

**PERÚ**Ministerio |
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas
Comerciales en el Exterior**MEMORANDO N° 030-2020- PROMPERU/DO.OLPA**

A : **TERESA STELLA MERA GOMEZ**
Director de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

Cc : Carlos Manuel Arca Hoyle
Coordinador Regional de las OCEX de América del Sur

Asunto : Envío de ficha mercado producto de lavavajilla líquido -
OLPA.

Fecha : 21 de septiembre de 2020

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted por medio del presente, a fin de enviar como documento adjunto la ficha mercado producto de “Lavavajilla líquido” elaborada por la OCEX La Paz.

Sin otro particular, saludo a usted con las consideraciones más distinguidas.

Atentamente,

SOLEDAD ELENA CAMPOS MENDOZA DE PARRY,

Consejero Economico Comercial(e)

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERU

(SCM/pdm)

Adj.: Ficha mercado producto lavavajilla líquido.



OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN BOLIVIA

FICHA MERCADO PRODUCTO

Lavavajilla líquido

1. Nomenclatura arancelaria:

3402.20.00.00: PREPARACIONES TENSOACTIVAS, PREPARACIONES PARA LAVAR (INCLUIDAS LAS PREPARACIONES AUXILIARES DE LAVADO), ACONDICIONADOS PARA LA VENTA AL POR MENOR.

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino:

Lavavajilla líquido.

3. Requisitos de acceso al mercado: (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros).

Aranceles	10% →0%
IVA	14,94%
Restricciones	Ninguna

El arancel para ingresar a Bolivia los productos que sean lavavajillas líquidos para países miembros de la CAN o MERCOSUR es del 0%, por lo que se necesitará un certificado de origen para acceder a este beneficio.

Regularmente el arancel de estos productos provenientes de otros países que no pertenezcan a la CAN o MERCOSUR es de 10%, sin embargo, la Aduana Nacional emitió la CIRCULAR No. 060/2020 en fecha 17 de marzo de 2020, con la cual se difiere temporalmente a 0% el gravamen arancelario hasta el 31 de diciembre de la presente gestión, para la importación de productos que comprenden la nomenclatura arancelaria 3402.20.00.00. Asimismo, la Aduana Nacional procederá al despacho aduanero, en un plazo máximo de veinticuatro (24) horas.¹

Para exportar el producto a Bolivia, se requiere presentar una Notificación Sanitaria Obligatoria (NSO) emitida por la Agencia Estatal de Medicamentos y Tecnología (AGEMED), institución perteneciente al Ministerio de Salud de Bolivia². La NSO es la comunicación en la cual se informa a las autoridades nacionales competentes, mediante declaración jurada, que un producto regulado por Decisión 706, será comercializado por el interesado.

¹ <https://www.aduana.gob.bo/aduana7/sites/default/files/kcfinder/files/circulares/circular0602020.pdf>

² <http://www.comunidadandina.org/StaticFiles/DocOf/DEC706.pdf>



3.1. Requisitos sanitarios y fitosanitarios:

Pasos	Duración del trámite y costos	Documentos
Paso 1: Obtener el código de Notificación Sanitaria Obligatoria (NSO) emitido por la AGEMED del Ministerio de Salud de Bolivia.	Tiempo: 14 semanas.	Formulario único (FNSOHA-001) ³ Adjuntar la documentación según sea el caso: <ul style="list-style-type: none">• NSO• Renovación NSO.• Reconocimiento NSO.• Información de cambios.
Paso 2: Registro Sanitario de la empresa en Agencia Estatal de Medicamentos Y Tecnología en Salud - AGEMED (si la empresa importadora no cuenta con uno) ⁴	Tiempo: 12 semanas	<ul style="list-style-type: none">• Nombre comercial y marca.• Nombre o razón social de(l) (los) fabricante(s).• Nombre o razón social del titular de la NSO o del importador de ser el caso.• Nombre del país de origen.• El contenido nominal o neto por envase en peso, volumen o unidades, según corresponda.• Las precauciones particulares de empleo, advertencias, restricciones y condiciones de uso de acuerdo al producto.• El número de lote o sistema de codificación de producción.• El código de NSO.• La composición básica cualitativa.• La fecha de vencimiento, para productos absorbentes de higiene personal de uso interno.• Las condiciones especiales de almacenamiento según lo declarado en la NSO.

