

## 48. Preparaciones para el cuidado personal<sup>1</sup>

### 1. Descripción de los productos

Este estudio incluye varios productos los cuales se pueden agrupar de la siguiente manera:

- **Productos de belleza y cuidado personal:** decorativos (maquillaje facial y para ojos, esmalte de uñas, lápices labiales), desodorantes y cuidado de la piel (acondicionadores para la piel, gel, lociones y cremas, aceites para masaje, cremas hidratantes), productos para afeitarse (crema de afeitarse, loción para después de afeitarse), productos para el bronceado.
- **Productos para el cuidado del cabello:** tintes, productos para el crecimiento del cabello, champúes, acondicionadores, aceites, rinse y gel para el cabello.
- **Perfumes y fragancias:** perfumes y lociones de uso personal (la industria de fragancias y perfumes está situada principalmente en Francia, mientras que existen focos en Alemania de la industria de extractos y aceites vegetales)
- **Preparaciones para la higiene bucal o dental:** incluye los dentríficos, el hilo dental, enjuagues bucales, entre otros.

### 2. Clasificación arancelaria

En la nomenclatura del Sistema Armonizado, los productos incluidos en este estudio clasifican en los siguientes códigos arancelarios:

**Cuadro No. 48.1**  
**Preparaciones para el cuidado personal:**  
**Clasificación arancelaria en el Sistema Armonizado**

Subpartida	Descripción
3303.00	- Perfumes y aguas de tocador
3304.10	- Preparaciones para el maquillaje de los labios
3304.20	- Preparaciones para el maquillaje de los ojos
3304.30	- Preparaciones para manicuras o pedicuros
3304.91	-- Polvos, incluidos los compactos
3304.99	-- Las demás preparaciones de belleza
3305.10	- Champúes
3305.20	- Preparaciones para ondulación o desrizado permanentes

<sup>1</sup> El estudio sectorial está basado en el estudio de mercado denominado: "The market for natural ingredients for cosmetics in the EU" de setiembre del 2006 del CBI de Holanda. Este estudio se puede obtener de la siguiente dirección electrónica: [www.cbi.nl](http://www.cbi.nl)

Subpartida	Descripción
3305.30	- Lacas para el cabello
3305.90	- Las demás preparaciones capilares
3306.10	- Dentríficos
3306.20	- Hilo utilizado para limpieza de los espacios interdentes (hilo dental)
3306.90	- Las demás preparaciones para la higiene bucal o dental.
3307.10	-Preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado
3307.20	- Desodorantes corporales y antitranspirantes
3307.30	- Sales perfumadas y demás preparaciones para el baño
3307.41	-- "Agarbatti" y demás preparaciones odoríferas que actúan por combustión
3307.49	-- Las demás preparaciones para perfumar o desodorizar locales
3307.90	- Los demás preparaciones de perfumería, tocador o cosmética.

Fuente: Sistema Arancelario Centroamericano (SAC)

### 3. Generalidades de la industria de preparaciones para el cuidado personal.

La industria europea de cosméticos se caracteriza por ser<sup>2</sup>:

- Líder en el mundo, con un valor en ventas de más de €35 billones.
- Altamente innovadora: un alto porcentaje de las compañías cosméticas, reformulan alrededor del 25% de sus productos cada año.
- Generadora de empleo: alrededor de 150.000 europeos se emplean directamente; 350.000 trabajos más se crean indirectamente en las ventas, la distribución y el transporte de los productos.

Los productos cosméticos son productos de consumo importantes en la Unión Europea<sup>3</sup>. A parte de los productos cosméticos "tradicionales", tales como el maquillaje y los perfumes, también se consumen productos para la higiene personal, por ejemplo los productos para el cuidado dental, los champús, entre otros.

#### 3.1. Estadísticas de producción

La Unión Europea es el mayor productor del mundo de productos cosméticos. Los principales productores de la UE son compañías multinacionales ampliamente reconocidas como Unilever (Holanda/UK), L'Oreal (Francia), Wella (Alemania), Sanofi (Francia), y Beiersdorf (Alemania). También muchas de estas empresas producen productos farmacéuticos, productos químicos y alimentos.

El mercado europeo representa un poco más del 52% del mercado global de cosméticos. Norteamérica toma el segundo lugar, con casi el 27% de las ventas globales totales. El resto del mundo, con mercados importantes incluyendo Japón y otros países asiáticos del este y América

<sup>2</sup> Información tomada de [http://ec.europa.eu/enterprise/cosmetics/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/cosmetics/index_en.htm)

<sup>3</sup> En adelante UE.

Latina, representan alrededor del 25.4% de ese mercado. Incluso, Europa occidental tiene un consumo per cápita de cosméticos de €33,3 por persona, esto es levemente más alto que el consumo en Japón (€2), Norteamérica (€73,1) y mucho más alto que en las regiones menos desarrolladas del mundo, tales como el resto de Asia (€5,3) y de Suramérica (€10,3) (Fuente: estudio de mercado denominado: "The market for natural ingredients for cosmetics in the EU" de setiembre del 2006 del CBI de Holanda).

El mercado de Europa del Oeste representa el 47% del mercado global de cosméticos que suma unos €17 billones. Sin embargo, los mercados europeos más importantes tales como Italia, Alemania y Francia muestran un declive en las ventas o muestran un estancamiento, ambos fenómenos reflejados en el 2004 y 2005 por un lento desarrollo económico. Europa Oriental es uno de los mercados cada vez con mayor crecimiento.

Dentro del sector de cosméticos, el mercado de cosméticos naturales sigue siendo relativamente pequeño, pero crece más rápido que el resto del mercado. Este nicho de mercado se continúa beneficiando de la tendencia del consumidor por su salud y hacia un sentimiento de sentirse y verse bien. Euromonitor<sup>4</sup> ha hecho estimaciones sobre el mercado de cosméticos y estima que este crecerá en promedio un 9% anual entre el 2003 y el 2008. El número de las compañías que se están incorporando en el mercado de productos naturales está en aumento y durante los últimos años, ha habido una entrada masiva de grandes fabricantes. En lo que respecta a los "cosméticos naturales" u "orgánicos", Alemania es ciertamente el mercado europeo más avanzado. En el 2004, €500 millones fueron gastados en cosméticos naturales, lo cual representa el 4.5% del total del mercado total de cosméticos.

En el 2004, los cinco mercados nacionales más grandes - Alemania, Francia, el Reino Unido, Italia y España - contabilizaron el 73% del mercado en la UE. Por lo tanto, no es sorprendente que las tendencias en estos países determinen las tendencias de la Unión Europea en su totalidad. Con la adición de los Países Bajos y de Bélgica/Luxemburgo, los siete mercados nacionales más grandes cubren casi el 90% del mercado UE-25.

