos por redundancias (semanas de salarios)	29	29	29

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

Comparando las características para el contrato de empleadores en Costa Rica con el resto de los países de América Latina y el Caribe, tenemos que en cuanto a índice de dificultad de contratación, rigidez en los horarios y en el empleo, Costa Rica tiene en promedio índices altos, mientras que en índice de dificultad de despido y costos por redundancias esta en promedio más bajo que el resto de los países.

Gráfico 24: Contrato de empleadores – Comparación con América Latina y el Caribe en Costa Rica



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

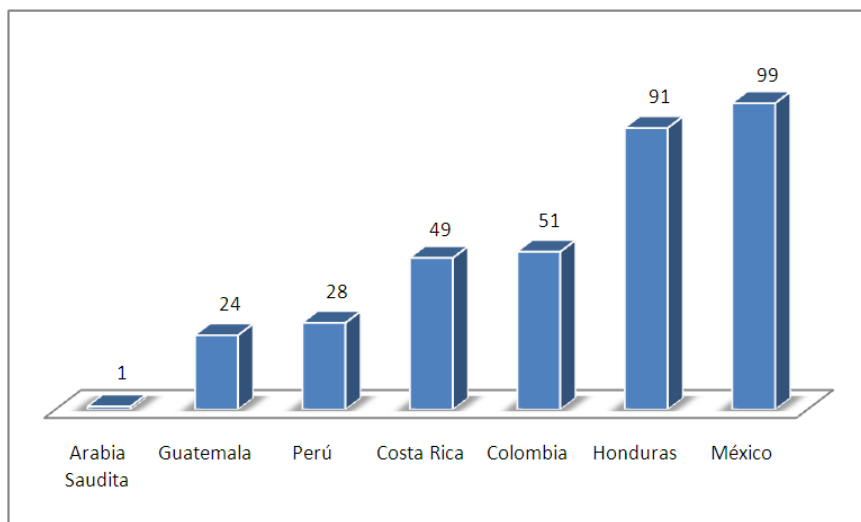
3.7.4 Registro de propiedades

Costa Rica ocupa el cuarto lugar en el mundo en cuanto a facilidades de inversión foránea, pues existen muy pocas restricciones para la inversión inmobiliaria por parte de extranjeros, ya que éstos gozan de los mismos derechos que ciudadanos costarricenses. No hay casi restricciones a la propiedad de la tierra privada, a menos que sean dados o vendidos a los ciudadanos de Costa Rica como parte de programas del gobierno. Las propiedades inmobiliarias se pueden negociar o adquirir libremente cerca. Ni la ciudadanía ni la residencia o aún la presencia en el país se requiere para la propiedad de terreno.

Además, Costa Rica proporciona una forma segura de registro de título para proteger a los compradores contra demandas ocultas. Esta protección se centra en el Registro Público de la Propiedad, donde el 99 por ciento de las propiedades en Costa Rica se encuentran inscritas, los documentos de título y el plano catastrado de cada propiedad se registran allí y cualquier cambio en el estado de un título o cualquier demanda que pudiera afectarla.

Costa Rica se encuentra ubicada en la posición número 49 en el ranking mundial de registro de propiedades, por debajo de Colombia, Honduras y México, y por delante de Guatemala. Perú se ubica en el puesto 28. La economía mejor clasificada es Arabia Saudita quien ocupa la posición número 1.

Gráfico 25: Ranking: Registro de propiedades en Costa Rica



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

Este tema examina los pasos, el tiempo y el costo de registrar propiedades, asumiendo el caso estándar de un nuevo empresario que quiere comprar un terreno y un edificio en la ciudad más grande, estos ya están registrados y están libres de disputas sobre el título.

La siguiente tabla muestra los principales indicadores, que incluyen:

- Número de procedimientos que exige la ley para registrar la propiedad.
- Tiempo empleado para completar los procedimientos.
- Costos, tales como tasas, impuestos de transferencia, impuestos de sellos, pagos a la oficina de registro, gastos notariales, pagos a organismos públicos y abogados. El costo se expresa como porcentaje del valor de la propiedad, que se calcula asumiendo que el valor de la propiedad es 50 veces el ingreso per cápita.

Cuadro 26: Indicadores de registro de propiedades en Costa Rica

Concepto	Costa Rica
Procedimientos (número)	6
Tiempo (días)	21
Costo (% del valor de la propiedad)	3.4

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

En el siguiente gráfico muestra estas características comparadas con los años 2008 y 2009, para de esta manera saber la evolución que ha tenido.

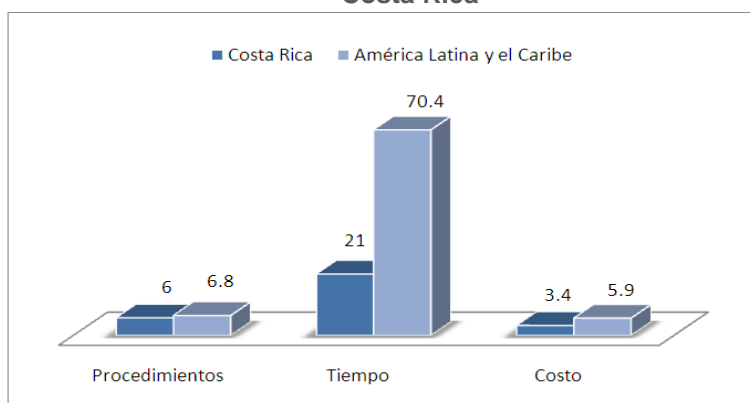
Cuadro 27: Evolución de los indicadores de registro de propiedades en Costa Rica

Concepto	2008	2009	2010
Procedimientos (número)	6	6	6
Tiempo (días)	21	21	21
Costo (% del valor de la propiedad)	3.3	3.4	3.4

Fuente: Banco Mundial

Comparando las características para el registro de propiedades en Costa Rica con el resto de los países de América Latina y el Caribe, tenemos que en cuanto a procedimientos, tiempo y costo, Costa Rica tiene en promedio índices bajos, que el resto de los países.

Gráfico 26: Registro de propiedades – Comparación con América Latina y el Caribe con Costa Rica



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

3.7.5 Cumplimiento de contrato

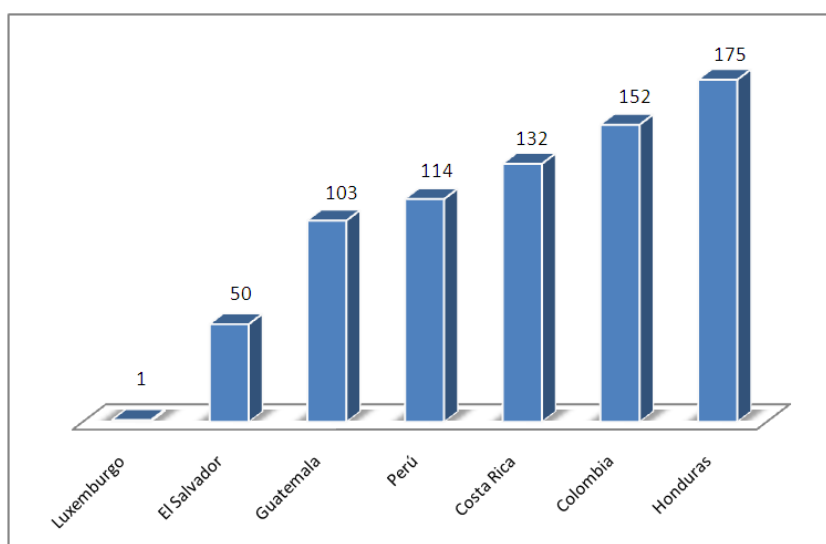
Muchas compañías extranjeras hacen negocios en Costa Rica o establecen una relación con empresas locales sin un contrato escrito o a través de sus acuerdos usuales de distribución y/o representación.

En la mayoría de los casos, esos acuerdos y el establecimiento de la relación local se crea sin el conocimiento y/o sin el completo entendimiento de la ley local existente, la cual establece un régimen muy proteccionista hacia la compañía local.

Por ello, para tomar decisiones más informadas acerca del establecimiento de relaciones con compañías costarricenses y de la estructura más conveniente para tales fines es vital, asesorarse correctamente e informarse de la reputación de cada empresa y como se establecen los lineamientos en el contrato.

Costa Rica se encuentra ubicada en la posición número 132 en el ranking mundial de cumplimiento de contrato, por debajo de Colombia y Honduras, y por encima de Guatemala, México y Perú. Perú ocupa el puesto 114 del ranking. La economía mejor clasificada es Luxemburgo quien ocupa la posición número 1.

Gráfico 27: Ranking: Cumplimiento de contrato en Costa Rica



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

Este tema evalúa la eficiencia en el cumplimiento de los contratos haciendo seguimiento a una disputa sobre la venta de bienes y el tiempo, el costo y el número de pasos desde el momento en que el demandante presenta la demanda hasta el momento del pago.

La siguiente tabla muestra los principales indicadores, que incluyen:

- Número de pasos desde el momento en que el demandante presenta la demanda ante un tribunal hasta el momento del pago
- Tiempo en días calendario para resolver la disputa, y
- Costos judiciales y honorarios de abogados, cuando el uso de abogados es obligatorio o habitual, expresado como porcentaje del valor de la deuda.

Cuadro 28: Indicadores de cumplimiento de contrato en Costa Rica

Concepto	Costa Rica
Procedimientos (número)	40
Tiempo (días)	852
Costo (% del valor de la propiedad)	24.3

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

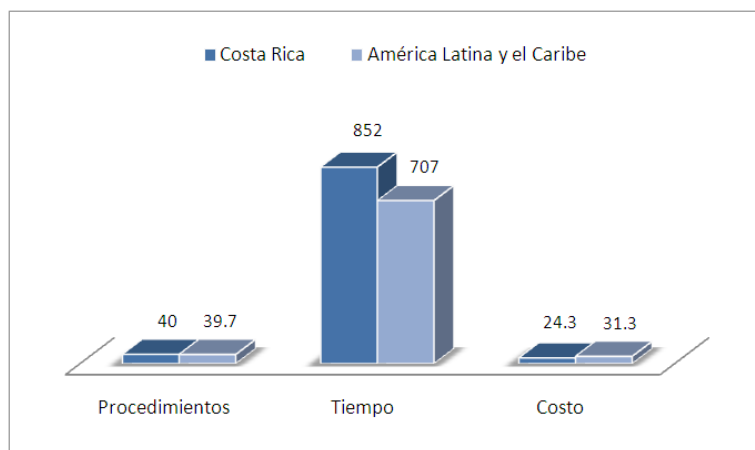
En el siguiente gráfico muestra estas características comparadas con los años 2008 y 2009, para de esta manera saber la evolución que ha tenido.

Cuadro 29: Evolución de los indicadores de cumplimiento de contrato en Costa Rica

Concepto	2008	2009	2010
Procedimientos (número)	40	40	40
Tiempo (días)	877	877	852
Costo (% del valor de la propiedad)	24.3	24.3	24.3

Fuente: Banco Mundial

Comparando las características para el cumplimiento de contratos en Costa Rica con el resto de los países de América Latina y el Caribe, tenemos que en cuanto a procedimientos y tiempo, Costa Rica tiene en promedio índices altos, mientras que en el costo este país está ligeramente más bajo que el resto de los países.

Gráfico 28: Cumplimiento de contratos – Comparación con América Latina y el Caribe en Costa Rica

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

3.7.6 Cierre de una empresa

La última opción que debe tomarse en una empresa, es declararse en quiebra, ya que después de iniciar su proceso de liquidación es también el inicio de la muerte legal de la compañía. La quiebra en el sentido legal se presenta cuando la empresa no puede pagar sus cuentas o cuando sus obligaciones sobrepasan el valor justo de sus activos. En cualquiera de estas

situaciones una empresa puede ser declarada legalmente quebrada. Cuando se decreta la quiebra de una empresa, El juez puede designar un árbitro que se haga cargo de las muchas tareas rutinarias necesarias para administrar la quiebra.

El juez, en quiebras involuntarias, o el árbitro, en quiebras voluntarias, pueden designar custodios de bienes que se hagan cargo de las propiedades de la empresa quebrada para proteger los intereses de los acreedores durante el periodo que transcurra entre la presentación de la petición de quiebra y la designación de un síndico o la denegación de la petición.

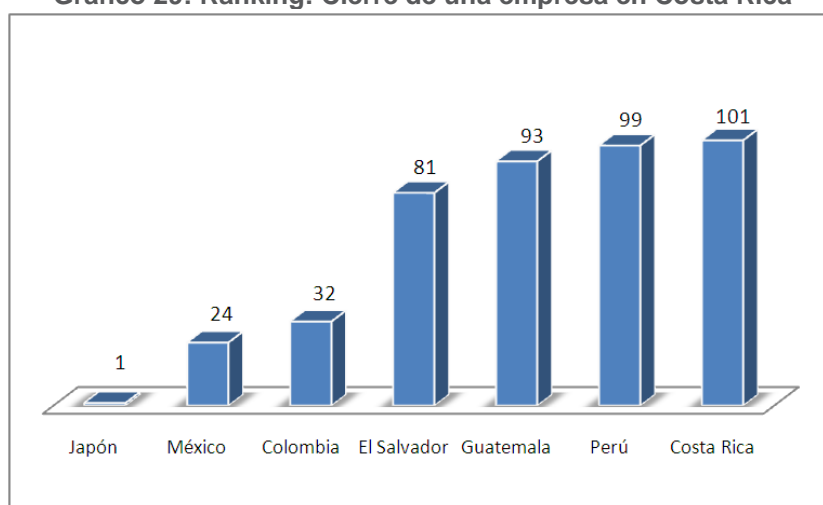
Es necesario un custodio de bienes pues transcurre un periodo largo de tiempo entre la petición de quiebra y la designación de un síndico.

Los acreedores designan un síndico que asume no solamente la función del custodio, sino que es responsable de la liquidación de la empresa, el desembolso de fondos, llevar los registros, examinar las reclamaciones de los acreedores, suministrar la información que se requiera y preparar los informes finales de la liquidación.

A menudo se designan tres síndicos y/o se forma un comité asesor compuesto de tres o más acreedores, ocasionalmente, el tribunal convoca reuniones subsecuentes de acreedores, pero para finiquitar los bienes se requiere solamente una reunión final.

Costa Rica se encuentra ubicada en la posición número 101 en el ranking mundial de cierre de una empresa, por delante de Guatemala, México, El Salvador y Colombia. Perú se ubica en la posición número 99 del ranking. La economía mejor clasificada es Japón quien ocupa la posición número 1.

Gráfico 29: Ranking: Cierre de una empresa en Costa Rica



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

Este tema identifica debilidades en la ley de bancarrotas y las principales demoras procesales y administrativas durante un proceso de bancarrota.

La siguiente tabla muestra los principales indicadores, que incluyen:

- el tiempo promedio para completar un procedimiento,
- el costo de un procedimiento de bancarrota, y
- la tasa de recuperación, que calcula en centavos por dólar lo que los demandantes (acreedores, autoridades tributarias y empleados) recuperan de una empresa insolvente.

Cuadro 30: Indicadores de cierre de una empresa en Costa Rica

Concepto	Costa Rica
Tiempo (años)	3.5
Costo (% de los bienes)	15
Tasa de recuperación (centavos por dólar)	25.4

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

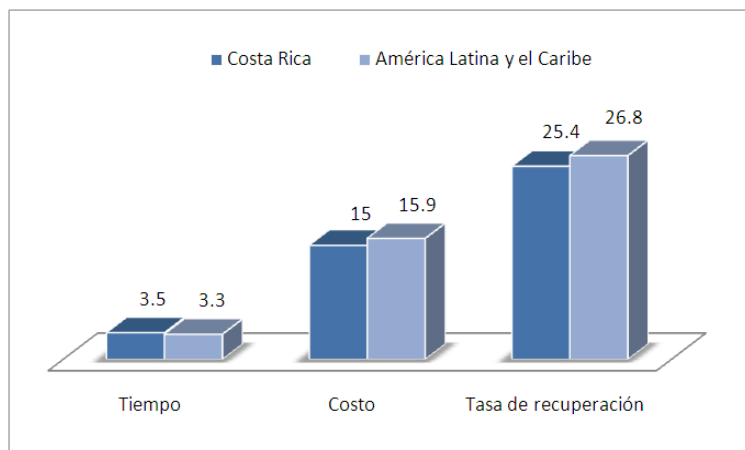
En el siguiente gráfico muestra estas características comparadas con los años 2008 y 2009, para de esta manera saber la evolución que ha tenido.

Cuadro 31: Evolución de los indicadores de cierre de una empresa en Costa Rica

Concepto	2008	2009	2010
Tiempo (años)	3.5	3.5	3.5
Costo (% de los bienes)	15	15	15
Tasa de recuperación (centavos por dólar)	23.1	25.4	25.4

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

Comparando las características para el cierre de una empresa en Costa Rica con el resto de los países de América Latina y el Caribe, tenemos que en cuanto a tiempo esta 0.2% por encima del promedio, mientras que en cuanto a costo y tasa de recuperación este país está ligeramente más bajo que el resto de los países, con un 15 y 25.4% respectivamente.

Gráfico 30: Cierre de una empresa – Comparación con América Latina y el Caribe con Costa Rica

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

3.7.7 Protección de los inversores

Los acuerdos de protección y promoción de inversiones tienen por fin proteger y promover la inversión extranjera efectuada por nacionales o sociedades de uno de los estados contratantes en el otro Estado contratante.

Bajo estos acuerdos, los estados contratantes se obligan a no obstaculizar, a través de medidas injustificadas o discriminatorias, las inversiones que realicen en sus territorios nacionales del otro estado contratante, dándoles un trato justo y equitativo bajo condiciones no

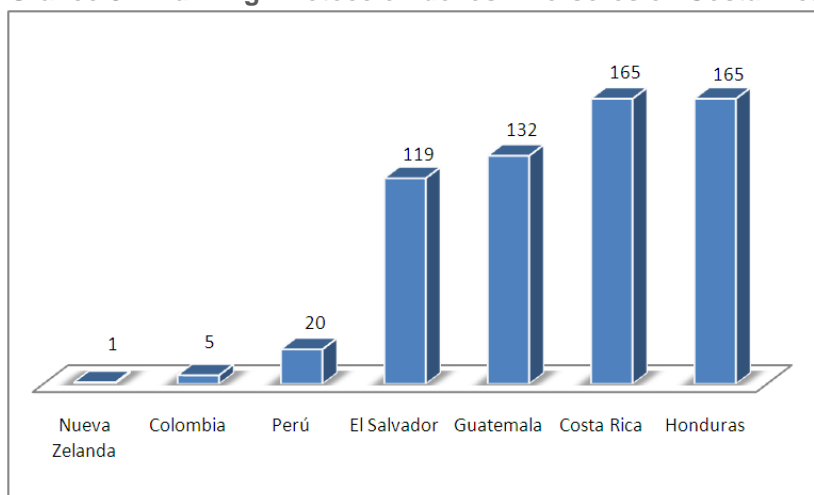
menos favorables que las otorgadas a los inversionistas nacionales o de un tercer país; facilitando el acceso al mercado oficial de divisas en forma no discriminatoria y otorgando a los inversionistas la posibilidad de transferir libremente al exterior las rentas de sus inversiones.

Además, se obligan a pagar una indemnización en moneda de libre convertibilidad y sin demora injustificada a aquellos inversionistas que sufran nacionalizaciones o expropiaciones por causa de utilidad pública o interés nacional. Todo ello, sin limitar o eliminar las condiciones más favorables que cada estado, eventualmente, les proporcione a dichos inversionistas fuera del acuerdo.

Un aspecto a destacar en estos acuerdos, es que las controversias que surjan respecto a las inversiones, y que no sean solucionadas por consulta amistosa, podrán ser sometidas, a petición del inversionista, a un arbitraje internacional, sin necesidad de recurrir a la jurisdicción del estado receptor de la inversión, lo que sin duda constituye una garantía de imparcialidad.

Costa Rica se encuentra ubicada en la posición número 165 en el ranking mundial de protección a los inversores, igual que Honduras, y delante de Guatemala, El Salvador y Colombia. Perú se ubica en el puesto 20 del ranking. La economía mejor clasificada es Nueva Zelanda quien ocupa la posición número 1.

Gráfico 31: Ranking: Protección de los inversores en Costa Rica



Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

Este tema mide la fortaleza de las medidas de protección de los inversionistas minoritarios contra el uso inadecuado de activos corporativos por parte de oficiales y directivos para beneficio personal.

La siguiente tabla muestra los principales indicadores, que incluyen:

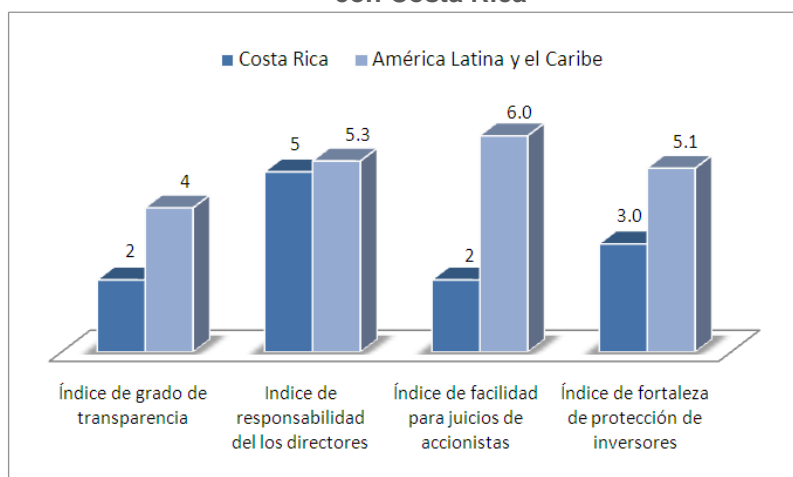
- transparencia de las transacciones (índice de divulgación de información),
- responsabilidad por negociaciones en beneficio propio (índice de responsabilidad de los directivos),
- habilidad de los accionistas para demandar oficiales y directivos por mala administración (índice de capacidad de demanda por parte de los accionistas),
- fortaleza del índice de protección al inversionista (promedio de los tres índices)

Cuadro 32: Indicadores de protección a los inversores en Costa Rica

Concepto	Costa Rica
Índice de grado de transparencia (0-10)	2
Índice de responsabilidad del los directores (0-10)	5
Índice de facilidad para juicios de accionistas (0-10)	2
Índice de fortaleza de protección de inversores (0-10)	3.0

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

Comparando las características para la protección de los inversores en Costa Rica con el resto de los países de América Latina y el Caribe, tenemos que en cuanto a índice de grado de transparencia tiene un 2% más bajo, en índice de responsabilidad de los directores, se encuentra 0.3% menos que el promedio, en índice de factibilidad para juicios de accionistas tiene un 2% en comparación de un 6% con el resto de países y finalmente el índice de fortaleza de protección de los inversores es de 3% con 5.1% de América Latina y el Caribe.

Gráfico 32: Protección de los inversores - Comparación con América Latina y el Caribe con Costa Rica

Fuente: Banco Mundial – Doing Business in Costa Rica 2010

4. Acceso al Mercado

Los impuestos a la importación en Costa Rica son: la tarifa de Derecho Arancelario a la Importación (DAI) sobre valor aduanero (CIF), Impuesto selectivo al Consumo (entre el 5 y 75%) aplicable sobre el valor aduanero más el DAI, armas y municiones (75%), joyería, fuegos artificiales y whiskey (50%), vino y cerveza (40%). Impuesto de Ley 6946 aplicable sobre CIF (1%), excepto medicamentos de uso humano y materias primas para la industria y el Impuesto de Ventas sobre valor CIF (13%).

Los productos agrícolas requieren Certificados Fitosanitarios; los productos químicos, farmacéuticos, cosméticos, insecticidas, pesticidas y sustancias tóxicas requieren Permiso de Importación del Ministerio de Salud. Se requiere Certificado de Libre Venta en productos como: cosméticos químicos, sustancias tóxicas, pesticidas, agroquímicos e insecticidas para comprobar que son de libre venta en el país de origen, este debe llevar información acerca de los ingredientes u otra información pertinente y debe ser legalizado por el consulado de Costa Rica. Los medicamentos, farmacéuticos y cosméticos deben ser registrados con el Ministerio de Salud cada cinco años,

todos los fabricantes e importadores deben solicitar el registro y llevar las muestras del producto y los insecticidas ante el Ministerio de Agricultura y Cría.

En Costa Rica no existen requerimientos generales de etiquetado, excepto para los alimentos, que requieren etiqueta en español que contenga los siguientes datos: nombre del producto, lista de ingredientes en orden cuantitativo, contenido nutricional, nombre y dirección del importador, fecha de vencimiento y peso. Los productos químicos (fertilizantes, pesticidas, hormonas, preparaciones veterinarias, vacunas, sustancias venenosas, enjuagues bucales y farmacéuticos también requieren un etiquetado especial.

La ley de aduanas de Costa Rica (Ley No. 7557) fue modificada mediante la ley No. 8373. Estas modificaciones a la ley entran en vigencia a partir del 5 de marzo de 2004.

Lo más importante de esta modificación, es que mediante el artículo 86, toda mercancía exportada a Costa Rica deberá acompañarse de su correspondiente copia de la declaración oficial aduanera de Colombia (o el país exportador), en nuestro caso el DEX, que incluya el valor real de la mercancía, el número y monto de la factura, el número del contenedor, el peso bruto y neto, y el nombre del importador.

Se reforma el artículo 86, cuyo texto dirá:

"Artículo 86.—Declaración aduanera. Las mercancías internadas o dispuestas para su salida del territorio aduanero, cualquiera que sea el régimen al cual se sometan, serán declaradas conforme a los procedimientos y requisitos de esta Ley y sus Reglamentos, mediante los formatos autorizados por la Dirección General de Aduanas.

Con la declaración se expresa, libre y voluntariamente, el régimen al cual serán sometidas las mercancías; además, se aceptan las obligaciones que el régimen impone.

Para todos los efectos legales, la declaración aduanera efectuada por un agente aduanero se entenderá realizada bajo la fe del juramento. El agente aduanero será responsable de suministrar la información y los datos necesarios para determinar la obligación tributaria aduanera, especialmente respecto de la descripción de la mercancía, su clasificación arancelaria, el valor aduanero de las mercancías, la cantidad, los tributos aplicables y el cumplimiento de las regulaciones arancelarias y no arancelarias que rigen para las mercancías, según lo previsto en esta Ley, en otras leyes y en las disposiciones aplicables.

Asimismo, el agente aduanero deberá consignar, bajo fe de juramento, el nombre, la dirección exacta del domicilio y la cédula de identidad del consignatario, del importador o consignante y del exportador, en su caso. Si se trata de personas jurídicas, dará fe de su existencia, de la dirección exacta del domicilio de sus oficinas principales y de su cédula jurídica. Para los efectos anteriores, el agente aduanero deberá tomar todas las previsiones necesarias, a fin de realizar correctamente la declaración aduanera, incluso la revisión física de las mercancías.

En todos los casos, la declaración aduanera deberá venir acompañada por el original de la factura comercial, un certificado de origen de las mercancías emitido por la autoridad competente al efecto, cuando sea procedente, y una copia de la declaración oficial aduanera del país exportador, que incluya el valor real de la mercancía, el número y monto de la factura, el número del contenedor, el peso bruto y neto, y el nombre del importador. La declaración aduanera deberá fijar la cuantía de la obligación tributaria aduanera y el pago anticipado de los tributos, en los casos y las condiciones que se dispongan vía reglamento".

4.1 Acuerdos Comerciales

En la actualidad, los países de Perú y Panamá no cuentan con acuerdos comerciales ni tratados bilaterales de inversión. El año pasado los ministros de Comercio Exterior de ambos

países anunciaron en San José sus intenciones de negociar un Tratado de Libre Comercio (TLC), similar aplicado con la Unión Europea.

Los acuerdos comerciales de Guatemala se dividen en: Acuerdos Comerciales en vigor, y Acuerdos Comerciales suscritos aun no vigentes, en Acuerdos Comerciales en Vigor, se incluye: Acuerdos Multilaterales, Uniones Aduaneras, Acuerdos de Libre Comercio y Acuerdos de Alcance Parcial. Y en Acuerdos Comerciales suscritos aun no vigentes se incluye a: Acuerdos de Alcance parcial.

Acuerdos Comerciales en vigor

Cuadro 33: Acuerdos comerciales en vigor en Costa Rica

Acuerdos multilaterales	
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción
Miembros de la OMC	07 de Mayo de 1995 (Parte contratante del GATT 1947 desde 22 mayo 1991)
Uniones Aduaneras	
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción
Miembros del MCCA	13 de Diciembre de 1960
Acuerdos de libre comercio	
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción
Canadá	23 de Abril de 2001
CARICOM	9 de Marzo de 2004
Chile - Centroamérica (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua)	18 de Octubre de 1999
República Dominicana - Centroamérica - Estados Unidos (CAFTA-DR)	5 de Agosto de 2004
República Dominicana - Centroamérica (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua)	16 de Abril de 1998
México	5 de Abril de 1994
Panamá - Centroamérica (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua)	6 de Marzo de 2002
Acuerdos de alcance parcial	
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción
Colombia	2 de Marzo de 1984
Venezuela	21 de Marzo de 1986

Fuente: Sistema de Información sobre Comercio Exterior - SICE

Acuerdos Comerciales suscritos aun no vigentes

Cuadro 34: Acuerdos comerciales aun no vigentes en Costa Rica

Acuerdos de alcance parcial	
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción
China	08 de Abril del 2010
Singapur	06 de Abril del 2010

Fuente: Sistema de Información sobre Comercio Exterior - SICE

Tratados Bilaterales de inversión

Cuadro 35: Tratados Bilaterales de Inversión en Costa Rica

Acuerdo/Parte(s)	Fecha de suscripción	Entrada en vigencia
Alemania	13 setiembre 1994	5 de Noviembre de 1997
Argentina	21 de Mayo de 1997	7 de Marzo de 2001
Bélgica/ Luxemburgo	26 de Abril de 2002	En negociación
Canadá	18 de Marzo de 1998	29 de Septiembre de 1999
China	25 de Marzo de 1999	08 de Octubre del 2004
Chile	11 de Julio de 1996	23 de Marzo de 1998
Corea	11 de Agosto de 2000	7 de Mayo de 2002
Ecuador	6 de Diciembre de 2001	29 de Agosto de 2002
España	8 de Julio de 1997	9 de Junio de 1999
Francia	8 de Marzo de 1984	04 noviembre 1997
Países Bajos	21 de Mayo de 1999	01 de Julio del 2001
Paraguay	29 de Enero de 1998	25 de Mayo de 2001
Reino Unido	7 de Septiembre de 1982	26 noviembre 1997
República Checa	28 de Octubre de 1998	05 de Marzo del 2001
Suiza	1 de Agosto de 2000	7 de Mayo de 2002
Venezuela	17 de Marzo de 1997	2 de Mayo de 2001

Fuente: Sistema de Información sobre Comercio Exterior - SICE

4.2 Flujo de inversiones Costa Rica – Perú y Perú – Costa Rica

La inversión extranjera en Costa Rica se encuentra administrada por el Ministerio de Comercio Exterior. Costa Rica se sitúa como la séptima economía receptora de IED en América Latina y primera en Centro América para 2007, desbancando por poco a Panamá, líder tradicional. Se observa un claro crecimiento en los últimos años, tendencia que como veremos posteriormente es debido al comportamiento de la IED en algunos sectores como el inmobiliario o el turístico.