³ https://agemed.gob.bo/archivos_agemed/higiene%20domestica.docx

⁴ https://agemed.gob.bo/reg-far/doc_reg_far/T-N-11-RM-0909-RSANITARIO.pdf



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

El formulario único (FNSOHA-001) incluye:

Información General:

- a. Nombre del titular o representante legal acompañado de los documentos que acrediten su representación, según la normativa nacional vigente.
- b. Nombre del producto o grupo de productos de higiene doméstica y productos absorbentes de higiene personal para los cuales se está presentando la notificación.
- c. Nombre o razón social y dirección del fabricante y del responsable de la comercialización del producto, establecido en la subregión.

Información Técnica:

- a. La descripción y la composición del producto con indicación de su fórmula cuali – cuantitativa con nombre genérico y nomenclatura IUPAC, cuando corresponda.
- b. Especificaciones organolépticas y fisicoquímicas del producto terminado.
- c. Justificación de las bondades y proclamas atribuibles al producto, cuya no veracidad pueda representar un problema para la salud.
- d. Proyecto de arte de la etiqueta o rotulado.
- e. Instrucciones de uso del producto, cuando corresponda.
- f. Material del envase primario y secundario, cuando corresponda.
- g. Advertencias, precauciones y restricciones, cuando corresponda.
- h. Forma de presentación.
- i. Número de lote o sistema de codificación de producción.
- j. Información de las propiedades desinfectante y/o bactericida del producto, de acuerdo con las propiedades especiales conferidas al mismo.

Requisitos de Etiquetado:

- a. Nombre comercial y marca.
- b. Nombre o razón social de (l) (los) fabricantes.
- c. Nombre o razón social del titular del importador.
- d. Nombre del país de origen.
- e. El contenido nominal o neto por envase en peso, volumen o unidades, según corresponda.
- f. Las precauciones particulares de empleo, advertencia, restricciones y condiciones de uso de acuerdo al producto.
- g. El número de lote o sistema de codificación de producción.
- h. El código de NSO.
- i. La composición básica cualitativa.
- j. La fecha de vencimiento, para productos absorbentes de higiene personal de uso interno.
- k. Las condiciones especiales de almacenamiento según lo declarado en la NSO.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior**Requisitos Generales de Importación:**

Pasos	Duración del trámite y costos	Documentos
<p>Paso 1: Registro del importador en la Unidad de Servicio a Operadores de la Aduana Nacional de Bolivia.</p>	<p>Costo: Trámite gratuito. Tiempo: Persona natural: inmediato. Persona jurídica: 48 hrs.</p>	<p>Persona jurídica:</p> <ul style="list-style-type: none">• 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). <p>Persona natural: Todos los documentos excepto:</p> <ul style="list-style-type: none">• NIT y reemplazarlo por su carnet.
<p>Paso 2: Despacho aduanero de importación.</p>		<ul style="list-style-type: none">• 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.



Las tasas para la tramitación se encuentran en la página de la AGEMED⁵, en la que también se podrá realizar el seguimiento al trámite⁶.

Importación de muestras sin valor comercial:

Los interesados deberán presentar a la Autoridad Sanitaria una solicitud, acompañada de los siguientes requisitos:

Pasos	Tiempo	Documentos
Solicitud previa a la AGEMED	7 días	<ul style="list-style-type: none">• Nombre o razón social del solicitante.• Descripción del producto.• Uso.• Cantidad.• Número de lote cuando corresponda.• Fines en los que van a utilizarse, los mismos que deben ser congruentes con la actividad registrada por el solicitante.• Comprobante de pago de la tasa establecida.