Aunque mostró un crecimiento moderado, el mercado en Europa fue afectado negativamente por una disminución leve del mercado más grande (Alemania) y un lento crecimiento económico en Francia. Los Países Bajos también mostraron un estancamiento en el 2004. En contraste, los países tales como el Reino Unido, España y Suecia continúan mostrando altas tasas de crecimiento.

---

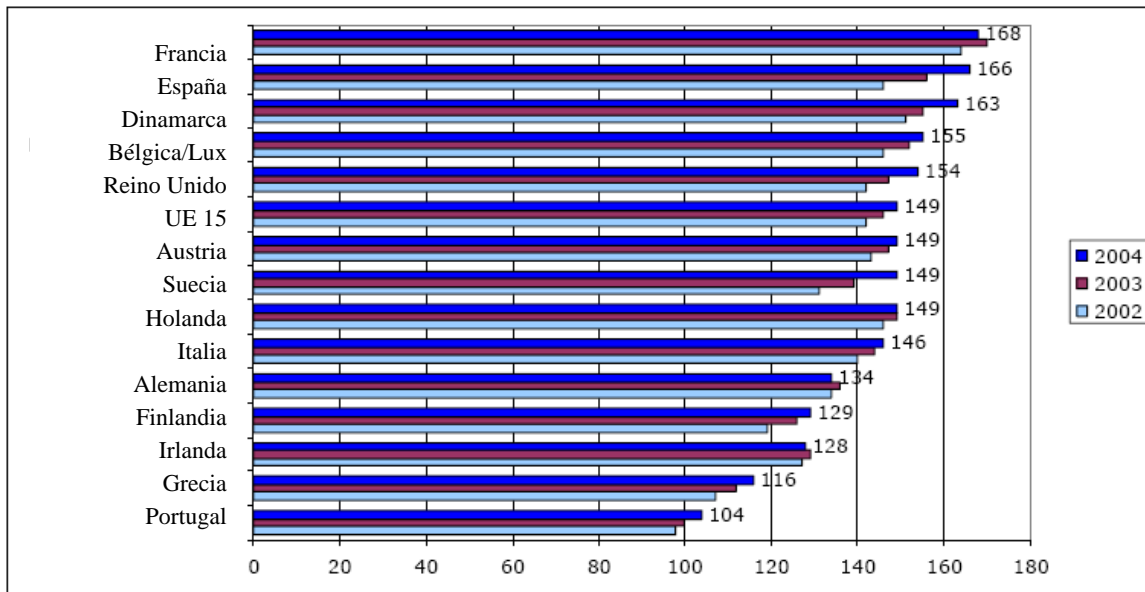
<sup>4</sup> Euromonitor es una empresa dedicada a la inteligencia de mercados. Se puede obtener mayor información en el sitio web [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

### 3.2. Estadísticas de consumo

Aunque Alemania es el mercado más grande de la Unión Europea, los alemanes solo gastan €34 al año en cosméticos, comparado con el consumo per cápita promedio de €49 de toda la UE. Los mayores consumidores se pueden encontrar en Francia, donde el consumo per capita alcanzó los €68 (el consumo más alto en la UE), seguida por España con un rápido crecimiento per capita de €66. El mercado de cosméticos en Francia se caracteriza por un amplio número de marcas establecidas.

El siguiente grafico muestra el consumo per cápita de cosméticos en los principales países de la Unión Europea.

**Cuadro No. 48.2**  
**Unión Europea: Consumo per cápita de cosméticos**  
**2002-2004**



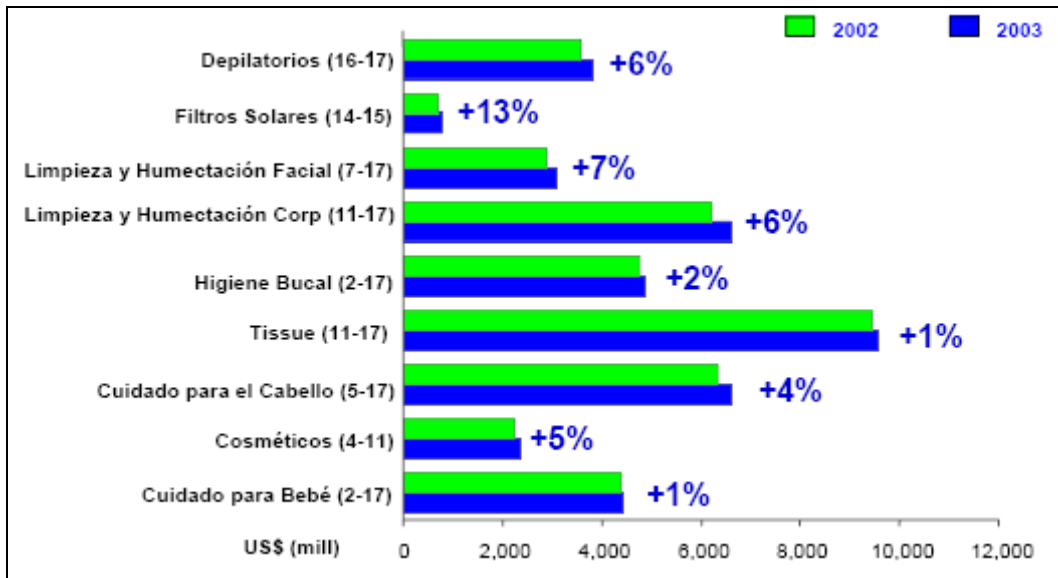
**Fuente:** estudio de mercado denominado: "The market for natural ingredients for cosmetics in the EU" de setiembre del 2006 del CBI de Holanda.

Es importante destacar del grafico anterior, que el consumo en los mercados Europeos es relativamente alto. Nótese que en mercados como Francia, España, Dinamarca, Bélgica y el Reino Unido, el consumo fue mayor entre el periodo 2002-2004 que el promedio de la UE-15.

Los productos para el cuidado del cabello fue el grupo de productos con mayor crecimiento, seguido por artículos de tocador, cuidado de la piel, los perfumes y fragancias y los cosméticos decorativos. El mercado del cuidado de la piel mostró el mayor crecimiento en el 2004, con un 4.2% en promedio. Es interesante observar que éste es el caso en Europa Occidental. En Europa Oriental, las fragancias son el grupo de productos con un crecimiento cada vez más rápido, con un crecimiento del 17% en el 2004.

Según el Informe Ejecutivo de Noticias de la empresa consultora ACNielsen Global Services<sup>5</sup>, publicado en mayo del 2004, la categoría con mayor crecimiento fue la de filtros solares, con un crecimiento del 13%. El siguiente gráfico muestra el crecimiento en ventas por cada grupo de productos en la UE en el 2003, con respecto al año 2002, así como el valor total de las ventas.