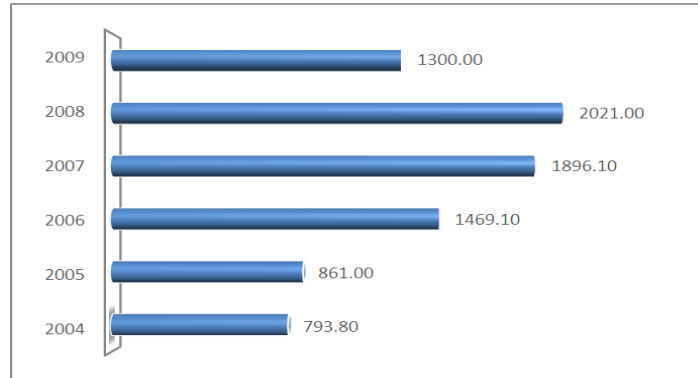
Los flujos de Inversión Extranjera Directa en Costa Rica han aumentado paulatinamente desde 1980, alcanzando su máximo en 2008. El comportamiento de estos flujos ha sido parecido al de la región, que aumento a finales de los 90, con disminuciones en los siguientes años. Por otra parte, atendiendo a la tasa de crecimiento para el año 2008 fue de 6.6%, mientras que para el año 2009 fue de -35.7%.

Costa Rica prevé una leve mejoría en la inversión extranjera directa (IED) para el 2010 luego de una caída el año anterior estimada por las autoridades en un 30% debido a la crisis mundial. CINDE destacó que las áreas de servicios y dispositivos médicos son las que más pueden beneficiarse.

En lo que va del año dos empresas de servicios iniciaron operaciones en Costa Rica: WNS de India y StarTek de Estados Unidos, con una contratación de 200 personas entre ambas. La primera se dedicará a servicios financieros, atención al cliente y análisis a otras compañías, en tanto la segunda ofrece asistencia técnica a sus clientes, principalmente del sector de telecomunicaciones.

La sostenibilidad de la inversión extranjera también se favorece con tratados de libre comercio, que en conjunto ya que cubren el 90% de la oferta exportable costarricense.

Gráfico 33: Evolución de la IED en Costa Rica (Millones de US\$)

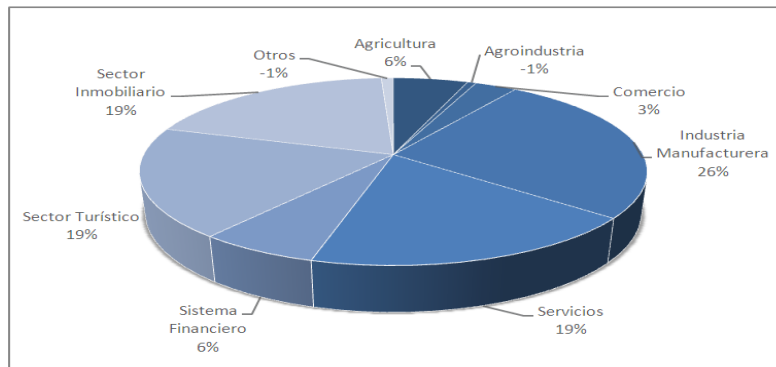


Fuente: Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica

Según se observa en el gráfico siguiente, el sector con mayor incidencia de IED en el 2009 fue la industria manufacturera.

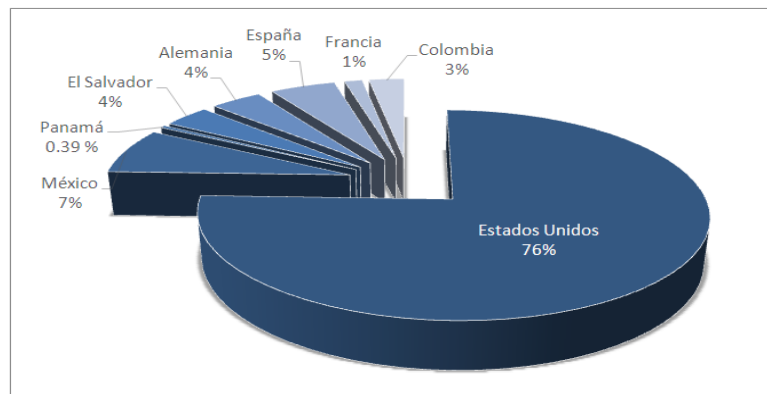
Cabe reseñar la importancia creciente de los sectores turístico, inmobiliario y el de servicios, que explican el buen comportamiento de la IED en los últimos años, especialmente en el inmobiliario.

Gráfico 34: IED en Costa Rica por Sectores de Destino Económico en Costa Rica Año 2009



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica

Gráfico 35: IED en Costa Rica por países de origen Año 2009



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica

El mercado costarricense, según la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú), ha demostrado ser un excelente mercado para la oferta y demanda de alimentos y bebidas, por cuanto presenta una marcada tendencia a la importación de alimentos procesados.

Costa Rica también es conocida por sus exportaciones de café y plátano. Además, cuenta con productos estrella como cacao, caña de azúcar y diversas frutas tropicales y muestra sensibilidades con el maíz, frijol, hortalizas, tabaco y algodón.

La economía costarricense se caracteriza porque las inversiones extranjeras han aumentado y son un pilar importante para el desarrollo del país y el turismo es un sector muy importante para ese país.

Dado este panorama general, se puede advertir que Costa Rica, si bien puede ser la puerta de ingreso para los países centroamericanos, también tiene sensibilidades y compite con Perú en diversos rubros, no sólo en su mercado interno sino también en el exterior.

Con respecto a las inversiones entre ambos países, estas inversiones son casi nulas y no cuentan con datos oficiales. Los flujos de inversión extranjera de Perú a Costa Rica fueron de 3,0 y 0,6 millones de dólares en el año 2003 y 2004 respectivamente. La inversión acumulada de capitales peruanos en Costa Rica ascendió entre US\$ 5 y US\$ 7 millones al 2006 según la Embajada del Perú en Costa Rica.

Además empresas como El Grupo Añaños, Ajecén del Sur, cuenta con su planta de producción en Costa Rica, desde donde distribuyen para toda Centroamérica sus productos y han invertido aproximadamente US\$ 4 millones.

Por otro lado, empresas costarricenses como AVANTICA (software), CARVIMSA (productos de cartón), Durman Esquivel (productos de PVC), y Café Britt, se han instalado en el Perú con gran éxito.

Este último, ha invertido en la producción de café, apertura de tiendas y la implementación de su centro de distribución US\$ 4 millones de dólares. Grupo Durman Esquivel a través de Politubo ha invertido en el Perú hasta el año 2006 US\$ 7 millones.