Referencia: Normas nacionales⁷ y disposiciones de la Comunidad Andina⁸

3.2. Certificaciones:

Para la fabricación se establece como requisitos generales la certificación de agentes tensoactivos en detergentes líquidos para el lavado de vajilla (NB 74026:2013)⁹.

Por otra parte, como producto final, los segmentos de nivel socioeconómico alto y medio alto aprecian los productos con certificado de ecológico – biodegradable. En Europa está la certificación ECOCERT y ECOLABEL¹⁰, también certificaciones que indiquen “Sin parabenos, sin sosa, sin cloro”.

Asimismo, se aprecian las certificaciones para “fórmula concentrada” que destaca la característica de rendidor y fácil de usar en lavavajillas.

⁵ https://agemed.gob.bo/archivo_agemed/nuevoarancel.pdf

⁶ <https://agemed.gob.bo/#autorizacioncomercializacion/contenido>

⁷ https://agemed.gob.bo/#regulacion/normas_nacionales

⁸ https://agemed.gob.bo/#regulacion/comunidad_andina_naciones

⁹ <https://www.ibnorca.org/tienda/catalogo/detalle-norma/nb-74026:2013-nid=1753-7#scrollSlider>

¹⁰ <https://www.biogran.es/catalogo-biogran/249/#zoom=z>



3.3. Restricciones:

Son aptos para comercialización los ítems en la lista de productos de limpieza con registro sanitario actualizado.¹¹

4. Tendencias del mercado:

A finales del primer trimestre del presente año, la empresa de investigación de mercado Kantar en Bolivia, pronosticó un aumento en el índice de consumo en productos de aseo del hogar, higiene personal y alimentos. La motivación principal para la compra y consumo fue el pánico ante la incertidumbre de contagio frente a la pandemia del Covid-19. Debido a ello, recomiendan que las marcas deberían hacer énfasis en la empatía y la información al consumidor¹². Por otra parte, se espera un incremento debido al nuevo contexto de pandemia, la gente consume alimentos en su hogar y está como “*trending topic*” las clases de cocina online, por lo cual se espera un mayor consumo de estos productos (mayor uso de insumos y utensilios) lo que derivará en un crecimiento en la demanda de los mismos.

Actualmente, el líder en el mercado es la multinacional Unilever Andina, quien adquirió el 100% de la empresa boliviana Astrix¹³ el año 2019. Con esto, aseguraron su posicionamiento como líderes en el mercado e incrementaron su producción sustancialmente, lo cual les permitió obtener una mejor respuesta a la importante demanda del mercado en la actual crisis sanitaria.

Desde el inicio de la cuarentena rígida en Bolivia (22 de marzo de 2020), se tuvieron algunos problemas para el abastecimiento de estos productos debido a las restricciones en el transporte y en la movilización de los consumidores a los centros de abastecimiento, por lo cual, la cadena de distribución de estos productos y la de muchos otros tuvieron que adaptarse con el uso de plataformas digitales, atención telefónica y servicios de delivery.¹⁴

Estas formas de comercialización se fueron replicando en otras empresas que han acogido el marketing digital, el uso de redes sociales como Facebook, Instagram, Whatsapp, y aplicaciones como Pedidos Ya, Yaigo Delivery, y también emprendimientos locales de servicio de entregas a domicilio.

Según la Cámara Boliviana de Negocios Electrónicos y Servicios (CABNES), los productos de limpieza están a la cabeza del ranking en compras.¹⁵ El mercado está liderado en un 60% por la marca Ola (lavavajillas chino antes maquilado por Astrix, que ahora pertenece a Unilever Andina)¹⁶, el restante 40% es compartido por las marcas Sapolio, Bristar, Mr. Flash, Archer y otras marcas de menor reconocimiento.