**Cuadro No. 48.3**  
**Unión Europea: Crecimiento por producto**  
**2002-2003**



Fuente: ACNielsen Costa Rica, 2007.

### 3.3. Subsidios a la industria de preparaciones para el cuidado personal.

Con base en la notificación de los compromisos en materia de subvenciones a la exportación realizada por la Unión Europea a la OMC, para los períodos 2001-2002<sup>6</sup> y 2002-2003<sup>7</sup>, no se encontraron subvenciones a la exportación para el sector en cuestión.

Igualmente en materia de ayudas internas dadas por la Comunidad Europea en los períodos 2001-2002<sup>8</sup> y 2002-2003<sup>9</sup> no se identificaron ayudas para este sector.

<sup>5</sup> ACNielsen es una empresa consultora, establecida en más de 120 países alrededor del mundo, dedicada a la elaboración de estudios de mercado a partir de la recolección de datos de una amplia gama de fuentes, utilizando herramientas de gerencia avanzadas, sistemas y metodologías analíticas sofisticadas. Se puede obtener mayor información ingresando al sitio web: <http://www2.acnielsen.com/site/index.shtml>

<sup>6</sup> Notificación G/AG/N/EEC/44 del 11 de junio de 2003.

<sup>7</sup> Notificación G/AG/N/EEC/52 del 16 de febrero de 2005.

<sup>8</sup> Notificación G/AG/N/EEC/51 del 4 de noviembre de 2004.

<sup>9</sup> Notificación G/AG/N/EEC/53 del 8 de diciembre de 2006.

### 3.4. Organizaciones Gremiales

En el mercado europeo existen varias organizaciones que tienen con fin principal representar los intereses de la industria de cosméticos. A continuación se enumeran las organizaciones más representativas del mercado.

1. **Asociación Europea de Cosméticos, artículos de tocador y perfumería (COLIPA):**  
Colipa es la asociación comercial europea que representa los intereses de la industria de cosméticos, de artículos de tocador y de perfumería; fue instalada en 1962 para actuar como voz para la industria. Se puede obtener mayor información en el sitio web: [www.colipa.com](http://www.colipa.com)
2. **Asociación de cosméticos, artículos de tocador y fragancias: (CTFA - Cosmetic, Toiletry, and Fragrance Association).** CTFA proporciona una gama de servicios completa que apoya las necesidades y los intereses de la industria de productos de cuidado personal en los campos científicos, legales, reguladores, legislativos, e internacionales. Se puede obtener mayor información en el sitio web: [www.ctfa.org](http://www.ctfa.org)

## 4. Estadísticas del comercio internacional europeo

### 4.1. Exportaciones

En el periodo comprendido entre el 2003-2005 las exportaciones de preparaciones para el cuidado personal de la Unión Europea sobrepasaron los 20 mil millones de euros en cada periodo. En promedio el 60% de las exportaciones de estos productos se dirigen al mercado europeo. Por ejemplo, el 52% de exportaciones de perfumes tienen como destino la Unión Europea. Sobresalen Alemania, España e Italia como principales destinos. Las exportaciones fuera de la Unión Europea tienen como destinos principales los Estados Unidos, Rusia y Suiza, en orden de importancia. Costa Rica aparece dentro de las estadísticas con rubros pequeños con productos tales como perfumes, maquillaje, champúes y otras preparaciones capilares.

Los dos principales productos de exportación son el maquillaje y los perfumes, productos en los cuales las exportaciones hacia Costa Rica representan el 0,03% y el 0,01% del total exportado por la UE, respectivamente.

Asimismo, sobresalen las exportaciones de champúes y de otras preparaciones capilares hacia Costa Rica, exportaciones que representan el 0,01% y el 0,1%, respectivamente. El siguiente cuadro muestra el comportamiento de las exportaciones de cada uno de los productos incluidos en este estudio, así como los principales destinos a los cuales se dirigen.

#### Cuadro No. 48.4

Unión Europea: Exportaciones de preparaciones para el cuidado personal  
Periodo 2003-2005

Subpartida	Descripción	Valor (en millones de euros)			Volumen (en TM)			País de destino (por importancia relativa)
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	
330300	Perfumes y aguas de tocador	5.319,7	5.606,3	5.986,6	233.192	261.091	269.467	Unión Europea 52% - Alemania 12,6% - Reino Unido 10% - España 5,4% - Italia 4,6% - Holanda 3,6% EE.UU. 11,2% Rusia 4,2% Emiratos Arabes 4,1% Suiza 3,3% <b>Costa Rica 0,01%</b>
330410	Preparaciones para el maquillaje de los labios	831,6	869,4	867,6	23.987	21.588	25.389	Unión Europea 57,8% - Reino Unido 9,1% - Alemania 7,7% - España 6,4% - Francia 5,6% - Italia 5,0% EE.UU. 11,3% Rusia 8,2% Suiza 2,7% Singapur 2,4%
330499	Las demás preparaciones para el maquillaje o el cuidado de la piel	5.610,4	6.091,0	6.685,8	514.825	579.365	623.550	Unión Europea 57,3% - Alemania 8,7% - Reino Unido 8,4% - Italia 5,9% - España 5,8% EE.UU. 6,8% Rusia 4,5% Suiza 3,7% <b>Costa Rica 0,03%</b>
330510	Champúes	1.051,4	1.090,4	1.194,8	520.624	489.111	545.422	Unión Europea 70,5% - Reino Unido 10,3% - Alemania 9,2% - España 6,6% - Italia 6,1% - Francia 5,0% Rusia 5,5% Turquía 2,7% Noruega 2,0% Algeria 1,9% <b>Costa Rica 0,01%</b>
330590	Las demás preparaciones capilares	1.840,7	1.880,8	1.987,9	407.772	433.017	468.204	Unión Europea 64,3% - Alemania 8,2% - Francia 7,3% - Reino Unido 6,9% - Italia 6,0% Rusia 4,9% EE.UU. 4,2% Suiza 3,4% Australia 2% <b>Costa Rica 0,1%</b>

Subpartida	Descripción	Valor (en millones de euros)			Volumen (en TM)			País de destino (por importancia relativa)
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	
330720	Desodorantes corporales y antitranspirantes	877,7	893,7	934,4	154.685	186.232	202.218	Unión Europea 72,9% - Alemania 11,6% - Francia 7,9% - Reino Unido 6,3% - Holanda 6,0% - España 5,7% Rusia 4,3% Emiratos Arabes 2,3% Turquía 1,9% Noruega 1,4%
	Los demás	<b>5.243,1</b>	5.488,9	5.692,6	1.148.945	1.202.014	1.228.110	
	<b>Total</b>	<b>20.774,7</b>	<b>21.920,4</b>	<b>23.349,8</b>	<b>3.004.031</b>	<b>3.172.417</b>	<b>3.362.360</b>	

Tipo de cambio de referencia: 1 euro equivale a \$1,253775

Fuente: COMEX con base en PROCOMER, BCCR, DGA y Eurostat

## 4.2 Importaciones

En el periodo comprendido entre el 2003-2005 las importaciones de productos para el cuidado personal alcanzaron en promedio los €15 mil millones, de los cuales sobresalen productos como maquillaje, perfumes y aguas de tocador. Ambos productos presentaron un incremento de un 5% con respecto al año 2004.

