

**OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN BOLIVIA****FICHA MERCADO PRODUCTO  
HUEVO EN POLVO**

1. Nomenclatura arancelaria  
**04089100**
2. Denominación o nombre comercial en el país de destino: **HUEVO EN POLVO**
3. **Requisitos de acceso al mercado**

**3.1 Aranceles, impuesto y restricciones:**

Arancel General (excepto países miembros de la CAN)	10%
IVA	14.94%
Restricciones	Sin Restricciones

El arancel del huevo en polvo, 04089100, para ingresar a Bolivia es del 10%, 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.

**3.2 Requisitos sanitarios:**

En cuanto a los requisitos sanitarios para la importación de clara de huevo en polvo, se debe cumplir con los requisitos de importación de alimentos procesados y etiquetados:

## a) Requisitos sanitarios:

Pasos	Duración Trámite y costo	Documentos
<b>Paso 1:</b> Registro Sanitario de la empresa en SENASAG (si la empresa importadora no cuenta con uno).	60 días  - Empresa alimentos: 500bs	- Carta Solicitud al jefe distrital. - Fotocopia NIT. - Formulario solicitud. - Formulario de relación de ingredientes. - Carta de aprobación de etiquetas. - Croquis distribución de almacenes. - Croquis ubicación. - Certificado de Origen y resultados de análisis fisicoquímicos y microbiológicos. - Depósito bancario.



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

<p><b>Paso 2:</b> Registro del producto y aprobación de etiquetas.</p>	<p><b>Registro producto:</b> 2 días hábiles para el registro de del producto. El costo depende del monto de la importación.</p> <p><b>Aprobación de etiquetas:</b> 10 días hábiles. 50 Bs etiquetas en español. 100 Bs etiquetas en otro idioma.</p>	<p><b>Registro del producto:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Solicitud de aprobación de etiqueta.</li><li>- Declaración jurada.</li><li>- Formulario de solicitud.</li><li>- Factura comercial.</li><li>- Certificado sanitario de origen.</li><li>- Lista de empaque.</li><li>- Depósito bancario.</li></ul> <p><b>Aprobación de etiqueta:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Solicitud de Aprobación de Modelo de Etiqueta.</li><li>- Declaración Jurada.</li><li>- Depósitos bancario.</li></ul>
--	--	--

**Requisitos de etiquetado:**

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

1. Nombre del alimento.
2. Naturaleza y condición física del alimento.
3. Contenido neto composición del alimento.
4. Identificación del lote.
5. Fecha de vencimiento.
6. Instrucciones para su conservación.
7. Nombre o razón social.
8. Dirección de la empresa.
9. Lugar y país de origen.
10. Marca Registro sanitario SENASAG.
11. Numero de NIT.

Referencia: <http://www.senasag.gob.bo/registros-unia/etiquetado.html>

A esto se debe añadir el procedimiento de etiquetado vigente a partir de enero de 2017 que, mediante la Ley N°775 “LEY DE PROMOCIÓN DE IMPORTACIÓN SALUDABLE”, indica que todo alimento procesado deberá regirse por el etiquetado con un sistema gráfico de barras de colores de acuerdo al nivel de grasas saturadas, nivel de azúcares añadidas y sodio. (anexo Ley N°775)

Nivel/ componentes	Concentración “Baja o Saludable”	Concentración “Media”	Concentración “Muy Alta”
<b>Grasas Saturadas</b>	Menos o igual a 1.5 gramos en 100 gramos.	Mayor a 1.5 y menor a 10 gramos en 100 gramos.	Igual o mayor a 10 gramos en 100 gramos.
<b>Azúcar añadida</b>	Menor o igual a 5 gramos en 100 gramos.	Mayor a 5 y menor a 15 gramos en 100 gramos.	Igual o mayor a 15 gramos en 100 gramos.
<b>Sal (Sodio)</b>	Menor o igual a 120 miligramos de sodio en 100 gramos.	Mayor a 120 y menor a 600 miligramos de sodio en 100 gramos.	Igual o mayor a 600 miligramos de sodio en 100 gramos.

b) Requisitos generales de importación:

Pasos	Duración Trámite y costo	Documentos
-------	--------------------------	------------



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

<b>Paso 1:</b> 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	<b>- Persona jurídica:</b> - 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).
---	---	---