¹¹ https://agemed.gob.bo/archivo_regsan/registro_sanitario/reg-san_higie_nac_imp.xlsx

¹² <https://contactoeconomico.com/2020/03/28/que-impacto-tendra-en-bolivia-el-consumo-masivo-durante-el-covid-19/>

¹³ <https://www.peru-retail.com/unilever-compra-empresa-boliviana-astrix/>

¹⁴ <https://www.opinion.com.bo/articulo/pais/industria-extrema-esfuerzos-responder-demanda-productos-desinfeccion-limpieza/20200328173333758855.html>

¹⁵ <https://www.periodicobolivia.com.bo/productos-de-limpieza-lideran-el-ranking-del-comercio-electronico-en-la-cuarentena/>

¹⁶ https://issuu.com/pro-ecuador/docs/boletinsep_oct



5. Estacionalidad de la producción local:

5.1. Estacionalidad:

Desde la identificación de los primeros casos Covid-19 en Bolivia, a inicios del mes de marzo de 2020, la población ha priorizado la compra de productos de higiene personal y cuidado del hogar. En los primeros meses se produjo la escasez de productos de higiene personal como jabón líquido, alcohol en gel y alcohol medicinal, que poco a poco se logró regularizar y abastecer al mercado. Sin embargo, no se sufrió ningún tipo de desabastecimiento de productos de limpieza del hogar o de cocina.

5.2. Exhibición:

El jabón líquido para lavavajillas es un producto de consumo cotidiano, marcas internacionales y marcas nacionales se comercializan por diferentes canales. Estos productos llegan al comercio minorista, conformado por supermercados, micromarkets (almacenes, pequeños supermercados), agencias de los representantes de marca e industria nacional, tiendas de barrio, y mercados tradicionales o populares, a través de las empresas mayoristas.

Generalmente, en los supermercados se cuenta con una góndola entera asignada para la exhibición de este tipo de productos, en el cual el posicionamiento depende fuertemente de la negociación que se podría tener con este tipo de comercios.

Los supermercados más importantes de Bolivia son:

- Hipermaxi (La Paz, Cochabamba y Santa Cruz)
- Fidalga (Santa Cruz y La Paz)
- IC-NORTE (Cochabamba y Santa Cruz)
- Ketal (La Paz)
- Makro (Santa Cruz)
- Supermercados Tia (Santa Cruz)

Entre los minimarkets más conocidos en Bolivia y repartidos en las diferentes ciudades están:

- Andy's
- Juan del Sur
- Pronto
- Favos
- Ok Minimarket
- Minimarket El Paseo
- Minimarket German Busch

5.3. Principales industrias en Bolivia:

La participación de los principales fabricantes de jabón líquido de lavavajillas son:

- Astrix S.A. Unilever Andina Bolivia: Fabricantes de la línea de productos de la marca OLA y principales actores en el mercado. Realizan una distribución a nivel nacional desde su fábrica situada en la ciudad de Cochabamba.



- Industrias Venado S.A.: Fabricante de productos de limpieza de hogar de la marca Bristar, con fábricas en las ciudades de La Paz y Santa Cruz. Tienen presencia a nivel nacional. También son dueños de las marcas de salsas KRIS y polvo para hornear Fleischmann.
- Industrias Luri S.A.: Fabricantes de lavavajillas marca Todo Brillo¹⁷. Se encuentran situados en la ciudad de Santa Cruz y actualmente comercializan su producto a través de los supermercados Hipermaxi, IC Norte y Fidalga. También ofrecen otros productos de limpieza y aseo como limpia baños, saca grasa, ambientadores, lustra muebles, así como, productos complementarios como guantes, bolsas de basura, pastillas de baño y trapeadores.
- Industria Soprastelle S.R.L.: Fabricantes de las líneas de lavavajillas Mr. Flash y de cuidado personal Jamsa. Están situados en la ciudad de Santa Cruz y tienen presencia a nivel nacional. Tiene como dirección estratégica realizar negocios con Perú, Argentina y Paraguay.
- Multi Internacional S.R.L. – Fabricantes de productos de limpieza Archer. Están ubicados en Cochabamba con sucursales para venta y distribución en La Paz y Santa Cruz. Además de jabón líquido para lavavajillas fabrican productos complementarios como limpia hornos, anti grasas, limpia vidrios y desinfectantes de verduras.¹⁸