En promedio, el 80% de las importaciones de productos para el cuidado personal provienen de algún país de la UE. Los principales proveedores de estos productos son Francia, Alemania, Italia y el Reino Unido. También se importan productos desde Estados Unidos y Suiza y en menor proporción de China y Australia.

Costa Rica es proveedor de perfumes, aguas de tocador y de maquillaje para los ojos (0,005% y 0,004% respectivamente con respecto al total importado por la UE).

El siguiente cuadro muestra el comportamiento de las importaciones de la UE según cada producto. Además proporciona información del país de origen de los productos y el aporte porcentual de cada país.

**Cuadro No. 48.5**  
**Unión Europea: Importaciones de preparaciones para el cuidado personal**  
**Periodo 2003-2005**

Subpartida	Descripción	Valor (en millones de euros)			Volumen (en TM)			País de origen (por importancia relativa)
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	
330300	Perfumes y de aguas de tocador	2.898,7	3.182,1	3.390,8	142.342	153.120	200.868	Unión Europea 87,3% - Francia 42,6% - Alemania 11,9% - Reino Unido 9,4% - Italia 7,6% - España 4,6% EE.UU. 5,2% Suiza 4,1% Emiratos Arabes 1,0% <b>Costa Rica 0,005%</b>
330420	Preparaciones para el maquillaje de los ojos	510,0	577,9	646,7	22.639	21.055	26.905	Unión Europea 83,9% - Francia 31,1% - Italia 14,0% - Alemania 12,2% - Reino Unido 10,3% - Bélgica 3,5% EE.UU. 5,9% China 3,6% Suiza 1,9% Canadá 1,5% <b>Costa Rica 0,004%</b>
330499	Las demás preparaciones para el maquillaje o el cuidado de la piel	3.853,1	4.307,2	4.574,2	416.711	486.264	489.158	Unión Europea 80,4% - Francia 31,5% - Alemania 14,3% - Reino Unido 8,1% - Italia 6,3% - Bélgica 3,5% EE.UU. 8,4% Suiza 5,3% China 2,0%
330510	Champúes	798,6	832,9	867,6	339.192	410.863	414.149	Unión Europea 93,2% - Francia 34,3% - Alemania 12,5% - Reino Unido 8,6% - Italia 7,3% - Bélgica 5,2% EE.UU. 3,2% Suiza 0,9% Australia 0,5%
330590	Las demás preparaciones capilares	1.324,7	1.349,6	1.395,4	310.003	372.685	350.219	Unión Europea 88,1% - Alemania 19,8% - Francia 17,9% - Reino Unido 12,3% - Bélgica 9,6% - España 9,1% EE.UU. 8,5% Suiza 0,6% Australia 0,6%

Subpartida	Descripción	Valor (en millones de euros)			Volumen (en TM)			País de origen (por importancia relativa)
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	
330720	Desodorantes corporales y antitranspirantes	638,7	604,4	648,1	117.987	103.431	106.008	Unión Europea 92,5% - Reino Unido 28,6% - Alemania 19,1% - Francia 12,6% - Holanda 4,6% - Italia 4,1% EE.UU. 2,6% Suiza 2,3% Rusia 0,6%
	Los demás	4.085,2	4.358,6	4.583,1	963.749,8	1.055.823,6	1.084.516,6	
	<b>Total</b>	<b>14.109,0</b>	<b>15.212,6</b>	<b>16.105,8</b>	<b>2.312.623</b>	<b>2.603.241</b>	<b>2.671.824</b>	

Tipo de cambio de referencia: 1 euro equivale a \$1,253775

Fuente: COMEX con base en PROCOMER, BCCR, DGA y Eurostat

## 5. Condiciones de acceso al mercado europeo

### 5.1 Arancel consolidado y NMF

Para el sector de preparaciones para el cuidado personal, los aranceles de NMF<sup>10</sup> son iguales al arancel consolidado. El arancel consolidado y el arancel NMF están en un rango entre el 0% y el 6,5% aplicable según el tipo de producto. El cuadro No.48.6 contiene los aranceles para cada producto incluido en este estudio.

### 5.2 Aranceles preferenciales

Costa Rica es un país beneficiario del esquema de preferencias unilaterales que otorga la Unión Europea, bajo el programa denominado SGP Plus<sup>11</sup>. Bajo esta modalidad, los productos para el cuidado personal tienen un acceso libre de aranceles al mercado europeo, siempre que cumplan la regla de origen específica establecida para el producto. Asimismo, el régimen SGP (“Todo menos armas”) otorgado para los países menos desarrollados también permite el acceso libre de aranceles para estos productos.

Por otro lado, en el Acuerdo de Asociación vigente entre México y la Unión Europea se establecieron plazos de desgravación del arancel de 3 y 7 años para dichos productos. Producto de la negociación del Acuerdo de Asociación entre Chile y la Unión Europea, estos productos obtuvieron un acceso libre de aranceles desde la entrada en vigencia del Acuerdo Comercial.

El siguiente cuadro muestra las condiciones de acceso para los diferentes incisos arancelarios según el SGP y las negociaciones con México y Chile.

<sup>10</sup> Nación Mas Favorecida

<sup>11</sup> Sistema Generalizado de Preferencias. Reglamento (CE) No. 980/2005 del Consejo del 27 de junio de 2005 y sus modificaciones.

**Cuadro No. 48.6**  
**Unión Europea: Aranceles aduaneros aplicados al sector**  
**preparaciones para el cuidado personal**

TARIC (8D)	Descripción	Arancel consolidado	NMF	SGP Plus	SGP "Todo menos armas"	México	Chile
33030010	- Perfumes	0	0	0	0	7 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33030090	- Toilet waters	0	0	0	0	7 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33041000	- Lip make-up preparations	0	0	0	0	7 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33042000	- Eye make-up preparations	0	0	0	0	7 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33043000	- Manicure or pedicure preparations	0	0	0	0	7 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33049100	- - Powders, whether or not compressed	0	0	0	0	7 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33049900	- - Other	0	0	0	0	7 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33051000	- Shampoos	0	0	0	0	7 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33052000	- Preparations for permanent waving or straightening	0	0	0	0	7 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33053000	- Hair lacquers	0	0	0	0	7 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33059010	- - Hair lotions	0	0	0	0	7 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33059090	- - Other	0	0	0	0	7 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33061000	- Dentifrices	0	0	0	0	7 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33062000	- Yarn used to clean between the teeth (dental floss)	4	4	0	0	3 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33069000	- Other	0	0	0	0	3 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato

TARIC (8D)	Descripción	Arancel consolidado	NMF	SGP Plus	SGP "Todo menos armas"	México	Chile
33071000	- Pre-shave, shaving or aftershave preparations	6,5	6,5	0	0	7 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33072000	- Personal deodorants and antiperspirants	6,5	6,5	0	0	7 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33073000	- Perfumed bath salts and other bath preparations	6,5	6,5	0	0	3 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33074100	- - 'Agarbatti' and other odoriferous preparations which operate by burning	6,5	6,5	0	0	3 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33074900	- - Other	6,5	6,5	0	0	3 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato
33079000	- Other	6,5	6,5	0	0	3 años (2007)	Año 0 Libre Comercio inmediato

Fuente: TARIC

### 5.3 Contingentes arancelarios

Los productos del sector no están sujetos a contingentes arancelarios para el ingreso al mercado Europeo.

### 5.4 Normativa técnica

El marco regulador que tiene como objetivo asegurar la libre circulación de productos cosméticos en el mercado interior y salvaguardar la seguridad de los productos cosméticos colocados en el mercado de la UE, está contenido en la directiva del Consejo 76/768 del 27 de julio de 1976 en la aproximación de las leyes de los Estados miembros referente a los productos cosméticos ("Directiva de los cosméticos").

A continuación se detallan los principales aspectos que regula dicha Directiva.

**Directiva 76/768/CE:** relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de productos cosméticos. Los Estados miembros deberán tomar todas las medidas necesarias para que sólo puedan comercializarse los productos que cumplan los requisitos de la presente Directiva.

Esta directiva regula los siguientes temas sobre cosméticos:

#### ▪ **Ingredientes/composición**

La presente Directiva establece la lista de sustancias que no pueden formar parte de la composición de los productos cosméticos (anexo II) y la lista de sustancias permitidas con los límites y condiciones previstas (anexo III).

La Directiva sobre cosméticos establece igualmente la lista de colorantes (anexo IV), preservantes (anexo VI) y filtros UV (anexo VII) que pueden contener los productos cosméticos.

#### ▪ **Etiquetado**

Los recipientes o envases deben llevar consignados, en caracteres indelebles, fácilmente legibles y visibles la siguiente información:

- el nombre o la razón social y la dirección del fabricante o del responsable de la comercialización del producto cosmético, establecido dentro de la Comunidad;
- el contenido nominal en el momento del acondicionamiento del producto indicado en peso o en volumen;
- la fecha de caducidad anunciada por la mención «Utilícese preferentemente antes de fin de...» para los productos que caduquen antes de treinta meses;
- el período de utilización de los productos cosméticos sin que causen daño al consumidor tras la apertura del producto. Esta información se indica mediante un símbolo especial que representa un envase de crema abierto;
- las precauciones especiales de empleo;
- el número de lote de fabricación o la referencia mediante la que se pueda identificar la fabricación;
- la función del producto.

Esta información deberá etiquetarse en la(s) lengua(s) nacional(es) u oficial(es) del Estado miembro en el que dicho producto será comercializado.

Además, la etiqueta deberá llevar la lista de ingredientes, por orden decreciente, precedida de la palabra «ingredientes». Los compuestos perfumantes y aromáticos se mencionarán únicamente con la palabra «fragancia» o «aroma», salvo si constituyen una causa importante de reacciones alérgicas entre los consumidores sensibles a las fragancias.

### **5.5 Norma de origen**

El siguiente cuadro detalla la regla de origen específica que deben cumplir los productos de este sector, para obtener un tratamiento arancelario preferencial en la UE, de acuerdo con lo establecido en el Acuerdo de Asociación entre Chile y la Unión Europea y el Sistema Generalizado de Preferencias actual.

**Cuadro 48.7**  
**Regla de origen para el sector de preparaciones para el cuidado personal<sup>12</sup>**

Acuerdo de Asociación entre CH-UE <sup>13</sup>	Sistema Generalizado de Preferencias <sup>14</sup>	Interpretación
<p><b>ex capítulo 33</b></p> <p>Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética, con excepción de:</p> <p><b>Regla:</b> Fabricación en la que todos los materiales utilizados se clasifican en una partida diferente a la del producto. No obstante, pueden utilizarse materiales clasificados en la misma partida siempre que su valor total no exceda del 20 % del precio franco fábrica del producto.</p> <p><b>Regla optativa</b></p> <p>Fabricación en la cual el valor de todos los materiales utilizados no exceda del 40% del precio franco fábrica del producto</p> <p><b>Partida 3301</b></p> <p>Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los "concretos" o "absolutos"; resinoides; oleorresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas, obtenidas por enflorado o maceración; subproductos terpénicos</p>	<p><b>ex capítulo 33</b></p> <p>Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética, a excepción de:</p> <p><b>Regla:</b> Fabricación a partir de materias de cualquier partida, excepto a partir de las materias de la misma partida que el producto. No obstante, pueden utilizarse materias de la misma partida que el producto siempre que su valor máximo no exceda del 20% del precio franco fábrica del producto</p> <p><b>Regla optativa</b></p> <p>Fabricación en la cual el valor de todas las materias utilizadas no exceda del 40% del precio franco fábrica del producto</p> <p><b>Partida 3301</b></p> <p>Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los "concretos" o "absolutos"; resinoides; oleorresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas, obtenidas por enflorado o maceración; subproductos terpénicos</p>	<p>Esta regla aplica casi a todo el capítulo 33, con excepción de las reglas específicas que se indican más adelante.</p> <p>Esta regla permite la importación de materias primas no originarias siempre que clasifiquen en una partida distinta a la del producto final. No obstante, pueden utilizarse materiales clasificados en la misma partida del producto final, siempre que su valor total no exceda del 20 % del precio franco fábrica del producto.</p> <p>Adicionalmente, si no se logra cumplir con la regla anterior, se puede aplicar la regla optativa, la cual permite que se utilicen materiales no originarios siempre que el valor de los mismos no exceda el 40% del precio franco fábrica del producto.</p>

<sup>12</sup> La regla de origen específica (ROE) aplica para productos que incorporen materiales importados, no originarios, siempre que sean objeto de las transformaciones o elaboraciones citadas en la ROE.

<sup>13</sup> Regla de origen de conformidad con el Apéndice II del Anexo III del Acuerdo de Asociación entre Chile y la Unión Europea.

<sup>14</sup> Regla de origen de conformidad con el Anexo 15 del Reglamento (CE) No. 881/2003 de la Comisión del 21 de mayo de 2003.

