



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN BOLIVIA

FICHA MERCADO PRODUCTO Mascarilla de protección

1. Nomenclatura arancelaria
6307.90.30.00
2. Denominación o nombre comercial en el país de destino: **Barbijo descartable**
3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)

3.1 Aranceles, impuesto y restricciones:

Arancel General (excepto países miembros de la CAN)	40 %
IVA	14.94%
Restricciones	Sin Restricciones

El arancel de “Barbijos descartables” para ingresar a Bolivia es del 40 %, pero para los países miembros de la CAN, el arancel es 0%, por lo que se necesitará un certificado de origen para acceder a este arancel.

Es importante resaltar, que dada la coyuntura del COVID-19, y hasta que la emergencia sanitaria en Bolivia termine, el arancel para este tipo de producto y el de insumos médicos es de 0% para cualquier país del mundo.

3.2 Requisitos sanitarios:

En cuanto a los requisitos sanitarios para la importación de barbijos descartables, se debe cumplir con los requisitos de importación de insumos médicos y etiquetados:

a) Requisitos sanitarios:

Pasos	Duración Trámite y costo	Documentos
Paso 1: Registro Sanitario de la empresa en Agencia Estatal de Medicamentos Y Tecnología En Salud - AGEMED (si la empresa importadora no cuenta con uno)	90 días - Empresa de insumos medico: 1700 bs	- Formulario de solicitud DINAMED Form. 005. - Documentación legal – administrativa de las empresas. - Documentación general del producto. - Información técnica del principio activo. - Información técnica del producto terminado. - Documentación técnica biofarmacéutica. - Etiquetas, rótulos, insertos o prospectos. - Evaluación farmacológica. - Muestra. - Pago por concepto de servicio de evaluación.

Paso 2: Registro del producto y aprobación de etiquetas	Registro producto: 2 días hábiles para el registro de del producto y el costo depende del monto de la importación. Aprobación de etiquetas: 10 días hábiles etiquetas en español.	Registro del producto: - Certificación del Director Técnico-Regente Farmacéutico X. - Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) X. - Contrato de Fabricación o Control de Calidad por Terceros X. - Certificado de Producto Farmacéutico Sujeto a Comercio Internacional Consularizado. - Fotocopia de Registro Sanitario Anterior - Representación Legal. - Fotocopia de Certificado de Despacho Aduanero, solo para los casos de (psicotrópicos o estupefacientes).
--	--	---

b) Requisitos de etiquetado:

El proceso de etiquetado se aplica a todos los productos deben contener esta información obligatoria:

1. Número de NIT.
2. Nombre comercial (si lo tiene).
3. Nombre genérico del producto o D.C.I. (Denominación Común Internacional).
4. Número de lote.
5. Dirección de la empresa.
6. Lugar y país de origen.
7. Fecha de vencimiento no codificada.
8. Condiciones especiales de almacenamiento o manipulación.
9. Nombre del fabricante o licenciante.
10. Cantidad de unidades de producto contenido.
11. Marca registro sanitario AGEMED.

Referencia: http://agemed.minsalud.gob.bo/reg-far/doc_reg_far/T-N-11-RM-0909-RSANITARIO.pdf

A esto se debe añadir el procedimiento de etiquetado conforme al Art.149 del D.S. 25235, que indica que todo envase de comercialización de producto deberá incluir el adhesivo, sello, etiqueta o impresión que identifique la empresa que comercializa el producto, sea producto importado o nacional, debiendo el diseño o formato del mismo incluirse en el expediente.

c) Requisitos generales de importación:

Pasos	Duración Trámite y costo	Documentos
Paso 1: Registro del Importador en la Unidad de Servicio a Operadores de la Aduana Nacional de Bolivia.	Trámite gratuito. -Persona natural: inmediato. -Persona jurídica: 48 hrs.	- Persona jurídica: - Formulario de registro importador - Testimonio de constitución de empresa o testimonio de poder legal. - Matrícula de Registro de Comercio. (FUNDAEMPRESA). - Número de Identificación tributaria (NIT). - Croquis de dirección actual (con factura de electricidad o agua).

		- Persona natural: todos los documentos excepto NIT y reemplazarlo por su carnet.
Paso 2: Despacho aduanero de importación.		- Original de la factura comercial. - Original o copia de documento de embarque. - Original declaración Andina de Valor (si la mercadería sobrepasa los USD 5000). - Original parte de recepción emitido por la Zona Franca o concesionario de depósito aduanero. - Copia de póliza de seguro de transporte. - Original de documentos de gastos portuarios. - Copia de Factura de transporte. - Original de Certificado de Origen. - Original certificaciones o autorizaciones previas.

d) Importación de muestras sin valor comercial:

Para la importación de muestras sin valor comercial, no deben sobrepasar los 10Kg netos, y deben contar con el permiso de inocuidad alimentaria de importación. Para este permiso se deben seguir los procedimientos de registro de producto, en este caso no será imprescindible que el producto cuente con un registro sanitario vigente pero sí que el producto tenga una vigencia de al menos 2 meses y esté herméticamente sellado.¹

4. Tendencias del mercado

El consumo de insumos médicos está en auge en el mercado a nivel mundial, debido a la pandemia Covid-19.

China sigue a la cabeza de la fabricación y ventas, seguido por Estados Unidos y Brasil, países a los que recientemente se han sumado Perú, con altos índices de crecimiento.

El mercado boliviano presenta una oportunidad para las empresas que fabrican este tipo de producto, dado que en los últimos años se ha visto un incremento en el poder adquisitivo de los habitantes. Entre 2015 y 2019 el salario mínimo nacional (SMN) pasó de 237 USD a 304USD, esto significa un aumento de 28.7%. Hoy en día parte de este ingreso se destina al gasto de protección de bioseguridad para la familia.

El mercado boliviano cuenta con un canal de distribución marcado y dividido en los siguientes sectores:

- Sector médico (hospitales, clínicas y farmacias).
- Sector industrial (fábricas de alimentos, minería y otros negocios relacionados).
- Mercados tradicionales.

A pesar de lo expresado, el nivel de consumo boliviano se da en el mercado tradicional que equivale el 70% del consumo nacional.

Finalmente, en Bolivia el producto denominado mascarillas o barbijos requiere registro sanitario según AGEMED, pero lamentablemente no cuentan con una norma técnica.

Debido a esta falla en la norma ingresan productos que cumplen con especificaciones internacionales y también productos que en vez de hacer un bien a la persona termina perjudicando debido a la composición de materiales reciclados.

5. Estacionalidad de la producción local:

5.1. Estacionalidad y presentaciones que más rotan:

Las mascarillas son de uso diario en el sector médico, mientras que en el sector industrial existe más del 50% que usan mascarillas de tela que no cuentan con filtración bacteriana.

La presentación de este producto son cajas de 50 unidades.

5.2. Exhibición del producto:

La mascarilla es un producto de consumo diario, estos se pueden encontrar en los mercados (como el mercado la tablada, en La ciudad de La Paz), farmacias, tiendas especializadas y distribuidores. El consumo mayoritario de la mascarilla encuentra distribuido geográficamente en el denominado “Eje Troncal”, que son las áreas metropolitanas de las ciudades de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz, donde reside más del 70 % de la población y se encuentran las principales y más grandes unidades hospitalarias del país.

5.3. Principales industrias bolivianas:

Lamentablemente en el mercado boliviano no se fabrica este producto. El 100% de los productos llegan a través de importaciones distribuidores de los siguientes países.

- China: 30%
- Chile: 40%
- Perú: 20%
- Brasil: 10%

6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos):

El intercambio comercial de Bolivia se hace principalmente por vías terrestres o multimodales (caso de importaciones ultra mar). Los principales puntos de ingreso de este producto se encuentran en las fronteras de Bolivia con sus países vecinos:

- Desaguadero-Perú
- Tambo Quemado-Chile
- Yacuiba- Argentina
- Beni, Pando y Santa Cruz- Brasil

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena).

En Bolivia la cadena de distribución de barbijos o mascarillas descartables se divide en:

- Comercializadores e importadores mayoristas.
- Empresas especializadas en venta de insumos hospitalarios (importadoras distribuidoras).
 - Sector hospitalario.
 - Sector industrial.
- Mercados tradicionales.

7.1. Empresas especializadas en venta de insumos hospitalarios (importadoras distribuidoras):

Empresas que manejan varios tipos de insumos hospitalarios, pero se especializan en una categoría.

Dependiendo del segmento que maneja la empresa puede variar la demanda entre precio-calidad. En esta categoría de producto se encuentra todo tipo de insumos de protección hospitalario. En el caso de Rossetti Bolivia SRL (sucursal en Bolivia de la empresa peruana R&G) vende insumos médicos específicamente para la protección de bioseguridad de salud e industrial.

7.2. Comercializadores y distribuidores mayoristas:

Son los que se encargan de importar masivamente el producto para revenderlo a los distribuidores especializados. Se caracterizan por la demanda de precio más que por la demanda de calidad.

- **Sector hospitalario:**

En este punto se encuentran las principales distribuidoras del sector médico y farmacéutico de Bolivia.

Casi el 55% son importadores directos de dichos productos, el 25% lo compran de manera local a fabricantes constituidos en Bolivia y el 30% restante lo adquiere en mercados informales de dudosa procedencia.

- **Sector industrial:**

Los distribuidores en la mayoría de los casos se abastecen directamente del fabricante. Es importante resaltar que estos se especializan en líneas y marcas de producto, además que se encargan de vender a los puntos de venta. Para ello cuentan un equipo de ventas que está encargado de visitar los puntos de venta (industrias, mayoristas, minoristas) y ofrecen la línea de productos que la distribuidora tiene. La venta se hace por caja o unidades.

Ejemplo de distribuidoras de productos masivos: AIDISA, MADISA, COINSER, MINOIL, COMPANEX, MASIVOS, etc.

- **Mercados tradicionales:**

Son los mercados de abasto de productos farmacéuticos o cosméticos tradicionales de cada ciudad (por ejemplo: la tablada, Uyustus y San Francisco en La Paz). En estos puntos se vende por case pack y se llega directamente al cliente final.

8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia):

Importadores - Distribuidores: Son los actores más directos con los que se puede llegar más rápido a los puntos de venta.

Los criterios a tomar en cuenta son:

- Analizar la especialización de la empresa en el sector indicado: Identificar el nivel de cobertura dependiendo de los sectores seleccionados.
- Analizar el nivel de cobertura: Evaluar el nivel de infraestructura de la operación. Es ideal contar con almacenes en el eje troncal para rápida atención y rotación.
- Analizar la FFVV: Ver si la empresa cuenta con una FFVV debidamente capacitada para interactuar en los sectores designados.
- Analizar el nivel de facturación: Revisión de estados financieros con la idea de sustentar y poder generar un nivel de confianza crediticia para afianzar grandes negocios.
- Experiencia en la distribución de productos de consumo masivo: En los últimos años se ha observado nuevos emprendimientos de distribuidoras, muchos de ellos sin experiencia en este rubro. Como el mercado es todavía muy concentrado y con pocos actores, es importante que la empresa tenga conocimiento de cómo manejarlo con este tipo de productos.
- Productos manejados en su catálogo: Es importante analizar el catálogo del distribuidor para evitar conflictos de intereses: ¿Qué productos comercializan? ¿Están en la misma línea del producto que se quiere introducir? ¿Los productos son competencia directa al producto que se quiere introducir?
- Márgenes y precios que maneja la empresa: Al momento de negociar ver cuál es el margen que maneja el distribuidor teniendo en cuenta los puntos precedentes.

9. Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta):

En la actualidad existen dos marcas de productos peruanos en el mercado boliviano:

- R&G
- Drocsa

Principales mercados de los que Bolivia importa barbijos o mascarillas descartables.

Países Origen



www.veritradecorp.com

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

- Promocionar en el Perú la oportunidad de mercado que existe en Bolivia.
- Realizar agendas de negocios personalizadas con apoyo de la OCEX Bolivia.
- Dependiendo de los recursos de la empresa y el modelo de exportación al cual quiera apuntar (venta directa al público final o mediante un representante) participar en las principales ruedas multisectoriales del eje troncal:
 - La Paz Expone (La Paz): 15 al 24 de julio 2020 (fecha prevista, sujeta a cambios).
 - Fipaz (La Paz): del 15 al 30 de octubre del 2020 (fecha prevista, sujeta a cambios).
 - Feicobol (Cochabamba): 27 de abril al 7 mayo 2020 (fecha prevista, sujeta a cambios).
 - Fexpocruz (Santa Cruz): 22 de septiembre al 1 de octubre 2020 (fecha prevista, sujeta a cambios).

Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg, otro)	Precio (USD. por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Distribuidora Dispromed	50 unid	8.00	Brasil	10/04/2020	Caja de cartón	
Distribuidora Tamiva	50 unid	17.00	China	10/04/2020	Caja de cartón	
Importador distribuidor Rossetti Bolivia SRL	50 unid	11.00	Perú	10/04/2020	Caja de cartón	

* Incluir información en distintos puntos de la cadena (mercados mayoristas, distribuidores y puntos de venta final) y de diferentes países de origen.

Dirección de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior
 Calle Uno Oeste 050, Piso 1, San Isidro, 15036 Lima, Perú
 T (51-1) 616 7400
www.promperu.gob.pe