Otros fabricantes:

- BRIGHT BRILLANTE S.R.L., Santa Cruz.
- Industrias de Aceite S.A., Santa Cruz.
- Real Tech Cleaning & Care S.R.L., Cochabamba.

También se registran fabricantes de lavavajillas artesanales que son comercializados como venta informal y espontánea en mercados tradicionales, en algunos casos, sin registro sanitario.

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

Medio de transporte	Vía de Ingreso	Países de origen	Participación (%)
Terrestre	DESAGUADERO	Perú	29,23%
	IQUIQUE - PISIGA - BELLA VISTA	China Perú	12,51%
	ARICA - CHARANA - TAMBO QUEMADO	China Perú	50,53%
	CORUMBA - PUERTO SUAREZ	Brasil Argentina	0,64%
	POCITOS – YACUIBA	Argentina Paraguay	7,10%
	LA QUIACA – VILLAZON	Argentina	0,00% (0,00077%)

¹⁷ https://www.facebook.com/pg/TodoBrilloBolivia/about/?ref=page_internal

¹⁸ <https://archer.com.bo/web/producto/detergente-vajillero/>



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

Aéreo	AEREA	Alemania Argentina Estados Unidos Suiza	0,00%
-------	-------	--	-------

Fuente: Base de datos Instituto Nacional de Estadística de Bolivia (INE)

La importación llega principalmente por vía terrestre a las principales ciudades de Bolivia, que conforman el Eje Troncal (La Paz, Cochabamba y Santa Cruz), como se ve en el cuadro siguiente:

Vías de importación	Participación
Interior La Paz	35,23%
Interior Santa Cruz	27,46%
Interior Cochabamba	11,37%
Interior Tarija	7,35%
Interior Oruro	5,83%
Frontera Tambo Quemado	3,74%
Frontera Yacuiba	3,74%
Aeropuerto Viru-Viru	1,66%
Frontera Puerto Suárez	1,66%
Aeropuerto El Alto	1,11%
Frontera Desaguadero	0,42%
Frontera Bermejo	0,28%
Zona Franca Comercial e Ind. Cobija	0,14%