Acuerdo de Asociación entre CH-UE <sup>13</sup>	Sistema Generalizado de Preferencias <sup>14</sup>	Interpretación
<p>residuales de la desterpenación de los aceites esenciales; destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales</p> <p><b>Regla:</b> Fabricación a partir de materiales de cualquier partida, incluso a partir de los materiales recogidos en otro "grupo"<sup>15</sup> de la presente partida.</p> <p>No obstante, pueden utilizarse los materiales del mismo grupo que el producto siempre que su valor total no exceda del 20 % del precio franco fábrica del producto</p>	<p>residuales de la desterpenación de los aceites esenciales; destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales</p> <p><b>Regla:</b> Fabricación a partir de materias de cualquier partida, incluso a partir de las materias recogidas en otro "grupo"<sup>16</sup> de la presente partida.</p> <p>No obstante, pueden utilizarse las materias del mismo grupo que el producto siempre que su valor máximo no exceda del 20 % del precio franco fábrica del producto</p>	<p>La regla permite que se importen materias primas no originarias, incluso cuando éstas clasifican en la misma partida que el producto final.</p> <p>No obstante, se incluye una restricción con respecto al valor de las mercancías importadas sujeto a su pertenencia a cierto grupo dentro de la misma partida 3301.</p> <p>Para estos efectos se separan las mercancías de la partida 3301 en varios grupos, separados entre "punto y coma". Es decir, se tienen los siguientes grupos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los "concretos" o "absolutos";</li> <li>▪ resinoides;</li> <li>▪ oleorresinas de extracción;</li> <li>▪ disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas, obtenidas por enflorado o maceración;</li> <li>▪ subproductos terpénicos residuales de la desterpenación de los aceites esenciales;</li> <li>▪ destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales</li> </ul> <p>En ese sentido, se permite la utilización de mercancías</p>

<sup>15</sup> Se entiende por "grupo" la parte del texto de la presente partida comprendida entre dos "punto y coma".

<sup>16</sup> Se entiende por "grupo" la parte del texto de la presente partida comprendida entre dos "punto y coma".

Acuerdo de Asociación entre CH-UE <sup>13</sup>	Sistema Generalizado de Preferencias <sup>14</sup>	Interpretación
<p><b>Regla optativa</b></p> <p>Fabricación en la cual el valor de todos los materiales utilizados no exceda del 40 % del precio franco fábrica del producto.</p>	<p><b>Regla optativa</b></p> <p>Fabricación en la cual el valor de todas las materias utilizadas no exceda del 40 % del precio franco fábrica del producto.</p>	<p>pertenecientes a grupos distintos que el producto final.</p> <p>En los casos en los que la materia prima y el producto final estén en el mismo grupo, el valor de los materiales no debe exceder del 20% del precio franco fábrica del producto final.</p> <p>Adicionalmente, si no se cumplen las condiciones citadas anteriormente, se puede aplicar la regla optativa, mediante la cual se permite la utilización de materiales importados no originarios, siempre que su valor total no exceda del 40% del precio franco fábrica del producto.</p>

Fuente: Elaboración propia

## 6. Situación del sector en Costa Rica

Según datos de la Promotora de Comercio de Costa Rica (PROCOMER), en el año 2005, 25 empresas exportaron €2.1 millones de todos los productos incluidos en este estudio, lo que representó un 16% más que en el 2004 (€1.8 millones). No obstante, no hay registro de ninguna empresa que haya superado los USD\$12.000. Del total exportado en ese periodo, las exportaciones con destino al mercado Europeo sumaron unos €1.500, de los cuales casi la totalidad de las exportaciones fueron al mercado de España. Esto evidencia que no existen empresas costarricenses exportando al mercado europeo en cantidades comerciales importantes.

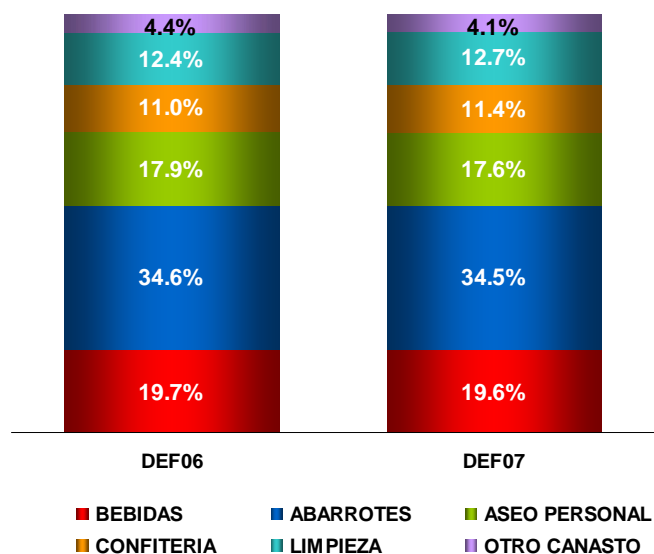
Según las estadísticas descritas en el Anexo I, Costa Rica es un importador neto de estos productos, principalmente de perfumes, maquillaje, champúes, preparaciones capilares, desodorantes corporales, entre otros.

Según datos proporcionados por la empresa ACNielsen, el sector de artículos de aseo personal<sup>17</sup> ocupa el tercer lugar de ventas en el país después de las bebidas y los abarrotes. El siguiente

<sup>17</sup> Este empresa incluye dentro de esta categoría los siguientes productos: accesorios infantiles, cepillos dentales, cremas para la piel, dentífricos, desodorantes, hojas de rasurar, jabón de tocador, pañales desechables, papel higiénico, protección sanitaria, shampoo y tintes para cabello.

gráfico muestra el comportamiento de las ventas a nivel nacional y la variación que ha tenido el sector del año 2006 a febrero del 2007.

**Cuadro No. 48.8**  
**Costa Rica: Estructura de ventas por sector**  
**A febrero del 2007**  
**En dólares**



Fuente: ACNielsen Costa Rica, 2007

Los anexos III y IV describen el comercio bilateral de preparaciones para el cuidado personal entre Costa Rica y la UE. Específicamente, el anexo III describe los productos importados desde Costa Rica y la importancia relativa con respecto al total importado.

Asimismo, el anexo IV describe los productos exportados hacia Costa Rica así como la importancia relativa con respecto al total exportado por subpartida, en el año 2005.