Tendencias

En los últimos años el sistema de negocios por franquicias alcanzó un explosivo desarrollo gracias a la globalización de la vida económica de las naciones orientadas a una creciente apertura en este proceso de transformación del capitalismo.

Las renovadas estrategias de comercialización de productos y servicios pusieron en un primer plano la alternativa de sumar un mayor número de bocas de expendio con beneficios para el franquiciante y el franquiciado.

Este interesante campo no es exclusivo de los países desarrollados, las franquicias no tienen fronteras. Desde hace varios años Centroamérica como otros mercados emergentes transita sus propias experiencias con un despliegue más generoso en el Brasil, siguiéndolo México, Chile, Colombia y la Argentina.

Pero también comenzó a notarse incluso en los mercados socialistas y no faltan locales por franquicias en recónditos puntos del planeta. En muchas ciudades bajo diferentes climas y latitudes es posible degustar la famosa Big Mac, rentar vídeos de la cadena Blockbuster, dormir en la cadena Holiday Inn, entre otros.

Hay un gran número de empresarios que contempla otorgar franquicias de su negocio, con la seguridad de que al hacerlo puede resolver sus necesidades de expansión, para aquellos que alguna vez han soñado ser dueños de su propio negocio, la franquicia se ha constituido en una opción interesante y segura para lograr su propósito en un ambiente de negocios incierto.

Al franquiciante le cabe la tarea de fijar el nombre comercial, elegir los colores corporativos, diseñar su imagen pública, definir el producto, escribir los manuales de funcionamiento, concretar la transferencia de la tecnología involucrada a quien recibe la licencia, controlar la

calidad, determinar la indumentaria de los empleados, establecer las pautas publicitarias, brindar asesoría permanente y dar entrenamiento a quien opera la licencia.

La comunicación de la imagen global de la marca aparece como el condimento esencial para garantizar el éxito de los negocios. Esto, aunado a la estrategia empresarial y el target conforman el trípode que sustenta esta actividad.

Latinoamérica es un mercado muy buscado por las firmas de Estados Unidos, el país de origen del sistema de franquicias y el lugar donde el sector es más dinámico. Pero una de las tendencias más recientes muestra que las empresas en América latina también intentan, por medio de franquicias ganar mercados más allá de sus fronteras.

Del mismo modo que el fenómeno de la internacionalización partió de Estados Unidos, los recientes análisis de este mercado sacan a la luz otros cambios en el rubro que, a medida que el desarrollo continúe, se reflejarían en Latinoamérica.

No es raro que un sector tan ágil y versátil como las franquicias responda a los cambios económicos y sociales con rapidez. La orientación creciente de la economía hacia la generación de servicios, la incorporación de más mujeres al mercado de trabajo o el envejecimiento progresivo de la población son algunas de las tendencias que repercuten en el sector de las franquicias.

Así, se espera que los negocios de mayor expansión entre los que trabajan por franquicias sean aquellos relacionados con la prestación de servicios, como las reparaciones, la limpieza hogareña, el mantenimiento y reparación de autos, asistencia médica, educación y entrenamiento o telecomunicaciones. También tienen posibilidades de florecer los servicios a empresas, como contaduría, distribución de correspondencia, personal temporario, impresiones.

Aunque la situación de los países latinoamericanos difiere bastante entre sí, en algunos como México, Argentina y Brasil este tipo de franquicias ya existe. El boom de las franquicias tiene tendencia a seguir expandiéndose por todos los rincones del mundo, debido al mayor acceso de los inversores ya que la atracción que el sistema de franquicia ejerce es cada vez mayor.

Conclusiones

Se considera que la región de Centroamérica está integrada por Belice, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá.

Estos seis países, aunque hablan el mismo idioma, y están muy cercanos, tienen características culturales, económicas, políticas y sociales muy diferentes. Juntos tienen una población que sobrepasa los 35 millones de habitantes. Todos los países del área, excepto Costa Rica, tienen entre 50% y 60% de sus poblaciones bajo la línea de pobreza. En Honduras y Nicaragua la situación económica es especialmente difícil.

Todo ello, como consecuencia de largos años de descarnadas dictaduras y muchos años de guerras fratricidas, cuyas consecuencias perduran.

Las cadenas de franquicias norteamericanas, especialmente de comidas rápidas, se extendieron rápidamente por las capitales de Centroamérica, desde fines de los años 60.

En la actualidad se puede encontrar toda clase de franquicias operando en el área, las cuales han proliferado generosamente.

Las nuevas generaciones de comerciantes que se establecen están prefiriendo el adoptar esta modalidad que les asegura cierta seguridad en sus emprendimientos. De esta forma podemos ver que letreros de RadioShack, GNC, Dollar Rent a Car, Blockbuster, Subway, Century 21, Restaurantes El Gatto, han ido reemplazado los locales tradicionales.

A diferencia de lo sucedido en México, Argentina, Venezuela y Colombia, las empresas centroamericanas han visto esta invasión de marcas internacionales. Prácticamente no han existido empresas locales que adoptaran la modalidad de convertir en franquicias sus negocios, para expandir operaciones. Es posible que el principal obstáculo haya sido el temor

de las tradicionales familias propietarias, a compartir con otros sus negocios. O simplemente se debe al conformismo con la situación actual, tan común en estos países.

Estos y otros factores han hecho que los intentos para crear franquicias hayan sido muy escasos, ocasionales y esporádicos.

Adicionalmente, no se ha realizado ninguno estudio sobre el estado del sector de franquicias en estas economías, ni existe aún ninguna Cámara y/o Asociación que aglomere todas las firmas nacionales y extranjeras, ni siquiera existe legislación que regule las franquicias en los países centroamericanos.

Todo ello ha hecho que el concepto de franquicia no haya logrado despegar, quedándose en intentos muy limitados. Una franquicia Mexicana, consultores en franquicias y brokers de negocios, Empire, se encuentra en este mismo momento, buscando ampliarse a todo Centroamérica para alentar a utilizar este sistema a las empresas exitosas de estos países.

La única franquicia exitosa y que ha traspasado los límites de Centroamérica ha sido "Pollo Campero", restaurante cuyos inicios se remontan a 1971, en la Ciudad de Guatemala.

Actualmente esta organización cuenta con más de 160 locales franquiciados en Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Ecuador, México y los Estados Unidos.

Pero a pesar de estas limitaciones en cuanto a información y leyes, el sector en si se ve muy promisorio, por ello, es de esperar que el ejemplo de esta empresa guatemalteca, pueda servir para que otras empresas de Centroamérica se decidan a intentar franquiciar sus experiencias y expandirse fuera de sus fronteras.

Bibliografía

Instituto Nacional de Estadística y Censos
<http://www.inec.go.cr>

Ministerio de Hacienda
<https://www.hacienda.go.cr>

Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica
<http://www.comex.go.cr>

Procuraduría General de la República
<http://www.pgr.go.cr>

Ministerio de Salud de Costa Rica
<http://www.ministeriodesalud.go.cr>

Franquicias Costarricenses
<http://franquiciascostarricenses.com>

Federación Iberoamericana de Franquicias
<http://www.portalfiaf.com>

Banco Mundial
<http://www.bancomundial.org>

Sistema de Información sobre Comercio Exterior
<http://www.sice.oas.org>

Central América Data
<http://www.centralamericadata.com>

La Nación
<http://www.nacion.com>

El Financiero de Costa Rica
<http://www.elfinancierocr.com>

Embajada de Costa Rica en Perú
<http://www.embajadacostaricaenperu.org>

Notarios Bufete Lang & Asociados
<http://www.langcr.com>

Anexos

Anexo I: Crisis obligó a consumidores a buscar alimentos más baratos

La mayoría de consumidores (el 53%) indicó que durante la crisis económica buscó opciones más baratas o reducir el consumo de alimentos en general.

Los datos corresponden a la encuesta que llevó a cabo la firma Unimer en octubre y noviembre de este año, vía telefónica, a una muestra de 800 costarricenses mayores de 18 años, en todo el territorio nacional.

El estudio indica también que un 51% de los consumidores disminuyó las compras de ropa y calzado, y un 47%, las salidas a restaurantes o lugares de comida. En un 2% y en un 7%, respectivamente, estos gastos se llevaron a cero.

En general, los resultados del informe señalan que la crisis fue experimentada personalmente por un 60% de los costarricenses, y que casi una tercera parte de la población se percató de ella a través de otras personas.

Los factores que más impulsan esta percepción de la crisis fueron la sensación de que todo está más caro y de que aumentó el desempleo. Un 72% dijo sentir que los precios eran más altos y un 48% señaló que experimentó el desempleo o conoció a alguien que se quedó sin trabajo.

Los que afirman haber sentido la crisis en mayor proporción fueron las personas de menor nivel socio-económico y educativo. Además, más mujeres que hombres y más habitantes de zonas diferentes a la Gran Área Metropolitana (GAM) manifestaron haber experimentado personalmente la crisis con mayor intensidad. Respecto a grupos de edad, las personas más jóvenes, de entre 18 y 24 años, son las que han sufrido la crisis de forma personal en una menor proporción.

A la hora de comprar

La menor cantidad de cambios en el consumo se experimentó en los productos de aseo y cuidado personal, y de limpieza del hogar y lavado de ropa. Para ambos grupos, el 80% de los entrevistados indicó que no modificó sus hábitos de consumo. En menor proporción, un 63%, tampoco modificó el consumo de bebidas no alcohólicas.

Por el contrario, solo un 16% detalló que redujo o buscó opciones más baratas en sus compras de bebidas alcohólicas.

En cuanto a los cigarrillos, un 5% dijo que redujo su compra o que dejó de consumirlos.

Según el documento, los costarricenses fueron muy receptivos a las ofertas de “2 x 1” o de “pague uno y lleve otro a mitad de precio”. Un 70% de los entrevistados que dijo haber experimentado la crisis de forma personal, o a través de terceros, señaló que han buscado ofertas y promociones a la hora de hacer sus compras.

Para el 2010, los entrevistados, en su gran mayoría, siempre superando el 80%, tienen planeado mantener el bajo consumo o disminuirlo. Sin embargo, un 14% planea aumentar sus gastos en entretenimiento, que incluye el ir al cine o al teatro. También un 13% lo hará en ropa, calzado y alimentos.

Fuente: ProChile.com

Fecha: Diciembre del 2009

Anexo II: Hogares son más cuidadosos con los gastos de consumo

Los hogares son más cuidadosos con los gastos de consumo durante este año.

Las compras de las familias en bienes y servicios de consumo final crecieron apenas un 1,2% en el segundo trimestre de este año, comparado con el mismo período del 2008, muy parecido al aumento del primer trimestre, que fue de 1,3%.

Dicha subida contrasta con el incremento de 7,7% del último trimestre del 2007 respecto al mismo período del año anterior.

A partir del último trimestre del 2007 los hogares comenzaron a frenar sus gastos de consumo, golpeados por la crisis económica y por el poco crecimiento en el empleo. Aún no se conocen las cifras de desempleo.

Los datos citados provienen de la medición del gasto de consumo final de los hogares por trimestre que realizó el Banco Central como parte de la medición del producto interno bruto.

Los bienes de consumo final son aquellos destinados a satisfacer las necesidades del consumidor final. Por ejemplo, una bolsa de arroz, el servicio de agua o un electrodoméstico.

Los datos de importaciones de consumo y del índice mensual de la actividad económica del comercio indican que algunas de las áreas donde los hogares han sido más cuidadosos con el consumo son en bienes duraderos y semiduraderos como vehículos y artículos para el hogar.

Las erogaciones en consumo final de los hogares es el componente más importante de la producción, desde el punto de vista del gasto. En los últimos cuatro trimestres el consumo de los hogares representó un 66% de la producción.

Todavía crecen. Los datos muestran que, aunque los hogares son más cautos en el consumo, este todavía crece y no ha caído como lo ha hecho el resto de la producción.

Una de las razones es que, si bien la crisis ha golpeado la producción, el ingreso nacional disponible, es decir, el dinero que queda en el país para ahorrar o gastar, se mantendrá casi estable este año respecto al 2008.

Según las previsiones del Banco Central, dicho ingreso aumentará 0,2% en el 2009 respecto al 2008.

El principal factor que ayuda en esta situación es que la caída en los precios del petróleo y otras importaciones ha sido mucho mayor que la reducción en el precio de las exportaciones, lo cual ayuda a que más recursos queden en el país.

También los salarios reales de los trabajadores que tienen empleo, y están afiliados al seguro social, se han mantenido positivos durante la crisis, lo cual ayuda a que las personas mantengan la capacidad de compra.

De acuerdo con el informe mensual del Central, a setiembre los salarios reales de los trabajadores con seguro social se mantienen positivos (aumentan más que la inflación) desde enero del 2006, y en los últimos meses han tendido a subir gracias a la desaceleración en el indicador de precios.

Fuente: Nacion.com

Fecha: 08 de Octubre del 2009