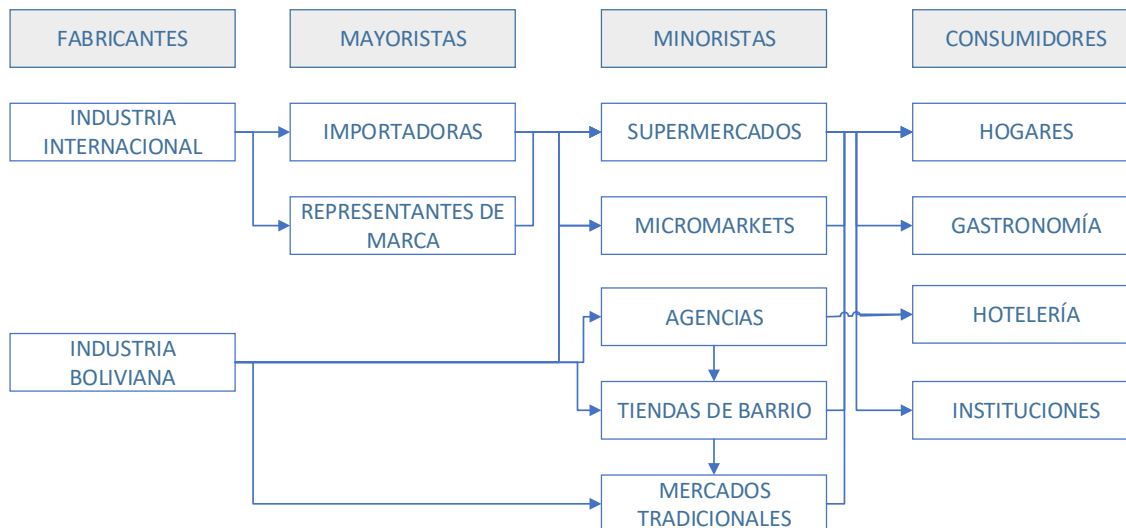
Fuente: Base de datos Veritrade

Mapa de puntos de desaduanización



7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado:

Canales de distribución y comercialización



Entre los consumidores se distinguen dos categorías, consumo en hogares y los consumidores a nivel industrial. Estos últimos son negocios en el rubro de la gastronomía, hotelería y otros que tengan demanda en limpieza de lavavajillas en grandes volúmenes diarios, para equipos de lavavajillas mecánicos. Este grupo compra productos en presentaciones por litros y galones y se abastecen de importadores especializados en productos de limpieza a nivel industrial como Coimsa S.R.L.¹⁹

7.1. Comercializadores e importadores mayoristas

Los comercializadores más importantes e importadores mayoristas para este tipo de productos son:

- Minoil - Actual socio y representante de la marca peruana Sapolio, para la importación, distribución, comercialización por mayor de productos de limpieza, alimentos, electrónica y productos para el sector automotriz. La empresa está ubicada en Santa Cruz, sin embargo, realizan importaciones a Santa Cruz y La Paz. Por otra parte, comercializan lavavajillas en la marca española Finish, recomendado para uso en máquinas lavavajillas.
- Hipermarcas S.R.L. – Comercian lavavajillas de la marca Precio Uno que es fabricado por la empresa peruana LABORATORIO BLEN S.A.C. La empresa se encuentra en Santa Cruz.

Otros importadores:

- Companex Bolivia
- Coimsa S.R.L.

¹⁹ <https://coimsasrl.com/portfolio-items/detergente-liquido/>

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

- Aidisa
- Camsa
- Gutierrez y Cia. S.R.L.
- DEEP CLEAN
- COFERALIMPEX TRADING S.R.L.

7.2. Distribuidores e importadores:

- A & E IMPORT
- LIMPEX BOLIVIA S.R.L.
- Comercio y representaciones ISE S.R.L.
- Health Tiens Product S.R.L.
- THAIS Ltda.

7.3. Mercados tradicionales:

Los mercados tradicionales comercializan lavavajillas como mayoristas y minoristas, a minoristas y directamente al consumidor, habitualmente de manera informal y sin factura. Comercian principalmente productos nacionales, se abastecen de los camiones que recorren mercados y supermercados.

7.4. Tiendas de barrio:

El lavavajilla es considerado un producto de consumo cotidiano y de primera necesidad, por lo cual, se encuentra en tiendas de barrio, sin embargo, depende del tamaño y la diversificación que el propietario determina para su negocio.

Los comerciantes de las tiendas de barrio generalmente se proveen en los mercados tradicionales mayoristas (como ser los ubicados en la Ceja de El Alto, mercado Rodríguez, Garcilaso de la Vega) y en menor medida de agencias de distribuidores y fabricantes quienes entregan el producto directamente en el punto de venta solicitado.

Al proveerse de mercados tradicionales y por el tema de margen de utilidad, buscan los productos con precios más bajos, estos llegan a ser productos de fabricantes locales.

7.5. Supermercados:

- Hipermaxi (La Paz, Cochabamba y Santa Cruz)
- Fidalga (Santa Cruz y La Paz)
- IC-NORTE (Cochabamba y Santa Cruz)
- Ketal (La Paz)
- Supermercados Tía (Santa Cruz)

Se proveen de oferta nacional e importada por igual. Se caracterizan por presentar una oferta diversificada.

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



Los criterios a tomar en cuenta son:

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

- 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).
- Experiencia en la distribución de productos de consumo masivo y el portafolio de productos: En los últimos años se ha observado nuevos emprendimientos de distribuidoras, muchos de ellos sin experiencia en este rubro.

El producto es de consumo masivo, principalmente para uso domiciliario, por ello es importante evaluar la relación del importador con los minoristas y el portafolio actual de productos que podría ofrecer, para de esta manera verificar si los productos son competencia directa al producto que se desea introducir

- Márgenes y precios que maneja la empresa: Al momento de negociar es importante ver el margen que maneja el distribuidor, teniendo en cuenta los puntos precedentes y el porcentaje que este asignará para el marketing del producto.

8.2. Analizar las particularidades del mercado boliviano de lavavajillas:

- La mayor parte de la comercialización del producto se realiza en mercados mayoristas tradicionales, seguido de supermercados, micromarkets y mercados tradicionales minoristas y por último en tiendas de barrio.
- Es importante analizar si la empresa tiene la capacidad de entrega a mayor escala, sería mucho más preciso contactar empresas industriales que podrían necesitar este producto. Actualmente existen empresas que comercian lavavajillas recomendados para uso empresarial, sus presentaciones llegan en galones, kilos y litros. Se podría ver la pertinencia de ingresar a empresas hoteleras y gastronómicas con estas presentaciones.
- El mercado boliviano está en desarrollo, lo cual abre posibilidades para el ingreso de nuevos productos. Actualmente hay emprendimientos para la producción artesanal de lavavajillas, sin embargo, no son productos de calidad.
- El mercado boliviano es un mercado muy competitivo en precios y variedad de productos. Hay empresas que ofrecen diferentes beneficios, tamaños o aromas por marca.
- Es importante tomar en cuenta la ventaja del arancel 0% para la exportación de estos productos al mercado boliviano.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

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

Perú es el principal proveedor de estos productos al mercado boliviano, con marcas de lavavajillas como Sapolio de la empresa industrial Intradevco (gestionadas por el momento por Minoil, su actual socio) y la marca Precio Uno fabricados por la empresa peruana LABORATORIO BLEND S.A.C. Los productos de marca Sapolio tienen buena recepción en el mercado boliviano, han llegado a todos los puntos de comercialización minorista y compiten con la oferta boliviana, como evaluación, desde la perspectiva del precio es superada por marcas locales; sin embargo, desde la perspectiva de diversificación, Sapolio ofrece un portafolio amplio porque ofrecen productos complementarios de limpieza y aseo para el hogar, que no son atendidos por la oferta boliviana, esto hace que la marca se establezca con más fuerza en la mente del consumidor.




En segundo lugar, se tiene la importación de esos productos desde la Argentina con la marca Ala (perteneciente a Unilever), y marca Bora que ingresan al país por el departamento de Tarija, con destino aduanero a Tarija y Santa Cruz.

Finalmente se encuentran productos provenientes de Alemania, México, Ecuador, Polonia, Chile e Indonesia.

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

- Debido a la crisis sanitaria se han suspendido las ferias empresariales y las ruedas de negocio presenciales hasta el 2021, sin embargo, se recomienda estar atentos a las ruedas de negocios virtuales que puedan surgir en el lo que resta de la gestión 2020.
- Promocionar en el Perú la oportunidad de mercado que existe en Bolivia.
- Realizar agendas de negocios personalizadas online con apoyo de la OCEX Bolivia.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior**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 Ketal	850 ml	2,95	Boliviano	20/7/2020	Antigrasa – LH Ola Maximus Original Botella con atomizador	
Supermercado Hipermaxi	850 ml	2,98	Boliviano	20/7/2020	Antigrasa Ola Maximus Botella	
Supermercado Hipermaxi	500 ml	2,73	Boliviano	20/7/2020	LAVA VAJILLA OLA BABY 500ML Botella con dispensador	



