

## Costa Rica: Canales y estrategias de distribución

# Costa Rica: Canales y estrategias de distribución

Este estudio ha sido realizado por Edmundo Portolés bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Panamá

**Julio 2012**

# **CANALES Y ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN**

Los canales de distribución de Costa Rica se configuran de acuerdo a las características de su geografía, red de transporte y economía. Las peculiaridades de cada uno de estos aspectos definen las formas en que las empresas comercian dentro del territorio nacional.

Costa Rica ocupa una extensión de 51.000 Km<sup>2</sup> en el centro del continente americano, entre el Mar Caribe y el Océano Pacífico. Su orografía es accidentada en la parte pacífica, mientras que las tierras del área atlántica son bajos terrenos llanos. El país se extiende de noroeste a sudeste; alargándose desde la parte septentrional más ancha, que hace frontera con Nicaragua, hacia la frontera con Panamá, mucho más estrecha.

En cuanto a la red de transporte, Costa Rica cuenta con una peculiar estructura. Actualmente, los corredores transversales y longitudinales que atraviesan el país confluyen en San José, capital del país. Además, sólo el 25% de las vías ticas están asfaltadas o hechas de cemento, el resto son de grava. La red ferroviaria ésta es muy deficitaria y casi no tiene relevancia en el comercio nacional. Por su parte, los puertos más importantes costarricenses son los de Moín y Limón en el Atlántico, y Punta Morales y Caldera en el Pacífico, concertándose el mayor movimiento de TEUs en los dos primeros. En cuanto al transporte aéreo, hoy en día Costa Rica cuenta con tres aeropuertos internacionales: Juan Santamaría, Daniel Oduber y Tobías Bolaños.

Por otra parte, es importante destacar elevada atomización del parque empresarial costarricense, ya que el 70% de las empresas del país son microempresas, el 15% pequeñas y medianas, y únicamente el 5 % son grandes. Además, existe una considerable concentración geográfica de la economía en el Gran Área Metropolitana (GAM), superficie donde confluyen cuatro provincias (San José, Alajuela, Cartago y Heredia) y viven alrededor de 2,6 millones de personas (el 60% de la población del país). Según los datos del Instituto Nacional de Estadística de Costa Rica (INEC), en 2010 el 44,6% de las empresas estaban establecidas en la provincia de San José; el 18,6% en Alajuela; el 7,6% en Cartago y el 8,8% en Heredia, lo cual supone que casi el 80% de las empresas estaban situadas en la GAM dicho año. En cuanto a la distribución por sectores, cerca del 70% de las empresas radicadas en Costa Rica pertenecen al sector servicios. Por su parte, el sector primario y secundario se reparten el 10% y el 25% de empresas respectivamente.

Debido a dos de los factores mencionados anteriormente, al reducido tamaño del país y a la elevada concentración económica en la GAM, los canales de distribución son muy cortos. Así pues, en la mayoría de sectores dos empresas son capaces de hacer llegar los productos y

## **COSTA RICA: CANALES Y ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN**

---

servicios al consumidor final. Y, en algunos casos, coincide la figura de importador y minorista.

Como en todo mercado que se desconoce, desde la Oficina Comercial de España se recomienda a las empresas contar con un socio local en la etapa de introducción al país. Si bien la red de distribución no es compleja, en la mayoría de los casos las empresas distribuidoras instaladas en Costa Rica cuentan con un gran poder, ya que el número de competidores no es muy elevado. La comercialización a través de exclusivas suele ser frecuente, debido a que el empresario tico prefiere ante todo la exclusividad del producto y las relaciones a largo plazo. De acuerdo a la concentración del mercado, existe una baja especialización de los importadores (el mismo importador puede importar desde máquina herramienta hasta alfileres). El reducido tamaño del mercado impide a las compañías dedicarse a un sólo producto.

Por otra parte, es necesario resaltar el papel de las Zonas Francas en la economía, ya que aportaron el 8% del PIB en 2010, según un estudio publicado por la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) el año pasado (2011). En 2010 las 247 empresas acogidas al Régimen de Zonas Francas acumularon más del 50% de la Inversión extranjera Directa (IED). Entre este tipo de compañías se encuentran grandes multinacionales como Intel, Coca-Cola o Firestone, las cuales realizan todas las actividades de distribución de sus bienes y servicios.

En cuanto a los sectores controlados por el estado, es importante subrayar que históricamente Costa Rica se ha caracterizado por un fuerte control estatal de la economía. Así pues, hasta hace poco el sector público aglutinaba la mayor parte de los sectores estratégicos. Actualmente, se está llevando a cabo una liberalización de la economía, lo que posibilita la entrada de competencia y capital privado. Los mercados que han experimentado una mayor apertura en los últimos años son el de las telecomunicaciones y el de seguros.

Las ferias más relevantes en Costa Rica son:

- EXPOFERRETERA, de carácter anual; [www.expoferretera.com](http://www.expoferretera.com)
- FERIA INTERNACIONAL DE LIBRO EN COSTA RICA, organizada por la Cámara Costarricense del Libro; [www.libroscr.com](http://www.libroscr.com)
- ALIMENTEXPO, organizada por la Cámara de Comercio Exterior y Representantes de Casas Extranjeras (CRECEX); [www.crecex.com](http://www.crecex.com)
- EXPOHORE, Expo-Hoteles y Restaurantes, de carácter anual; [www.exphore.com](http://www.exphore.com)