## 7. El sector de preparaciones de cuidado personal en Centroamérica.

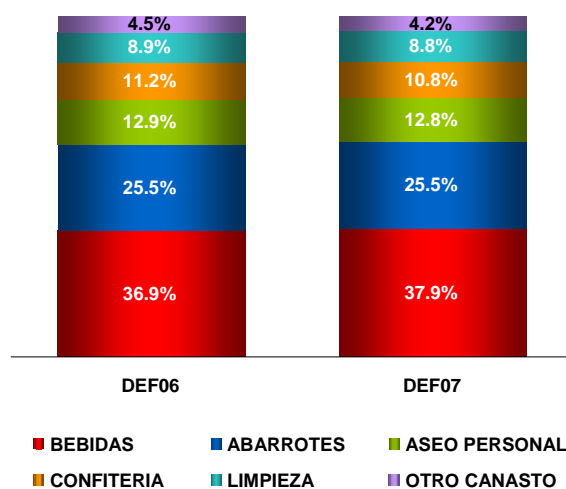
En el año 2005 la región importó un total de €246,6 millones en productos para el cuidado personal de los cuales un 8,5% (21.2 millones) provenía de la UE. Principalmente, se importaron perfumes y aguas de tocador, maquillaje, productos para el cabello y desodorantes corporales. Los productos para el cabello han mostrado un gran crecimiento en las importaciones; entre el periodo 2004-2005 las importaciones se incrementaron en un 43%. El mayor importador de la región es Guatemala, seguido por Costa Rica y El Salvador. Estos dos últimos países han presentado una disminución en las importaciones de un 11% y un 3%, respectivamente, al contrario del crecimiento presentado por Guatemala en ese período de un 13%. Las exportaciones de los países centroamericanos, a la UE, en el año 2005 alcanzaron los €44.000. Solamente Costa

Rica (€1.558), Guatemala (€18.321) y Honduras (€23.945) realizaron exportaciones por montos bastante bajos. Al comparar los datos de las importaciones con las exportaciones, se concluye que la región centroamericana es netamente importadora de estos productos.

Cabe resaltar que el comercio intra-regional es bastante dinámico. En el 2005, las exportaciones alcanzaron los €70,3 millones y las importaciones €77,7 millones. Entre los principales productos comerciados están los perfumes, maquillaje, champúes, dentríficos, desodorantes corporales, entre otros. Los dentríficos fueron los productos con más comercio en la región, lo cual es entendible dado la presencia de la empresa Colgate-Palmolive en Guatemala, la cual abastece a toda gran parte de la región. Por ejemplo, en el 2005 el comercio de exportación de dentríficos en la región alcanzó los €18,2 millones.

A nivel centroamericano la categoría de aseo personal presenta el mismo comportamiento que en el mercado costarricense. Este sector ocupa el tercer lugar en ventas y solo es superado por productos como bebidas y abarrotos. Para toda la región, el sector de aseo personal representó el 12.9% del total de ventas. El siguiente gráfico muestra el comportamiento de los sectores a nivel centroamericano.

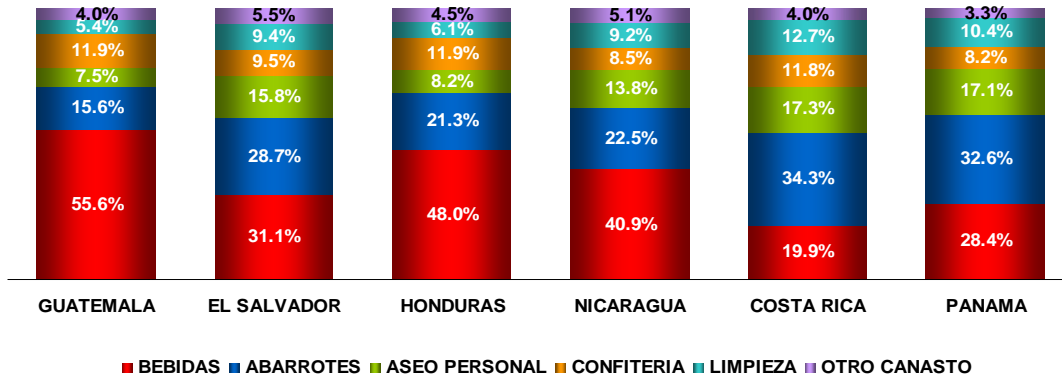
**Cuadro No. 48.9**  
**Centroamérica: Estructura de ventas por sector.**  
**Año 2007**  
**En dólares**



Fuente: ACNielsen Costa Rica, 2007

El cuadro siguiente muestra el comportamiento de las diferentes categorías según cada sector. Es importante resaltar que la categoría de aseo personal representa alrededor de un 17% para países como Costa Rica y Panamá, de un 13% a un 15% para El Salvador y Nicaragua y entre un 7% y un 8% para Guatemala y Honduras.

**Cuadro No. 48.10**  
**Centroamérica: Estructura de ventas por país según sector**  
**Año 2007**



Fuente: ACNielsen Costa Rica, 2007

Anexo I

Cuadro comparativo del comercio exterior de Costa Rica y la Unión Europea  
por subpartida arancelaria, en millones de euros

SA Subpartida 6D	Descripción	Costa Rica		Unión Europea 25				Comercio bilateral 2005	
		Exportaciones 2005	Importaciones 2005	Exportaciones totales 2005	Importaciones totales 2005	Exportaciones extra-UE 2005	Importaciones extra-UE 2005	Exportaciones a UE 2005	Importaciones desde UE 2005
330300	Perfumes y aguas de tocador	0,1	7,5	5.986,6	3.390,8	2.872,3	432,1	0,0	0,8
330410	Preparaciones para el maquillaje de los labios	0,0	1,5	867,6	578,9	365,7	104,5	0,0	0,2
330420	Preparaciones para el maquillaje de los ojos	0,0	1,3	859,5	646,7	324,0	104,2	0,0	0,1
330430	Preparaciones para manicuras o pedicuros	0,1	0,5	293,2	284,0	94,5	89,0	0,0	0,0
330491	Polvos, incluidos los compactos	0,0	1,2	424,9	330,1	137,1	51,2	0,0	0,1
330499	Las demás preparaciones para el maquillaje o el cuidado de la piel	0,2	9,0	6.685,8	4.574,2	2.853,0	895,7	0,0	1,4
330510	Champúes	0,5	6,6	1.194,8	867,6	352,2	58,8	0,0	0,1
330520	Preparaciones para ondulación o desrizado permanentes	0,0	0,2	59,9	45,1	19,8	9,6	0,0	0,0
330530	Lacas para el cabello	0,0	0,2	316,7	214,4	60,2	7,4	0,0	0,0
330590	Las demás preparaciones capilares	0,4	6,6	1.987,9	1.395,4	708,9	165,7	0,0	1,0
330610	Dentífricos	0,0	9,6	821,5	621,2	216,1	60,3	0,0	0,1
330620	Hilo utilizado para limpieza de los	0,0	0,2	64,8	47,4	30,2	15,5	0,0	0,0

	espacios interdentales (hilo dental)								
330690	Las demás preparaciones para el cuidado bucal o dental	0,1	1,3	244,0	282,6	85,0	80,4	0,0	0,1
330710	Preparaciones para afeitar o para antes o después del afeitado	0,0	0,4	633,2	476,5	181,3	22,1	0,0	0,1
330720	Desodorantes corporales y antitranspirantes	0,2	4,8	934,4	648,1	253,3	48,3	0,0	0,2
330730	Salas perfumadas y demás preparaciones para el baño	0,0	0,1	587,8	540,0	102,4	48,9	0,0	0,0
330741	Agarbatti y demás preparaciones odoríferas que actúan por combustión	0,0	0,0	41,4	30,8	23,7	18,6	0,0	0,0
330749	Las demás preparaciones para perfumar o desodorizar locales	0,4	1,3	501,0	506,9	112,1	76,5	0,0	0,1
330790	Los demás artículos de cuidado personal	0,1	0,6	844,7	625,0	327,8	94,9	0,0	0,1
<b>TOTAL</b>		<b>2,1</b>	<b>52,9</b>	<b>23.349,8</b>	<b>16.105,8</b>	<b>9.119,7</b>	<b>2.383,8</b>	<b>0,0</b>	<b>4,4</b>