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

Supermercados Hipermaxi Ketal	1000 ml	1,87	Boliviano	20/7/2020	LAVA VAJILLA OLA DOYPACK LIMON 1LT Bolsa	
Supermercados Hipermaxi Ketal	1050 ml	2,51	Boliviano	20/7/2020	LAVAVAJILLA OLA ANTIBACTERIAL 1050ML Botella con dispensador	
Supermercado Hipermaxi Ketal	1050 ml	2,23	Boliviano	20/7/2020	LAVAVAJILLA OLA LIMA LIMON 1050ML Botella con dispensador	





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

Supermercado Hipermaxi Ketal	2000 ml	3,86	Boliviano	20/7/2020	LAVAVAJILLAS OLA LIMON 2LT	
Supermercado Ketal	5000 ml	9,57	Boliviano	20/7/2020	LAVAVAJILLA OLA VERDE 5 LITROS	
Supermercados Ketal	500 ml	1,12	Peruano	20/7/2020	SAPOLIO LAVAVAJILLA GEL LIMA LIMON ULTRA	






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

Tienda Laboratorio Inquiprol ²⁰	1000 ml	1,72	Boliviano	20/7/2020	Limpia vajillas neutro Botella	
Tienda Laboratorio Inquiprol ²¹	5000 ml	7,18	Boliviano	20/7/2020	Limpia vajillas neutro Botellón	
Cruzimex Distribuidores	1050 ml	1,87	Boliviano	20/7/2020	Lava Vajilla Limón Mr. Flash 1.05L	

²⁰ <https://www.facebook.com/laboratorio.inquiprol/>

²¹ <https://www.facebook.com/laboratorio.inquiprol/>




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

Fidalga	1050 ml	1,58	Argentino	20/7/2020	Botella con abre fácil	
Recados en Bolivia (Tienda virtual) ²²	1200 ml	3,74	Boliviano	20/7/2020	Botella estilo cisne	

²² <https://www.recadosenbolivia.com/?v=8cfbb29591ac>





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

Recados en Bolivia (Tienda virtual) ²³	1050 ml	3,49	Boliviano	20/7/2020	LAVAVAJILLA OLA ANTIBACTERIAL 1050ML Botella con dispensador	
Recados en Bolivia (Tienda virtual) ²⁴	1200 ml	4,27	Boliviano	20/7/2020	Botella con dispensador	

²³ <https://www.recadosenbolivia.com/?v=8cfbb29591ac>

²⁴ <https://www.recadosenbolivia.com/?v=8cfbb29591ac>



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

Mercados populares ²⁵	1100 ml	1,44	Boliviano	20/7/2020	Botella con dispensador	
Mi Despensa ²⁶	600 ml	1,72	Boliviano	20/7/2020	Lavavajillas limón	

²⁵ https://www.facebook.com/pg/ZARElpoderdelalimpieza/about/?ref=page_internal

²⁶ <https://www.midespensa.com.bo/>






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

Mi Despensa	900 ml	1,94	Boliviano	20/7/2020	Saca Grasa Extra Fuerte 900 ml Bristar	
Recados en Bolivia	1250 ml	3,02	Peruano	20/7/2020	DETERGENTE LAVAVAJILLAS SAPOLIO ULTRA	
Recados en Bolivia	500 g	3,02	Peruano	20/7/2020	LAVAVAJILLAS EN CREMA SAPOLIO	




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

Recados en Bolivia	360 g	3,02	Peruano	20/7/2020	Sapolio Lavavajilla Pote Limón	
--------------------	-------	------	---------	-----------	--------------------------------------	---

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