		- <b>Persona natural:</b> todos los documentos excepto NIT y reemplazarlo por su carnet.
<b>Paso 2:</b> Despacho aduanero de importación		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Original de la factura comercial.</li> <li>- Original o copia de documento de embarque.</li> <li>- Original declaración Andina de Valor (si la mercadería sobrepasa los USD 5000).</li> <li>- Original parte de recepción emitido por la Zona Franca o concesionario de depósito aduanero.</li> <li>- Copia de póliza de seguro de transporte.</li> <li>- Original de documentos de gastos portuarios.</li> <li>- Copia de Factura de transporte.</li> <li>- Original de Certificado de Origen.</li> <li>- Original certificaciones o autorizaciones previas.</li> </ul>

c) Importación de muestras sin valor comercial:

Para la importación de muestras sin valor comercial, éstas 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.<sup>1</sup>

#### 4. Tendencias del mercado:

Según la Asociación de Productores Avícola de Santa Cruz<sup>2</sup>, Santa Cruz participa con el 70% de producción y por otro lado Bolivia produce 2.300 millones de huevos al año. Existen alrededor de 2600 avícolas en Bolivia de diferente talla.

Según el último reporte de la Asociación de Avicultores de Santa Cruz (ADA) el consumo per cápita anual de huevo en Bolivia es de 182 unidades por persona.<sup>3</sup>

Finalmente, en Bolivia, no está desarrollado el consumo de huevo en polvo, salvo en algunas industrias. A la fecha, este producto se comercializa en tiendas especializadas y solo existe una cadena de supermercados que vende el huevo en polvo de manera directa, es el supermercado IC NORTE.

<sup>1</sup> Fuente: SENASAG: <http://www.senasag.gob.bo/resoluciones/category/5358-2018#> Resolución nº7

<sup>2</sup> <http://www.adascz.com.bo>

<sup>3</sup> <https://www.radiofides.com/es/2019/10/10/el-consumo-de-huevo-en-bolivia-alcanza-a-182->



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

[unidades-por-persona-al-ano/](#)

## 5. Estacionalidad de la producción local:

### 5.1. Estacionalidad y presentaciones que más rotan:

El huevo y sus derivados es un producto de consumo diario, por lo cual no existe una época de mayor venta del producto.

Es importante resaltar que en Bolivia la venta directa de huevo procesado en polvo no existe, sin embargo, sí es común la venta de huevo y en menor rotación la venta de clara de huevo en botellas, por lo cuál esta podría ser una excelente oportunidad para las empresas peruanas especializadas en la producción de huevo en polvo.

### 5.2. Exhibición del producto:

Este se vende en los supermercados, en la sección de repostería y en las tiendas especializadas.

En el eje troncal de Bolivia es donde reside la mayor parte de la población de “la clase alta”, quienes podrían estar interesados en consumir productos derivados del huevo en polvo

### 5.3. Principales industrias bolivianas:

Las principales granjas de producción de huevos se encuentran en las ciudades de Santa Cruz y Cochabamba, las cuales son:

- Granja Avícola AVESCA: Santa Cruz
- Granja Avícola Sofia: Santa Cruz
- Granja Avícola Rolón: Cochabamba
- Granja Avícola Modelo: Cochabamba
- Granja Avícola Caisy: Santa Cruz

Las industrias avícolas especializadas en la industrialización del huevo que se pudo identificar son:

- OVOPROT: Santa Cruz -Empresa internacional que produce en Santa Cruz, es importante detallar que esta empresa está asociada con la empresa boliviana Avícola Modelo.  
- <http://www.ovoprot.com/index.php/es/standorte>  
- <https://www.facebook.com/avicolamodelo/>
- Avícola Rolón: Cochabamba - Fabricante local.  
- <http://rolonpublicidad.wixsite.com/rolon2>

## **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

En lo que respecta el intercambio comercial con Perú, los principales puntos de ingreso para este producto podrían ser:

- Desaguadero – Perú
- Kasani- Perú

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

### **7.1. Comercializadores e importadores mayoristas:**

Existen en Bolivia mercados “mayoristas” donde en un espacio se concentran puestos de venta con mercadería por categoría (abarrotes, huevos, galletas, enlatados y conservas, etc.).

Los productos de huevo procesado (venta de solo clara de huevo líquido), se pueden encontrar en tiendas especializadas o en algunos supermercados.

### **7.2. Distribuidores e importadores de alimentos:**

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 con un equipo de ventas que está encargado de visitar los puntos de venta (mayoristas, tiendas de barrio, supermercados) y ofrecer la línea de productos que la distribuidora tiene. La venta se hace por caja o unidades.

Por otro lado, los distribuidores también cuentan con la logística y contactos necesarios para que estos sean vendidos directamente a las industrias productoras de alimentos que podrían requerir este insumo.