Fuente: COMEX con base en PROCOMER, BCCR y EuroStat

Nota: se utilizó el tipo de cambio promedio mensual para el año 2005: 1,253775 \$/euro.

**Anexo II**  
**Cuadro comparativo del comercio exterior de Centroamérica**  
**por subpartida arancelaria**  
**En millones de euros**

SA Subpartida 6D	Descripción	Centroamérica total		Centroamérica con UE		Centroamérica con MCCA	
		Exportaciones 2005	Importaciones 2005	Exportaciones 2005	Importaciones 2005	Exportaciones 2005	Importaciones 2005
330300	Perfumes y aguas de tocador	16,3	43,3	0,0	7,4	14,7	14,9
330410	Preparaciones para el maquillaje de los labios	1,8	6,2	0,0	0,5	1,6	1,3
330420	Preparaciones para el maquillaje de los ojos	1,6	6,3	0,0	0,5	1,2	0,8
330430	Preparaciones para manicuras o pedicuros	1,7	2,9	0,0	0,1	1,4	1,3
330491	Polvos, incluidos los compactos	1,7	5,7	0,0	0,4	1,4	1,2
330499	Las demás preparaciones para el maquillaje o el cuidado de la piel	11,9	37,2	0,0	5,3	9,0	6,6
330510	Champúes	8,0	43,5	0,0	0,8	6,5	3,3
330520	Preparaciones para ondulación o desrizado permanentes	0,3	0,9	0,0	0,0	0,2	0,1
330530	Lacas para el cabello	0,6	2,0	0,0	0,2	0,3	0,4
330590	Las demás preparaciones capilares	12,3	29,3	0,0	2,7	8,0	5,0
330610	Dentífricos	24,3	29,5	0,0	0,7	18,2	16,9
330620	Hilo utilizado para limpieza de los espacios interdentes (hilo dental)	0,1	0,7	0,0	0,0	0,1	0,0
330690	Las demás preparaciones para el cuidado bucal o dental	0,4	4,0	0,0	0,6	0,3	0,1
330710	Preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado	0,3	1,6	0,0	0,3	0,2	0,1
330720	Desodorantes corporales y antitranspirantes	8,3	24,4	0,0	1,2	6,6	3,6

330730	Sales perfumadas y demás preparaciones para el baño	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,1
330741	Agarbatti y demás preparaciones odoríferas que actúan por combustión	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,6
330749	Las demás preparaciones para perfumar o desodorizar locales	0,7	5,0	0,0	0,1	0,5	1,0
330790	Los demás artículos de cuidado personal	0,2	2,8	0,0	0,2	0,2	0,3
<b>TOTAL</b>		<b>90,6</b>	<b>246,6</b>	<b>0,0</b>	<b>21,2</b>	<b>70,3</b>	<b>57,7</b>

**Fuente:** SIECA

**Nota:** se utilizó el tipo de cambio promedio mensual para el año 2005: 1,253775 \$/euro.

**ANEXO III**  
**Costa Rica: Comercio bilateral con la Unión Europea**  
**Productos importados desde Costa Rica**

Subpartida	Descripción	Valor en Euros			Imp. Relativa respecto al total importado por subpartida (2005)
		2003	2004	2005	
330300	Perfumes y aguas de tocador	430		157.349	Menos que 0,01%
330410	Preparaciones para el maquillaje de los labios			491	Menos que 0,01%
330420	Preparaciones para el maquillaje de los ojos			26.244	Menos que 0,01%
330430	Preparaciones para manicuras o pedicuros	210.069	312.868	159.508	0,056%
330499	Las demás preparaciones para el maquillaje o el cuidado de la piel	9.935	15.596	760	Menos que 0,01%
<b>TOTAL (1)</b>		<b>220.434</b>	<b>328.464</b>	<b>344.352</b>	

**Fuente:** Eurostat

(1) Se refiere a la totalidad de los productos importados desde Costa Rica en este sector

ANEXO IV  
Costa Rica: Comercio bilateral con la Unión Europea  
Productos exportados desde Costa Rica

Subpartida	Descripción	Valor en Euros			Imp. Relativa respecto al total importado por subpartida (2005)
		2003	2004	2005	
330300	Perfumes y aguas de tocador	375.726	473.148	410.068	Menos que 0,01%
330410	Preparaciones para el maquillaje de los labios	-	-	3.441	Menos que 0,01%
330430	Preparaciones para manicuras o pedicuros	10	-	-	
330491	Polvos, incluidos los compactos	26.825	-	-	
330499	Las demás preparaciones para el maquillaje o el cuidado de la piel	966.743	1.217.669	2.157.322	0,032%
330510	Champúes	47.159	48.184	93.251	Menos que 0,01%
330520	Preparaciones para ondulación o desrizado permanentes	2.961	-	2.602	Menos que 0,01%
330530	Lacas para el cabello	2.893	5.175	16.615	Menos que 0,01%
330590	Las demás preparaciones capilares	438.625	521.470	1.136.387	0,057%
330610	Dentífricos	19.238	5.295	913	Menos que 0,01%
330690	Las demás preparaciones para el cuidado bucal o dental	60.162	29.390	42.974	0,01%
330710	Preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado	1.348	-	5.760	Menos que 0,01%
330720	Desodorantes corporales y antitranspirantes	-	54.098	62.999	Menos que 0,01%
330730	Sales perfumadas y demás preparaciones para el baño	1.893	14.962	-	
330749	Las demás preparaciones para perfumar o desodorizar locales	28.702	27.918	-	
330790	Los demás artículos de cuidado personal	437.312	246.315	196.261	0,039%
<b>TOTAL (1)</b>		<b>2.409.597</b>	<b>2.643.624</b>	<b>4.128.593</b>	

Fuente: Eurostat (1)

Se refiere a la totalidad de los productos importados desde Costa Rica en este sector