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

### **7.3. Mercados tradicionales:**

Son los mercados de abasto tradicionales de cada ciudad. En estos puntos se vende por unidad y se llega directamente al cliente final.



#### **7.4. Tiendas de barrio:**

Puntos de venta de barrio, abastecidos por productos más que todo de compra impulsiva. El cliente final es quién se dirige a estos puntos directamente a realizar las compras de algún producto que podrían necesitar puntualmente o para consumo inmediato.

#### **7.5. Supermercados:**

Muchos de los supermercados de Bolivia se caracterizan por introducir nuevos productos bajo la denominación de “fondo perdido”, es decir que si el producto se quiere introducir al supermercado se debe realizar una colocación del mismo gratuitamente, si al segundo pedido se ve que el producto rotó (se vendió) según las expectativas del supermercado, se realiza la compra bajo los criterios normales. Sin embargo, esto depende mucho del poder de negociación de cada proveedor. En el caso de ser un proveedor conocido con productos ya en el supermercado y que sólo está ingresando un nuevo producto la negociación va más que todo por precios y cantidades.

Otro punto que hay que hay que tomar en cuenta es que el supermercado, en la mayor parte de los casos, devuelve la mercadería que no se vendió o está vencida a su proveedor.

Finalmente, en Bolivia, por el momento, no se pagan los espacios en góndolas, pero sí los espacios adicionales como ser islas de exposición. Es por eso que al introducir un producto es muy importante encontrar el mejor lugar de exposición y mantenerlo.

Las cadenas de supermercados en orden de importancia son:

- Hipermaxi (Sucursales en la Paz, Santa Cruz y Cochabamba)
- Fidalga (Sucursales en La Paz y Santa Cruz)
- IC Norte (Cochabamba, Santa Cruz)
- Ketal (La Paz)
- Supermercado Tía (Santa Cruz)

#### **8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores.**

**Distribuidores-Importadores: 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:

1. Analizar la participación de la empresa tanto en el mercado tradicional como moderno.

Este criterio es muy importante en cuanto a productos como el huevo en polvo,

clara de huevo en polvo y cáscara de huevo en polvo, al ser un producto consumido por un extracto social más alto, es muy importante que una empresa sepa donde localizar este tipo de producto “exclusivo” para el consumo.

2. **Analizar el ámbito de cobertura**  
Ver si la empresa tiene una cobertura local o nacional. En Bolivia es importante la presencia en el “eje troncal” (La Paz, Santa Cruz y Cochabamba).
3. **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, con pocos actores, es importante que la empresa tenga conocimiento de cómo manejarlo con este tipo de productos. Es muy importante analizar cual es el alcance de la empresa distribuidora, si esta solo llega a minoristas o si también tiene contacto con industrias alimentarias más robustas.
4. **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?
5. **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.

#### **8.1. Particularidades del Mercado boliviano para los huevos y sus derivados:**

- La mayor parte de la comercialización del huevo se realiza en mercados mayoristas y en segunda instancia a través de supermercados o micromarkets. En lo que respecta el huevo en polvo, este se podría comercializar en supermercados y tiendas especializadas.
- Por otro lado, en el caso de este producto, si la empresa tiene la capacidad de entrega a mayor escala, sería mucho más preciso contactar empresas industriales que podrían necesitar este aditivo, dado que la venta directa en mercados mayoristas y supermercados, entre otros, pueden representar una fracción pequeña del potencial del producto ya que el público boliviano directo no está acostumbrado a este producto.
- El mercado boliviano está en desarrollo lo cual abre posibilidades para la entrada de nuevos productos.
- Es un mercado muy competitivo en precios.
- Tomar en cuenta la ventaja del arancel 0% del cuál Perú goza para la exportación de sus productos al mercado boliviano.

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

Por el momento, no existe productos peruanos como huevos o sus derivados en el mercado boliviano.

**10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.**

- Promocionar en el Perú la oportunidad de mercado que existe en Bolivia.
- Realizar visitas personalizadas con apoyo de la OCEX Bolivia.
- Dependiendo de los recursos de la empresa y el modelo de exportación al cuál quiera apuntar (venta directa al público final o mediante un representante) participar en las 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)



PERÚ


Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

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

Oficina Comercial del Perú en La Paz Bolivia

"DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES"  
"Año de la Universalización de la Salud"

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
Supermercado IC NORTE	120 Grs.	-----	Bolivia	09/04/2020	Paquete cuadrado Huevo en Polvo .	

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](http://www.promperu.gob.pe)



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO