

2019



Conservas de pescado



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

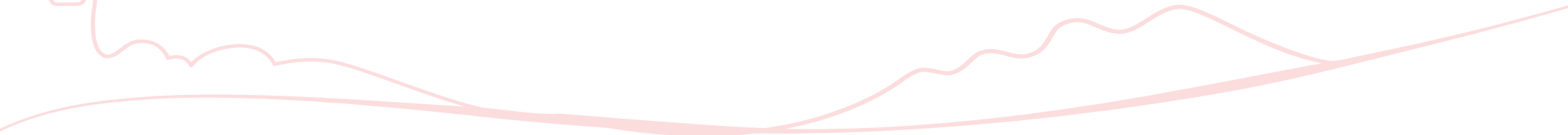




CONSERVAS DE PESCADO

Índice

01. Características del producto	8	11. Actividades de promoción	96
02. Tamaño del mercado	22	12. Oficinas y gremios	100
03. Análisis de la demanda	57	13. Fuentes de información	101
04. Auditoría en tiendas	62	ANEXOS	104
05. Atributo y percepción del producto	73		
06. Condiciones de acceso al mercado	75		
07. Costos y gastos para el desarrollo del producto	83		
08. Canales de comercialización y distribución	86		
09. Cadenas de valor	87		
10. Perfil de compradores	88		



Acrónimos

CAN
Comunidad Andina

CB
Cochabamba

CS
Chuquisaca

FAO
Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

INE
Instituto Nacional de Estadística

LP
La Paz

NANDINA
Nomenclatura Común de Designación y Codificación de Mercancías de los Países Miembros de la Comunidad Andina.

ONG
Organización No Gubernamental

PNUD
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

SC
Santa Cruz

SENASAG
Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria

SIN
Servicio de Impuestos Nacionales

SUNAT
Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria

UDAPE
Unidad de Análisis de Políticas Económicas y Sociales

CIF
Costo, Seguro, Flete

FOB
Free On Board o "Libre a Bordo"

IVA
Impuesto al Valor Agregado

NSE
Nivel socioeconómico

BOB
Bolivianos (Unidad de la moneda de Bolivia)

cm
Centímetro

g
Gramo

kg
Kilogramo

t
Tonelada

USD
Dólares americanos

01

1. Características del producto

1.1 Descripción del Producto

La conserva es el proceso mediante el cual se procesan distintos tipos de alimentos, se utilizan diferentes métodos de conservación, tales como el secado o deshidratación, adición de sal o salado, ahumado, congelación y el que será objeto del presente estudio, la conserva de alimentos por medio del enlatado. A través de este proceso, se desarrolla el denominado envasado hermético por el cual se logra conservar un producto por un tiempo prolongado sin necesidad de utilizar medios adicionales para su conservación especial, como por ejemplo el refrigerado.

Para conseguir un perfecto envasado y conservación se debe tomar en cuenta tres aspectos importantes:

- El envase, debe contar con las normas de calidad requeridas; no debe presentar raspones y/o abolladuras; y

debe ser resistente a las temperaturas a las cuales pueda quedar expuesto o sometido el producto en condiciones normales, entre otras, de almacenamiento, traslado, distribución y comercialización, antes de ser consumido.

- El proceso de esterilización debe ser correctamente realizado para evitar la formación de microorganismos que, en caso no fuera realizado en las mejores condiciones, podría causar daños severos a la salud del consumidor.
- El cuidado de la higiene es un factor fundamental del proceso. Este cuidado debe darse tanto respecto del producto como de los utensilios, instrumentos y bienes de capital que se utilicen durante su elaboración, como es el caso de envases y maquinaria en general. Las conservas de pescado se pueden clasificar de la siguiente manera:

1. Entero: Generalmente esta forma se presenta en las sardinas, anchovetas o jurel.



Foto 1. Sardinas enteras en aceite

2. Lomito: Es la parte selecta y más apreciada de los pescados como atunes caballas. Su consistencia es suave pero firme.



Foto 2. Lomito de atún

3. Grated: Es la ralladura del pescado, puede ser de atún, jurel, caballa, sardina y/o anchoveta. La calidad del producto dependerá de la marca o del precio al cual se venda en el mercado.



Foto 3. Grated de atún en agua y sal

También es posible clasificar las conservas de pescado por los aditivos utilizados para su conservación.

1. En salsa de tomate: Éstos vienen cocidos en su propio jugo, a los que se les adiciona salsa de tomate y sal. En algunos casos pueden adicionárseles saborizantes, aditivos o conservantes. Generalmente, este tipo de salsa se utiliza para las conservas de sardina o jurel. También se presenta la alternativa en el mercado del uso de salsa picante en la conserva.



Foto 4. Jurel entero en salsa de tomate



2. En aceite vegetal (de girasol, de soya, de oliva): Estos pescados se conservan con su propio jugo, a los que se les adiciona sal con diferentes tipos de aceite. Los aceites pueden ser vegetales como de soya, girasol u oliva. En estos casos no llevan ningún tipo de conservantes o saborizantes. Para la elaboración de este envasado se suele utilizar todo tipo de pescado.



Foto 5. Anchoeta fileteada en aceite vegetal

3. En agua y sal: Los pescados son conservados en su propio jugo. A éstos sólo se les adiciona agua y sal. Por esas razones, este tipo de conserva es considerada un alimento dietético, y suele ser utilizada por personas convalecientes o que se encuentren en tratamientos médicos; así como por atletas y deportistas. Por lo general, estas conservas se elaboran con pescados como los atunes y la caballa, y suelen presentarse en lomito o grated.



Foto 6. Lomito de atún en agua y sal



4. Con verduras u otros aditivos: Por último, están los adicionados con verduras o incluso pastas. Éstos suelen presentarse con aceite o vinagre. En pocos casos se presentan con conservantes o colorantes.



Foto 7. Trozos de lomito de atún con verduras

El presente perfil desarrolla la información en base a las subpartidas presentadas en la Tabla 1.

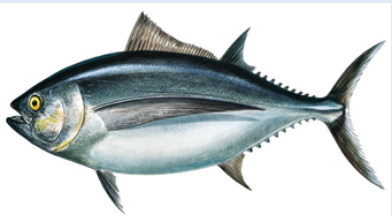

Tabla 1. Código NANDINA de las conservas de pescado - Requisitos secundarios

CODIGO	Descripción de la mercancía	GA %	Documento Adicional para el despacho aduanero			Pref. Aran.
			Tipo de documento	Entidad	Disposición legal	CAN
1604.13	--sardinas, sardinelas y espardines		Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.13.10.00	---En salsa de tomate	10	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.13.10.00	---SARDINAS EN CONSERVA	10	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.13.20.00	---en aceite	10	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.13.20.00	---SARDINAS EN CONSERVAS	10	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.13.30.00	---en agua y sal	10	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.13.30.00	---SARDINAS EN CONSERVA	10	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.13.90.00	---las demás	20	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.13.90.00	---SARDINAS EN CONSERVAS	20	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.14	Atunes, listados y bonitos (sarda spp.):		Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.14.10.00	---atunes	15	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.15.00.00	--caballas	20	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.15.00.00	--CABALLAS EN CONSERVAS EXCEPTO DE ESTORNINOS	20	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.16.00.00	--anchoas	20	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.19.00.00	--los demás	10	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.20.00.00	-LAS DEMÁS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE PESCADO	10	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.20.00.00	-CONSERVAS DE SARDINA Y CONSERVAS DE JUREL	10	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100

Fuente: Arancel Aduanero 2017
Elaboración: MINCETUR




1.2 Ficha técnica del producto

Ficha técnica N° 1


ATÚN																																						
Nombre Científico	Thunnus thynnus																																					
familia	Escómbridos																																					
Descripción del producto	Atún procesado: descabezado, deshuesado, desescamado y lavado, cocido y enlatado al vacío.																																					
Usos y aplicaciones	Usos culinarios. Fuente natural de minerales como fósforo magnesio hierro y omega 3																																					
Composición nutricional	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valores nutritivos (100g)</th> <th>Atún fresco</th> <th>Atún en lata en aceite</th> <th>Atún en lata en agua</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Calorías</td> <td>108 Kcal</td> <td>186 Kcal</td> <td>128 Kcal</td> </tr> <tr> <td>Grasas</td> <td>1 g</td> <td>8 g</td> <td>3 g</td> </tr> <tr> <td>Sodio</td> <td>37 mg</td> <td>396 mg</td> <td>377 mg</td> </tr> <tr> <td>Hidratos de C.</td> <td>0 g</td> <td>0 g</td> <td>0 g</td> </tr> <tr> <td>Proteínas</td> <td>23 g (47% CDR)</td> <td>27 g (53% CDR)</td> <td>24 g (47% CDR)</td> </tr> <tr> <td>Vitamina B3</td> <td>9,8 mg (49% CDR)</td> <td>11,7 mg (58% CDR)</td> <td>5,8 mg (29% CDR)</td> </tr> <tr> <td>Selenio</td> <td>36,5 mcg (52% CDR)</td> <td>60,1 mcg (86% CDR)</td> <td>36,5 mcg (52% CDR)</td> </tr> <tr> <td>A.G. Omega-3</td> <td>243 mg</td> <td>453 mg</td> <td>269 mg</td> </tr> </tbody> </table>		Valores nutritivos (100g)	Atún fresco	Atún en lata en aceite	Atún en lata en agua	Calorías	108 Kcal	186 Kcal	128 Kcal	Grasas	1 g	8 g	3 g	Sodio	37 mg	396 mg	377 mg	Hidratos de C.	0 g	0 g	0 g	Proteínas	23 g (47% CDR)	27 g (53% CDR)	24 g (47% CDR)	Vitamina B3	9,8 mg (49% CDR)	11,7 mg (58% CDR)	5,8 mg (29% CDR)	Selenio	36,5 mcg (52% CDR)	60,1 mcg (86% CDR)	36,5 mcg (52% CDR)	A.G. Omega-3	243 mg	453 mg	269 mg
	Valores nutritivos (100g)	Atún fresco	Atún en lata en aceite	Atún en lata en agua																																		
Calorías	108 Kcal	186 Kcal	128 Kcal																																			
Grasas	1 g	8 g	3 g																																			
Sodio	37 mg	396 mg	377 mg																																			
Hidratos de C.	0 g	0 g	0 g																																			
Proteínas	23 g (47% CDR)	27 g (53% CDR)	24 g (47% CDR)																																			
Vitamina B3	9,8 mg (49% CDR)	11,7 mg (58% CDR)	5,8 mg (29% CDR)																																			
Selenio	36,5 mcg (52% CDR)	60,1 mcg (86% CDR)	36,5 mcg (52% CDR)																																			
A.G. Omega-3	243 mg	453 mg	269 mg																																			
Presentación comercial	Atún en conserva entero o picado, adicionado con agua aceites vegetales y sal (en algunos casos verduras)	Latas cilíndricas abre fácil 170 g.																																				

Fuente: <http://www.sportlife.es>


FICHA técnica N° 2

SARDINA		
Nombre científico	Sardina Pilchardus	 SARDINA <i>Sardina pilchardus</i>
familia	Clupeidae	
Descripción del producto	Sardina procesada: descabezada, deshuesada, desescamada y lavada, cocida y enlatada al vacío.	
Usos y aplicaciones	Usos culinarios. Fuente de proteínas, minerales, ácidos grasos, omega 3, calcio y fósforo.	
Composición nutricional		
	Presentación comercial	Sardina entera o fileteado, adicionado con aceites vegetales, en salsa de tomate o en salsa picante.


Ficha técnica Nº 3

CABALLA	
Nombre científico	Scomber Scombrus
familia	Scombridae
Descripción del producto	Caballa procesada: descabezada, deshuesada, des escamada y lavada, cocida y enlatada al vacío.
Usos y aplicaciones	Usos culinarios Fuente de proteínas, vitaminas del grupo B, D, E, ácidos grasos omega 3 y yodo.
Composición nutricional	
Presentación comercial	Caballa entera o en pedazos adicionados con aceites vegetales, agua y sal. Latas cilíndricas, abre fácil de 170 g.

Ficha Técnica Nº 4

ANCHOVETA	
Nombre Científico	Engraulis Ringens
Familia	Engraulidae
Descripción Del Producto	Anchoveta procesada: descabezada, deshuesada, des escamada lavada, cocida y enlatada al vacío.
Usos Y Aplicaciones	Usos culinarios Fuente de proteínas, uita-minas, hierro y Zinc.
Composición Nutricional	
Presentación Comercial	Anchoveta en conserva entera o picada, adicionada con agua aceites vegetales y sal. Latas rectangulares abre fácil 90 g.

Ficha Técnica N° 5

JUREL	
Nombre científico	
Familia	
Descripción del producto	Jurel procesado: desca- bezado, deshuesado, des escamado y lavado, cocido y entelado al vacío.
Usos y aplica- ciones	Usos culinarios. Fuentes de proteínas, ácidos grasos omega 3, minerales, vitaminas del grupo B, A, D, hierro y yodo.
Composición nutricional	
Presentación comercial	Jurel en conserva entero o picado, adicionado con agua, aceites, vegetales y sal o salsa de tomate.
	Latas tall, 425 g. Latas rectangulares 90 g.



1.3 Usos y formas de consumos

Las conservas de pescado son una alter-
nativa muy popular en Bolivia. Desde
décadas pasadas el consumo de conservas
como sardinas o atún fueron muy signifi-
cativas en la población boliviana.

Por causas medioambientales se fueron
introduciendo conservas de caballa, jurel
o anchoveta. Todas ellas cuentan con
buena aceptación debido a que son de
similares características.

La practicidad, el sabor, la nutrición o la
variación de sabor habitual, son razones
por las cuales las conservas de pescado
son elegidas como opciones convenientes
y complementarias de la canasta familiar.



02

2. Tamaño del mercado

2.1 Producción total

Datos relevantes del 2017 indican que la producción de pescado en Bolivia alcanza a las 8 586 toneladas, mientras que la demanda supera las 17 000 toneladas, es decir que solo se está cubriendo alrededor el 50%.

La producción de peces de agua dulce, no logra satisfacer las necesidades del mercado boliviano. Para lograr contrarrestar esto se creó la fundación Peces para La Vida, junto con seis colaboradores internacionales.

El propósito de esta fundación es el fomento de la producción de peces en el país altiplánico. Según informes de la consultora Amandes, contratada por la Institución Pública Desconcentrada para la pesca y acuicultura (IPD-PACU),

la producción pesquera bruta es de 7 171 toneladas, la producción acuícola de 1 415 toneladas. Mientras que las importaciones (sábalo, trucha, mariscos, enlatados) llegan a 6 366 toneladas. Hay que destacar que la pesca de subsistencia asciende a 3 300 toneladas, haciendo un total de más de 17 000 toneladas que consume Bolivia¹.

Entre la producción nacional de peces de agua dulce, dependiendo de la región, destacan: en la cuenca amazónica el paiche, pacú, tambaquí, surubí, sábalo amazónico; en la cuenca del altiplano el ispi, los caraches y el mauri, además de las especies introducidas como el peje-rrey y la trucha criolla; mientras que en la cuenca de la plata el sábalo.

2.2 Exportaciones del país de destino

Una de las ventajas del importador de conservas de pescado es que Bolivia, al ser un Estado sin litoral, carece de producción de peces o mariscos originarios de aguas saladas.

Es por esa razón que la exportación de pescados en conserva resulta inexistente. Sobre el particular, si bien existen proyectos de industrialización de peces de agua dulce, los cuales sólo se comer-

cializan de manera interna, éstos no tienen las mismas características que los pescados de origen marino, y tampoco permiten el abastecimiento del mercado interno. Resulta obvio entonces, que la producción interna de pescados al ser

2.3 Importaciones del país de destino

Como se ha mencionado anteriormente, la manera en que Bolivia abastece el mercado interno del producto, es mediante la importación. En esa línea de ideas, es menester señalar lo siguiente.

absolutamente insuficiente para abastecer el mercado boliviano, tampoco tenga, en las actuales circunstancias, la capacidad de generar una industria de producción para la exportación del producto.

A continuación, la siguiente gráfica muestra la evolución de las importaciones de pescado procesado, en general, durante el periodo comprendido para los años 2015 a 2017.

(1) <http://boliviurural.com.bo/noticias/noticias-2017/5920-produccion-de-pescado-continua-muy-por-debajo-de-demanda>

Gráfica 1. Importaciones de la subpartida número 1604.13.20.00 sardinas, sardinelas y espadines: en aceite por país de origen gestiones 2015 al 2017 (expresado en kilogramos brutos y USD)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística – INE
Elaboración: MINCETUR

Respecto a la subpartida 1604.13.20.00 sardinas, sardinelas y espadines en aceite, se observa que el país de Marruecos lidera las importaciones que Bolivia realiza respecto a dicha subpartida. Seguida de las importaciones provenientes de Brasil y China. De acuerdo al análisis de los

indicadores presentados, no existe por parte de Bolivia importación relevante del producto proveniente del Perú.

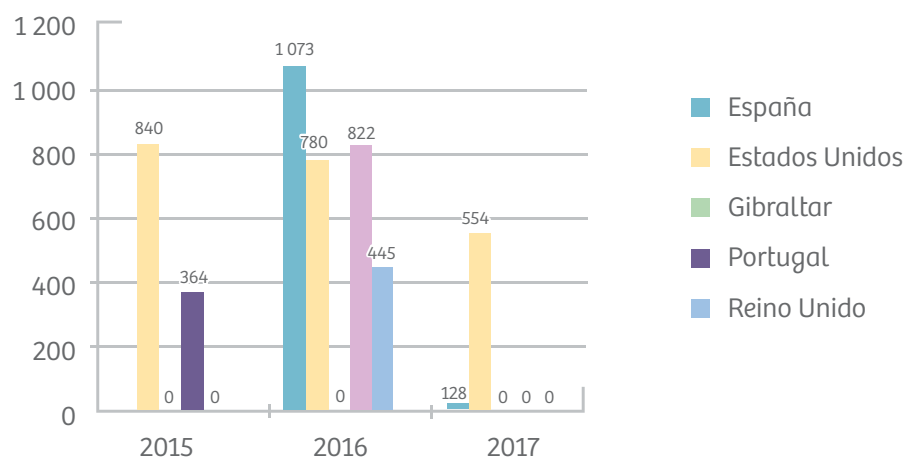
En la siguiente tabla se presentan los datos en una tabla con cifras exactas.

Tabla 2. Importaciones de la subpartida número 1604.13.20.00 sardinas, sardinelas y espadines: en aceite por país de origen gestiones 2015 al 2018 (expresado en kilogramos brutos y USD)

País de Origen	2015		2016		2017		Total
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	
Brasil	23 365	81 879	12 531	48 514	0	0	130 393
Croacia	1 041	5 488	883	4 543	0	0	10 031
China	51 082	39 406	0	0	27 250	24 166	63 572
Ecuador	1	13	0	0	1	11	24
España	1	18	749	4 640	2 703	10 767	15 425
Estados Unidos	155	564	256	617	111	488	1 669
Italia	1	2	0	0	0	0	2
Marruecos	153 500	188 930	104 375	127 852	27 625	32 104	348 886
Portugal	722	4 342	840	5 030	1 417	7 485	16 857
Reino Unido	9	53	9	131	0	0	184
Túnez	0	0	0	0	0	24	24

Fuente Instituto Nacional de Estadística - INE
Elaboración: MINCETUR

Gráfica 2. Importaciones de la subpartida número 1604.13.90.00 las demás sardinas, sardinelas y espadines por país de origen gestiones 2015 al 2017 (expresado en kilogramos brutos y USD)



Fuente: Instituto Nacional De Estadística – INE
Elaboración: MINCETUR

Respecto a la subpartida 1604.13.90.00 las demás sardinas, sardinelas y espadines, se observa que durante las gestiones de 2015 y 2017, Estados Unidos es el primer importador de dicha subpartida. En segundo lugar, está España y en tercero Portugal. No se registran importaciones de Perú. También, se aprecia que la cantidad de importaciones es de las menores en comparación de las subpar-

tidas 1604.14.10.00 atunes, 1604.13.20.00 sardinas, sardinelas y espadines, en aceite; y 1604.20.00.00 las demás preparaciones y conservas de pescado.

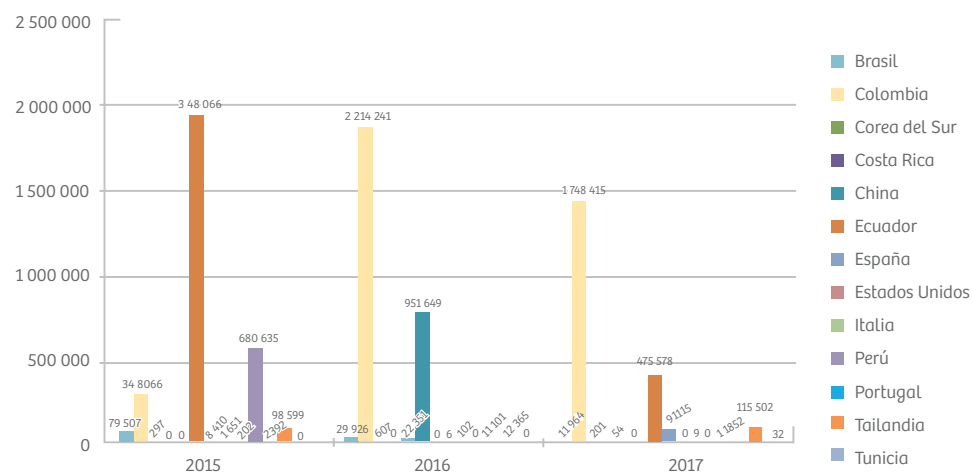
Seguidamente se exportan los datos a una tabla, en la que se presentan cifras exactas.

Tabla 3. Importaciones de la subpartida número 1604.13.90.00 las demás sardinas, sardinelas y espadines por país de origen gestiones 2015 al 2017 (expresado en kilogramos brutos y USD)

País de Origen	2015		2016		2017		Total
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	
España	0	0	239	1 073	74	128	1 201
Estados Unidos	216	840	290	780	128	554	2 174
Gibraltar	0	0	0	0	17	235	235
Portugal	78	364	137	822	0	0	1 186
Reino Unido	0	0	33	445	0	0	445

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE
Elaboración: MINCETUR

Gráfica 3. Importaciones de la subpartida número 1604.14.10.00 atunes, por país de origen gestiones 2015 al 2017 (expresado en kilogramos brutos y USD)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE
Elaboración: MINCETUR

Respecto a la subpartida 1604.14.10.00 atunes, Colombia ocupa el primer lugar, seguido de Ecuador, mientras que en tercer lugar está Perú.

La subpartida 1604.14.10.00 atunes cuenta con una considerable internación al mercado boliviano. Ello implica que es una de las más demandadas en el mercado boliviano.

A pesar de que Ecuador solía ser el principal exportador de atún a Bolivia, y de que existen varias marcas ecuatorianas en el mercado boliviano, se observa que su actividad económica en el mercado de destino para los años 2016 y 2017, se ha visto desplazado por Colombia como país exportador.

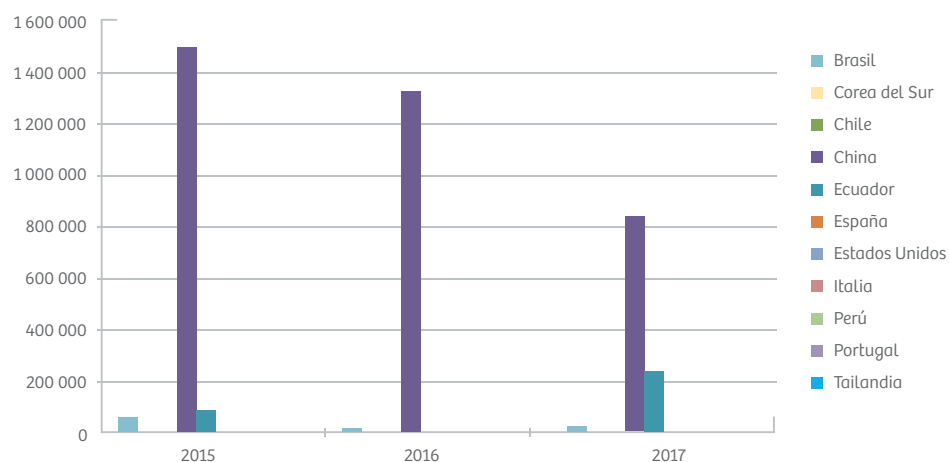
La siguiente tabla contiene información en cifras exactas para una mejor comprensión de lo anteriormente señalado.

Tabla 4. Importaciones de la subpartida número 1604.14.10.00 atunes, por país de origen gestiones 2015 al 2017 (expresado en kilogramos brutos y USD)

País de Origen	2015		2016		2017		Total
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	
Brasil	17 732	79 507	7 106	29 926	2 619	11 964	121 397
Colombia	81 794	3 480 666	565 124	2 214 241	412 813	1 748 415	4 815 422
Corea Del Sur	83	297	170	607	57	201	1 105
Costa Rica	0	0	0	0	17	54	54
China	0	0	19 745	22 351	0	0	22 351
Ecuador	631 456	2 383 565	331 822	951 649	141 074	475 578	3 810 792
España	857	8 410	0	0	21 118	91 115	99 525
Estados Unidos	244	1 651	1	6	0	0	1 657
Italia	767	202	8	102	0	9	313
Perú	177 450	680 635	0	0	0	0	680 635
Portugal	319	2 392	1 601	11 101	1 628	11 852	25 345
Tailandia	77 390	98 599	19 013	12 365	77 459	115 502	226 466
Tunicia	0	0	0	0	0	32	32

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE
Elaboración: MINCETUR

Gráfica 4. Importaciones de la subpartida número 1604.13.10.00 sardinas, sardinelas y espadines en salsa de tomate por país de origen gestiones 2015 al 2017 (expresado en kilogramos brutos y USD)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE
Elaboración: MINCETUR

Respecto a la subpartida 1604.13.10.00, que está conformada por sardinas, sardinelas y espadines en salsa de tomate, las cifras de China son las más altas entre las gestiones 2015 y 2017. Sobre el particular, es importante precisar que se han difundido alertas sanitarias sobre parásitos, así como sobre la baja calidad de este producto, lo que, si bien ha afectado las importaciones de este producto originario

de China, ello no ha sido impedimento para que siga siendo el líder de las exportaciones del producto hacia el mercado boliviano.

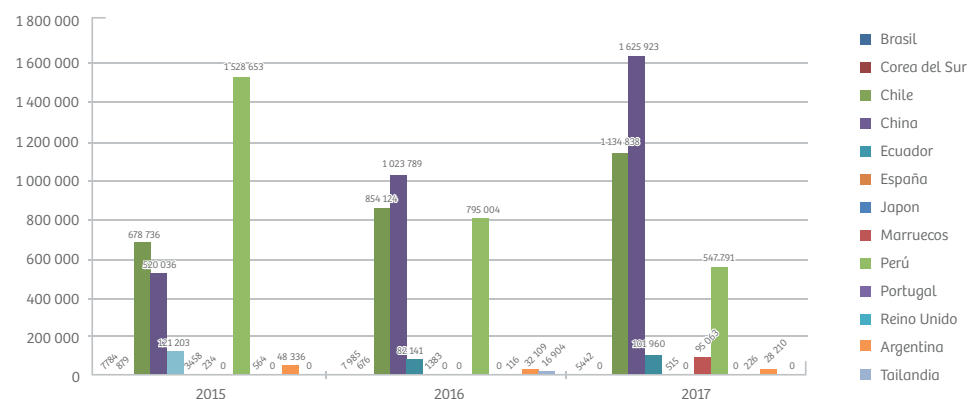
Este fenómeno es causado por la demanda de los consumidores de los sectores socioeconómicos (NSE) D y E, quienes adquieren el producto impulsados por los precios bajos.

Tabla 5. Importaciones de la subpartida número 1604.13.10.00 sardinas, sardinelas y espadines en salsa de tomate por país de origen gestiones 2015 al 2017 (expresado en kilogramos brutos y USD)

País de Origen	2015		2016		2017		Total
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	
Brasil	20 286	65 632	6 684	20 149	8 842	29 575	151 168
Corea Del Sur	1	10	0	0	0	0	11
Chile	0	0	25	98	0	0	123
China	1 668 957	1 501 423	1 327 047	1 145 220	955 809	840 743	7 520 909
Ecuador	88 763	94 689	0	0	153 981	245 749	583 182
España	1 327	7 236	271	99	255	1 836	11 024
Estados Unidos	657	1 732	0	0	270	1 209	3 868
Marruecos	101	372	200	1 094	104	552	2 423
Portugal	293	1 714	369	2 208	668	3 368	8 620
Tailandia	905	2 180	0	0	0	0	3 085

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE
Elaboración: MINCETUR

Gráfica 5. Importaciones de la subpartida número 1604200000 Las demás preparaciones y conservas de pescado por país de origen gestiones 2015 al 2017 (expresado en kilogramos brutos y USD)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE
Elaboración: MINCETUR

Respecto a la subpartida 1604.20.00.00, que se refiere a las demás preparaciones y conservas de pescado. El Perú ocupó el primer lugar como país de origen (por volumen) de las importaciones bolivianas durante el año 2015. Sin embargo, durante los años 2016 y 2017, el Perú descendió de dicha posición para ocupar el tercer lugar.

Los productos importados desde Perú bajo la subpartida 1604.20.00.00, las demás preparaciones y conservas de pescado son la siguientes:

Tabla 6. Importaciones de la subpartida 1604.20.00.00 Las demás preparaciones y conservas de pescado, desglosado por producto, origen Perú (expresado en USD)

Importaciones de Perú a Bolivia	2015	2016	2017
Grated de sardina en agua y sal 1/2 lb. Tuna	1 337 470,19	625 573,05	495 790,16
Conteniendo sardina marca lidita oval	1 065,15	105 000,00	
Grated de anchovetas en agua y sal	112 500,00		
Desmenuzado de sardina: desmenuzado (grated)		29 000,00	

Fuente: www.veritrade.com
Elaboración: MINCETUR

De acuerdo a lo desglosado en la tabla número cuatro indica que los productos que ingresaron a Bolivia bajo esta subpartida, son el grated de sardina en agua y sal, el cual tiene una mayor cantidad de producto ingresado a territorio aduanero boliviano, con respecto a la Sardina Marca Lidita, el Grated De Anchoveta En Agua y Sal y el desmenuzado de sardina. Un dato importante que se debe recalcar que la importadora que realizó estas importaciones es Companex Bolivia S. A.

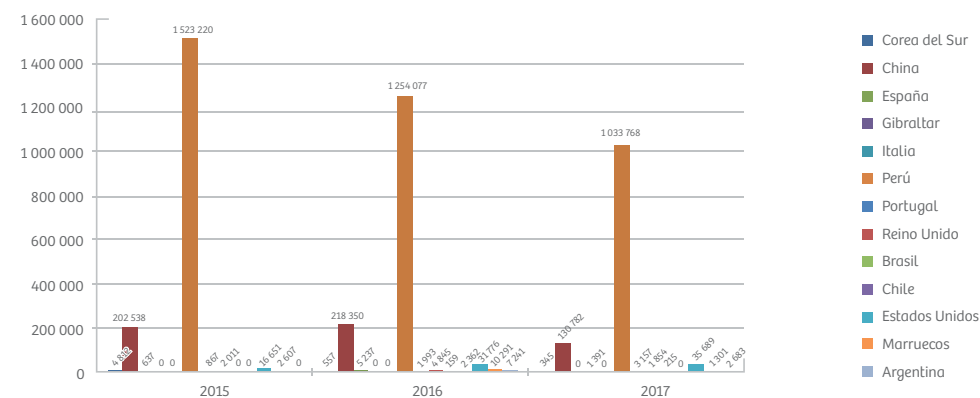
No obstante, lo señalado precedentemente, del análisis del resultado global del periodo comprendido durante los 2015 a 2017, se tiene, de cualquier manera, una presencia muy importante de importaciones de Bolivia del producto de origen peruano. Mercado en el cual, China y Chile tienen también una presencia muy importante, conforme se aprecia en la tabla siguiente.

Tabla 7. Importaciones de la subpartida número 1604.20.00.00 las demás preparaciones y conservas de pescado por país de origen gestiones 2015 al 2017 (expresado en kilogramos brutos y USD)

País De Origen	2015		2016		2017		Total
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	
Brasil	2 582	7 784	2 035	7 985	954	5 442	21 211
Corea Del Sur	587	879	838	676	0	0	1 555
Chile	775 765	678 736	996 555	854 124	1 205 740	1 134 838	2 844 765
China	581 953	520 036	1 124 626	1 023 789	1 631 293	1 625 923	3 270 602
Ecuador	44 120	121 203	35 087	82 141	28 175	101 960	326 655
España	670	3 458	358	1 383	123	515	5 356
Japón	98	234	0	0	0	0	234
Marruecos	0	0	0	0	68 890	95 063	95 063
Perú	842 491	1 528 653	443 048	795 004	309 134	547 791	2 975 159
Portugal	30	564	0	0	0	0	564
Reino Unido	0	0	21	116	41	226	342
Argentina	13 704	48 336	7 598	32 109	5 717	28 210	108 767
Tailandia	0	0	19 869	16 904	0	0	16 904

Fuente: Instituto Nacional de Estadística – INE
Elaboración: MINCETUR

Gráfica 6. Importaciones de la subpartida número 1604.15.00.00 preparaciones y conservas de caballas entero o en trozos excepto el picado por país de origen gestiones 2015 al 2017 (expresado en kilogramos brutos y USD)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE
Elaboración: MINCETUR

En lo que respecta a la subpartida 1604.15.00.00 de las preparaciones y conservas de caballa entera, en trozos excepto el picado, Perú es el líder indis-

cutible como país de origen de las importaciones de Bolivia, seguido de lejos por China y en tercer lugar por Estados Unidos.

La aceptación de la caballa ha crecido considerablemente dentro del mercado boliviano. Esto sobre todo por la calidad superior del producto peruano en relación

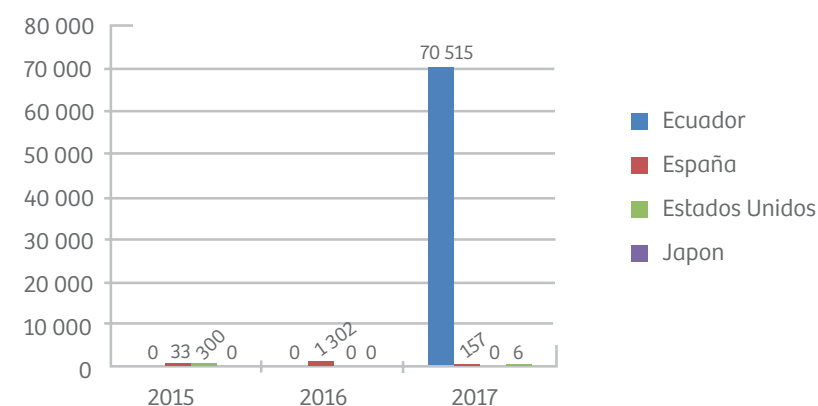
al producto chileno. El consumidor boliviano por ese motivo prefiere el producto peruano.

Tabla 8. Importaciones de la subpartida número 1604.15.00.00 preparaciones y conservas de caballas entero o en trozos excepto el picado por país de origen gestiones 2015 al 2017 (expresado en kilogramos brutos y USD)

País de origen	2015		2016		2017		Total
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	
Corea Del Sur	1 795	4 812	440	557	116	345	8 065
China	425 110	202 538	315 896	2 18 350	218 145	130 782	1 510 821
España	237	862	637	5 237	0	0	6 973
Gibraltar	0	0	0	0	117	1 391	1 508
Italia	2	43	0	0	0	0	45
Perú	784 351	1 523 220	681 233	1 254 077	509 524	1 033 768	5 799 008
Portugal	87	867	332	1 993	541	3 157	6 977
Reino Unido	343	2 011	238	4 845	91	1 854	9 382
Brasil	0	0	79	159	178	215	631
Chile	0	0	322	2 362	0	0	2 684
Estados Unidos	3 843	16 651	4 427	31 776	6 611	35 689	98 997
Marruecos	637	2 607	1 340	10 291	367	1 301	16 543
Argentina	0	0	678	7 241	275	2 683	10 877

Fuente: Instituto Nacional de Estadística – INE
Elaboración: MINCETUR

Gráfica 7. Importaciones de la subpartida número 1604.14.20.00 listados y bonitos por país de origen gestiones 2015 al 2017 (expresado en kilogramos brutos y USD)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE
Elaboración: MINCETUR

En la subpartida 1604.14.20.00 de listados y bonitos, se observa que existe poca demanda del producto, y son tan sólo dos los países de los que Bolivia realiza, principalmente, importaciones del producto. En esa dirección, el país de origen de las

importaciones bolivianas del producto, es de lejos Ecuador, seguido por el Reino de España. Ello sin perjuicio de reconocer que el mercado de Bolivia genera una escasa demanda por este producto.

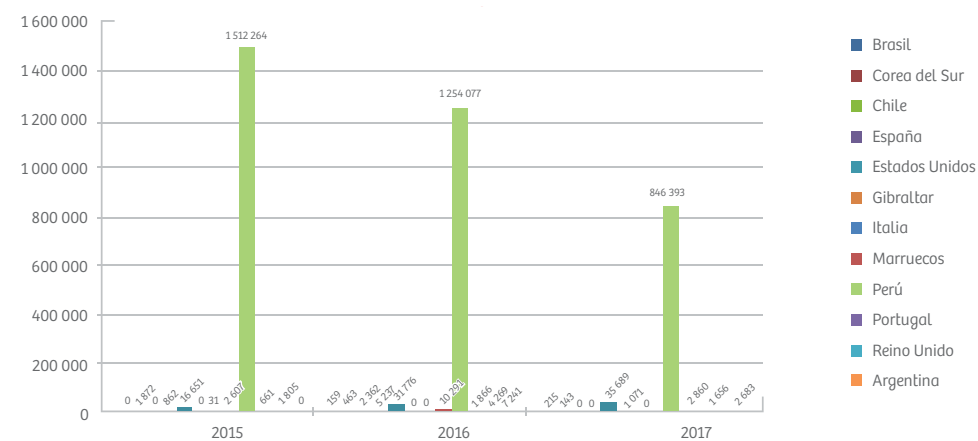
Tabla 9. Importaciones de la subpartida número 1604.14.20.00 listados y bonitos por país de origen gestiones 2015 al 2017

País De Origen	2015		2016		2017		Total
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	
Ecuador	0	0	0	0	20 160	70 515	70 515
España	1	33	138	1 302	91	157	1 492
Estados Unidos	35	300	0	0	0	0	300
Japón	0	0	0	0	0	6	6

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE
Elaboración: MINCETUR



Gráfica 8. Importaciones de la subpartida número 1604.16.00.00 preparaciones y conservas de anchoas entero o en trozos, excepto el picado por país de origen gestiones 2015 al 2017 (expresado en kilogramos brutos y USD)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE
Elaboración: MINCETUR

En la siguiente subpartida, 1604.16.00.00 preparaciones y conservas de anchoas entero en trozos, Perú se impone como el principal importador de esta subpartida, seguido de China y Estados Unidos.

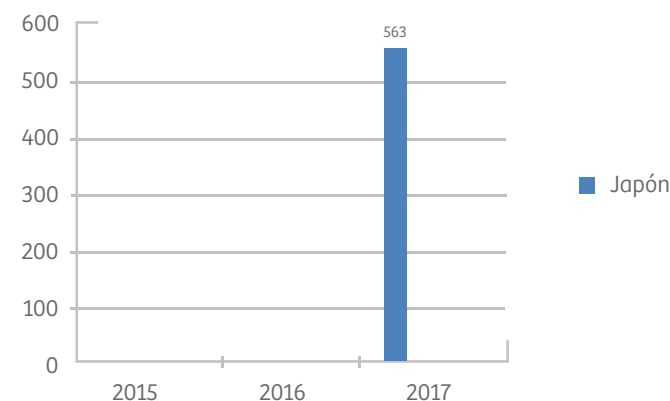
Siendo las anchoas producto originario del Perú; el producto cuenta con gran ventaja y aceptación dentro del mercado boliviano.

Tabla 10. Importaciones de la subpartida número 1604.16.00.00 preparaciones y conservas de anchoas entero o en trozos, excepto el picado por país de origen gestiones 2015 al 2017

País de Origen	2015		2016		2017		Total
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	
Corea Del Sur	1 795	4 812	440	557	116	345	5 714
China	425 110	202 538	315 896	218 350	218 145	130 782	551 670
España	237	862	637	5 237	0	0	6 099
Gibraltar	0	0	0	0	117	1 391	1 391
Italia	2	43	0	0	0	0	43
Perú	784 351	1 523 220	681 233	1 254 077	509 524	1 033 768	3 819 400
Portugal	87	867	332	1 993	541	3 157	6 017
Reino Unido	343	2 011	238	4 845	91	1 854	8 710
Brasil	0	0	79	159	178	215	374
Chile	0	0	322	2 362	0	0	2 362
Estados Unidos	3 843	16 651	4 427	31 776	6 611	35 689	84 116
Marruecos	637	2 607	1 340	10 291	367	1 301	14 199
Argentina	0	0	678	7 241	275	2 683	9 924

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE
Elaboración: MINCETUR

Gráfica 9. Importaciones de la subpartida número 1604.13.30.00 sardinas, sardinelas y espadines en agua y sal por país de origen gestiones 2015 al 2017 (expresado en kilogramos brutos y USD)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE
Elaboración: MINCETUR

La última subpartida es la de 1604.13.30.00 de sardinas, sardinelas y espadines en agua y sal. En esta subpartida como único exportador del producto está Japón. Bolivia importó de este país 253 kg, en el 2017. De este indicador se desprende que no existe gran demanda del producto por parte del mercado boliviano. Este hecho

puede explicarse por la preferencia de los ciudadanos bolivianos por el consumo de sardinas en aceite vegetal o en salsa de tomate, y de lo poca atractiva que ha resultado, hasta ahora, el consumo o presentación del producto sardinas, sardinelas y espadines en agua y sal.

Tabla 11. Importaciones de la subpartida número 1604.13.30.00 sardinias, sardinelas y espadines en agua y sal por país de origen gestiones 2015 al 2017 (expresado en kilogramos brutos y USD)

País de Origen	2015		2016		2017		Total
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	
Japón	0	0	0	0	253	563	563

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE
Elaboración: MINCETUR

Luego del análisis de los indicadores y datos contenidos en la información presentada precedentemente, es posible arribar a las siguientes conclusiones:

- Los primeros lugares en las importaciones de conservas de pescado están en constante variación. Los tres primeros países que se encuentran en la pugna por alcanzar los primeros lugares como países de origen de las importaciones que realiza Bolivia, como país de destino de las mismas, son China, Ecuador y Perú.
- Existe una fuerte demanda por los productos peruanos en especial por la caballa.
- El atún y la sardina son los productos con mayor demanda en el mercado boliviano. Los principales abastecedores son Ecuador y China.

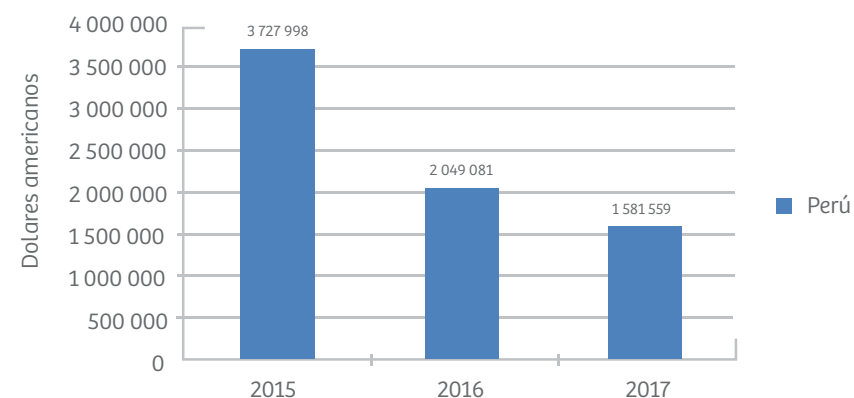
- La demanda de estos productos suele variar dependiendo de las temporadas y también de la calidad del producto.
- Es recomendable enfocar la atención en los productos con mayor demanda. Para lo cual es obvio, que resultará fundamental observar a su vez, cuáles son esos productos de mayor demanda, identificando sus debilidades, desarrollando las mejoras que permitan consolidar, en ese sentido, una oferta de productos peruanos que goce de la preferencia del mercado y consumidor bolivianos.
- Al realizar un análisis similar, se pueden identificar los nichos y ventanas de oportunidad que ofrece el mercado boliviano, a efectos de desarrollar las estrategias para abastecer con una mayor oferta de productos peruanos la demanda requerida por el mercado boliviano.

2.4 Importaciones desde Perú y principales competidores

De acuerdo a los datos presentados, es posible observar que el Perú se ha ubicado, en promedio, en el segundo lugar como país de origen de las importaciones de Bolivia de los productos del sector, después de China.

En esa línea de análisis, al desagregar las importaciones de origen peruano efectuadas por Bolivia, se tiene lo siguiente:

Gráfica 10. Evolución de las importaciones de conservas de pescado de Perú a Bolivia gestiones 2015 – 2017 (expresado en kilogramos brutos y USD)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE
Elaboración: MINCETUR

Tabla 12. Evolución de las importaciones de conservas de pescado de Perú a Bolivia gestiones 2015 – 2017 (expresado en kilogramos brutos y USD)

NANDINA	NANDINA	Departamento	2015		2016		2017		Total
			Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	
1604.14.10.00	Atunes	La Paz	172 670	676 125	0	0	0	0	848 795
1604.15.00.00	Preparaciones y conservas de caballas entero o en trozos, excepto el picado	La Paz	3 033	10 956	0	0	54 888	187 375	256 252
1604.16.00.00	Preparaciones y conservas de anchoas entero o en trozos, excepto el picado	La Paz	780 980	1 510 443	681 002	1 251 498	454 511	845 823	5 537 092
1604.16.00.00	Preparaciones y conservas de anchoas entero o en trozos, excepto el picado	Cochabamba	168	617	231	2579	0	0	3 595
1604.16.00.00	Preparaciones y conservas de anchoas entero o en trozos, excepto el picado	Santa Cruz	170	1204	0	0	125	570	2 069
1604.20.00.00	Las demás preparaciones y conservas de pescado	La Paz	841 291	1 527 513	422 998	764 826	289 084	517 649	4 522 072
1604.20.00.00	Las demás preparaciones y conservas de pescado	La Paz	1 200	1 140	0	0	0	0	2 340
1604.20.00.00	Las demás preparaciones y conservas de pescado	Cochabamba	0	0	20 050	30 178	0	0	50 228
1604.20.00.00	Las demás preparaciones y conservas de pescado	Oruro	0	0	0	0	20 050	30 142	50 192
		TOTAL	1 799 512	3 727 998	1 124 281	2 049 081	818 658	1 581 559	11 272 635

Fuente: Instituto Nacional de Estadística – INE
Elaboración: MINCETUR

Las importaciones de conservas de pescado de Perú, como país de origen de las mismas, efectuadas por Bolivia, fueron

sobresalientes durante el año 2015. No obstante, también se evidencia un declive durante los años 2016 y 2017.

Sin perjuicio de las expectativas actuales sobre las posibilidades de los productos peruanos del sector, como país de origen

de las importaciones de Bolivia. Según los datos generales precedentemente mostrados, resulta evidente que no

sólo las exportaciones de Perú a Bolivia presentaron una disminución considerable dentro del sector, sino que también lo hicieron las demás las exportaciones originarias de los demás países, de los que

el mercado boliviano se abastece. Dicha disminución se explica en realidad, por el decrecimiento, en general, de la demanda de los productos del sector, por parte del mercado boliviano.

2.5 Regiones/sectores de mayor demanda

El Estado Plurinacional de Bolivia cuenta con una población proyectada a junio de 2017² de 11 146 000 habitantes. Al respecto, se estima que la población masculina asciende al 49,9%, mientras que la población femenina al 50,1%.

consumidores y las preferencias características de consumo que, son las que, por lo general, determinan la elección del producto. En este caso, cada edad presenta características diferentes como concomitantes en la elección del producto.

En la gráfica que se presenta a continuación, se identifica la edad de los

Gráfica 11. Segmentación de mercado por edad



Elaboración: MINCETUR

Segmentación por consumo

Según un estudio reciente del Programa Peces para la Vida se ha establecido que las regiones de mayor consumo de

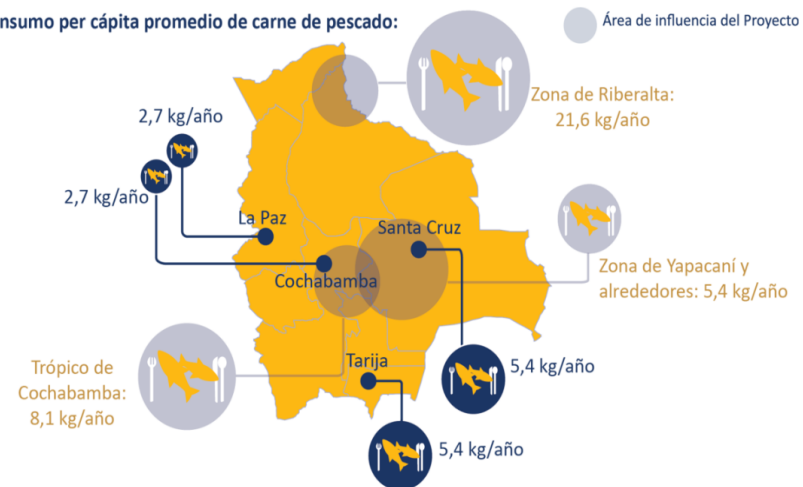
pescado son las del Eje Troncal de Bolivia, conformado por La Paz, Cochabamba y Santa Cruz, a la que se ha incluido Tarija.

(2) <http://www.ine.gob.bo/index.php/notas-de-prensa-y-monitoreo/item/732-la-poblacion-de-bolivia-se-mantiene-joven>

Gráfica 12. Consumo per cápita de carne de pescado 2016

PRINCIPALES CONCLUSIONES

Consumo per cápita promedio de carne de pescado:



Fuente: <https://www.pecesvida.org/que-hacemos/programas/plataformas-productivas/nueva-informacion-sobre-condiciones-de-manipulacion-calidad-y-habitos-de-consumo-de-pescado-en-centros-urbanos-importantes-de-bolivia>

En la imagen se puede observar el consumo de pescado por año en los mencionados departamentos. Asimismo, se indica la manera en que la evolución e implementación del Programa Peces para la Vida, ha comenzado a influir en el

aumento del consumo de pescado. Todo lo cual da cuenta del mercado potencial que existe en Bolivia, y de las posibilidades de lograr un mayor incremento del consumo per cápita de pescado en Bolivia.

Tabla 13. Consumo per cápita de pescado en Bolivia gestión 2016

Departamento	Consumo de pescado
La Paz	2,7 kg/año
Cochabamba	2,7 kg/año
Santa Cruz	5,4 kg/año
Tarija	5,4 kg/año

Fuente: Grupo técnico Peces para la vida
Elaboración: MINCETUR

Según un informe de la FAO realizado el 2016, el consumidor boliviano prefiere la proteína de pollo, que representa el 52% de su consumo de carnes, y luego la de

res (30,6%), seguida de la porcina (12,7%), de la de pescado (2,8%) y de la camélida (1,4%).

2.6 Análisis de competencia

El siguiente análisis de competencias estará basado en el modelo de las cinco fuerzas de Porter.

Poder de negociación de los clientes

El consumidor boliviano está tradicionalmente ligado al consumo de conservas de pescado, en razón a que representa un producto accesible, de fácil manipulación y de sencilla preparación para el consumo. Éstas son parte de las grandes ventajas para el exportador, teniendo en cuenta que se trata de un producto de consumo masivo, en especial durante las fiestas de semana santa. El consu-

midor boliviano tiene preferencia por los productos baratos, pero de buena calidad. En esa dirección, los precios sean atractivos, así como las promociones resultan determinantes en el momento en que el consumidor boliviano determina la compra. En determinadas circunstancias, incluso cuando los márgenes de precios puedan resultar mínimos en la comparación entre un producto y otro similar, incluso por centavos, esa diferencia suele incidir de forma gravitante en la decisión de compra del consumidor boliviano.

Sin perjuicio de ello, otro elemento determinante en la decisión de compra del consumidor boliviano, es la calidad del producto ofertado. Ello debido a que es verdad que la oferta de conservas de pescado es bastante amplia, razón por la cual el cliente cuenta con la libertad y alternativas como para escoger el producto que mejor se adecue a sus exigencias. El sabor y la apariencia del producto, la marca que lo respalda o que goza de buen posicionamiento en el mercado boliviano, son factores determinativos de la compra.

Rivalidad entre las empresas

Al momento de nombrar la palabra aún, la primera marca que llega a la mente del consumidor es la marca Van Camp's de origen ecuatoriano. Se relaciona al producto Kris como peruano; así como a El Faro como ecuatoriano. Respecto a las sardinias aparece la marca San Lucas como de origen peruano, y Manu como marroquí, Todo ello sin desmerecer a las otras marcas, presentes en el mercado boliviano, muchas de las cuales se encuentran posicionadas dentro del mercado de Bolivia, y son también referentes de calidad y tradición. En ese sentido, la marca Lidita, por ejemplo, es un referente de máxima economía, debido a que sus productos son muy baratos; en espe-

cial si se les compara con los productos antes mencionados. Sin embargo, existen muchas inquietudes en relación a la calidad de los productos de esta marca (Lidita), la cual se considera muy por debajo del estándar de los productos de otras marcas. Los productos de Lidita son elegidos por el segmento D. La marca Lidita si bien tiene una larga presencia en el mercado boliviano, en la actualidad ha sufrido una fuerte crisis respecto a su reconocimiento como producto de calidad y garantía. De acuerdo a un análisis de la problemática que recientemente se presentó sobre la calidad del producto, se sabe que dicho producto ha sido objeto de piratería, lo que ha devenido en un cada vez mayor rechazo de sus productos. Este problema se agrava si se considera que el producto, por lo general, se importa al mercado de Bolivia desde tres países diferentes, como son Chile, Perú y China. Esta circunstancia ha generado que, de manera paulatina, los productos de esta marca pierdan la significativa participación histórica que tuvieron dentro del mercado boliviano.

De otro lado, los productos de las marcas que cuentan con el respaldo de empresas de renombre y prestigio en Bolivia, aún mantienen el reconocimiento sobre sus cualidades y garantías, y sobre la

similitud de sus características, que los hacen productos altamente competitivos entre sí.

Respecto a la rivalidad existente entre las empresas del rubro, es menester precisar, acorde con la observación del mercado publicitario que, no se aprecian grandes campañas publicitarias, salvo las que se dan a través de las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y Youtube. La publicidad en televisión es casi nula. Algunas marcas optan por solicitar espacios en los programas de recetas gastronómicas, debido a que éstos impactan directamente en las amas de casa. Otra forma habitual de publicidad es la promoción del producto por señoritas degustadoras, a través de los principales supermercados o mercados populares de la ciudad. Por último, cabe mencionar que sí se presentan promociones dentro del mercado de consumo del producto en Bolivia. Al respecto, se suelen acompañar los productos con determinados suvenires. Estas promociones gozan de mucha aceptación dentro del mercado de consumidores de Bolivia.

Con relación al precio estimado del producto, es menester precisar que no existe mucha variación al respecto entre marcas. La relación entre peso y costo

es, por lo general equilibrada, se pueden encontrar diferencias a partir de centavos y hasta de 5 bolivianos, según corresponda a la marca y peso del producto. En esa perspectiva, el consumidor suele inclinarse -acorde con el impulso de compra- por la marca y características de calidad (degustación, conocimiento y experiencia sobre el contenido) del producto.

Amenaza de los nuevos actores que ingresan al mercado

Para el ingreso de conservas de pescado a Bolivia el arancel a pagar se encuentra entre el 10% y 20% sobre el valor CIF, a excepción de los países con los cuales Bolivia tiene algún tipo de acuerdo comercial. En ese sentido, conforme a información actualizada, según se constata de la data oficial del IBCE³ (Instituto Boliviano de Comercio Exterior) Bolivia cuenta con:

- Cinco acuerdos comerciales bilaterales
 - Bolivia – México
 - Bolivia – Chile
 - Bolivia – MERCOSUR
 - Bolivia – Cuba
 - Bolivia – Venezuela

(3) <http://ibce.org.bo/informaci%C3%B3n-acuerdos-comerciales.php>

- Cuatro mecanismos de cooperación para el comercio preferencial:
 - SGP – EE.UU.
 - SGP – Japón
 - SGP – Canadá
- Una zona de libre comercio
 - Bolivia – CAN Comunidad Andina de Naciones en la que se encuentran Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú.

Dentro de este marco, y teniendo en cuenta lo señalado en el punto 2.3, del presente perfil, son cinco regiones las que exportan conservas de pescado a Bolivia, con preferencias arancelarias. Este hecho, sin embargo, no obsta que productos de países que no cuentan con acuerdos comerciales con Bolivia no tengan como destino de sus exportaciones del rubro, el mercado de ese país. Ello en razón a que este último es un mercado dependiente, por completo, de las importaciones de este producto.

En esa línea de ideas, tal como se ha señalado, la demanda interna del producto no puede ser satisfecha por la producción nacional. En tal virtud, el 80% de las conservas de pescado deben ser importadas. Esta circunstancia representa, como es de suponer, una importante ventana de oportunidad, lo cual hace que el mercado

boliviano resulte para los productos del sector, sumamente atractivo para las empresas que quieran exportar el producto a territorio boliviano; las cuales, en el caso de las exportaciones de conservas de pescado peruanas, -a diferencia de los que acontece con productos similares de países competidores-, cuentan con las ventajas y beneficios que representa compartir una zona de libre comercio con Bolivia, al estar integrados dentro de la Comunidad Andina (CAN).

Es importante, destacar que uno de los Países Miembros de la Comunidad Andina (CAN) que más viene aprovechando esta zona de libre comercio, es Ecuador, quien es el primer exportador de atún al mercado boliviano. Sobre el particular, a pesar de no contar con ningún acuerdo comercial vigente, y del hecho de existir serias inquietudes respecto a la calidad de sus productos del rubro, China es uno de los principales exportadores de conservas de pescado a Bolivia.

Dentro del contexto precedentemente descrito, es perfectamente viable considerar que existe una gran ventana de oportunidad para el incremento de las exportaciones del producto al mercado de Bolivia. En ese sentido, la ventaja de contar con una zona de libre comercio

compartida entre los Países Miembros de la Comunidad Andina (CAN), otorga ventajas competitivas y comparativas a los productos peruanos del sector en aras de ampliar su presencia en el mercado boliviano. Ello, por supuesto, de la mano con una acertada publicidad, precios económicos y aprovechando que los consumidores bolivianos sólo cuentan para satisfacer su demanda, con la oferta de productos que se puedan importar a su mercado.

Poder de negociación de los proveedores

En vista de que las conservas de pescado ingresan a Bolivia como un producto terminado, es evidente que la negociación con los proveedores debería darse, preferentemente, en el país de origen.

La estrategia por medio de la cual el mercado boliviano se abastece del producto, es, por lo general, importando las conservas con las marcas del importador boliviano debidamente posicionado en el mercado local. La ventaja de hacerlo así es que, las marcas locales trasladan su prestigio, reconocimiento y posicionamiento en la percepción del consumidor local, al producto. Por esa razón es que muchas veces el producto se importa desde el país de origen sin el etiquetado del productor o fabricante de la conserva,

a fin de que dicho etiquetado se efectúe considerando las características que identifiquen las marcas locales del importador y/o comerciante de dicho producto.

De igual modo, es usual que las negociaciones entre los productores de las conservas de pescado y los importadores bolivianos, también incorporen acuerdos sobre los gastos que en territorio boliviano puedan estar relacionados con la representación del producto, publicidad, impuestos u otros aspectos, todo lo cual será materia de los respectivos acuerdos, conforme a la negociación desarrollada.

Desarrollo potencial de los productos sustitutos

Sobre el particular, es posible identificar entre los bienes sustitutos de las conservas de pescado, a los pescados frescos que se producen en Bolivia. Entre los pescados frescos más conocidos se encuentran la Trucha, el Pejerrey, el Sábalo, el Surubí y el Pacú, entre otros. Dicha producción abastece el 20% de la demanda boliviana de consumo de pescado. Los consumidores que adquieren los pescados frescos, de igual manera consumen conservas de pescado, debido a que su consumo resulta mucho más práctico comparado al de un pescado fresco. En este último caso, el proceso de preparación suele ser tedioso y

complicado. A ello debe agregarse que el costo del pescado fresco es, casi siempre, mucho más elevado que el de una conserva. En esa perspectiva de análisis, se tiene que mientras 1 Kg., de trucha puede llegar a costar entre BOB 40 y BOB 50, el equivalente a 1 kg, de lomito de atún de calidad se encuentra en el mercado en los BOB 50 aproximadamente. Si además de ello, se tiene en cuenta que la cantidad de truchas necesarias para alcanzar un kilo de carne neta del producto dependerá mucho del tamaño y peso de cada trucha en particular, es muy probable que, en muchos casos, se necesiten por lo menos 4 truchas para lograr un kilo neto de carne, sin considerar el tiempo que requiere el descamado, limpieza, preparación y cocción del pescado, sin perjuicio de reconocer que este producto así presentado, es perecedero en extremo. Por el contrario, la alternativa de la conserva es mucho más práctica y conveniente, desde todo punto de vista, en especial, si se considera que el equivalente a un kilogramo de lomito de atún, corresponde, por lo general, a 5 latas cilíndricas -abre fácil-, cuyo consumo, no sólo es sencillo sino tanto directo como en diferentes preparaciones, muy rápidas de elaborar.

En esa dirección, si bien el Programa Peces para la Vida⁴, viene desarrollando grandes esfuerzos por elevar la producción de pescado fresco en Bolivia, lo cual le ha permitido alcanzar significativo éxito en ese cometido; también lo es que las necesidades del mercado siguen siendo aún muy grandes, lo cual representa una gran oportunidad para los exportadores vinculados a este sector, y en especial del producto conservas de pescado.

En la actualidad la oferta de conservas de pescado en el mercado boliviano se encuentra muy diversificada. En los últimos años se han incorporado a la oferta de este producto en el mercado boliviano, diferentes marcas de conservas de pescado con diversas características y variedades; todo ello buscando satisfacer las exigencias del consumidor local.

En Bolivia las principales empresas legalmente establecidas que importan conservas de pescado, entre otros productos, son:

Tabla 14. Empresas importadoras legalmente establecidas en Bolivia

Empresa	Subpartida arancelaria	Descripción	Contacto	Página Web
Proesa Promotora de Eventos	1604.13.20.00	Sardinias en aceite	NIT 1006843022 Au, arce entre cordero y clavijo N° 28 san Jorge la paz	http://www.proesabol.com/
KETAL S.A.	1604.20.00.00	Conservas de pescado	NIT 1020541029 Auballiuian calle 15 N° 7991 Calacoto La Paz	http://www.ketal.com.bo/
Minoil S.A.	1604.10.00.00	Atunes	NIT 1020317028 Calle hermanos manchego N°2571 San Jorge la paz	http://www.minoil.com.bo/
Companex Bolivia s. A.	1604.16.00.00	Anchoas	NIT 1020649021 Constitución N° 370 Challapampa la paz	http://www.companex.com/
BOLIVIAN FOODS S.A.	1604.14.10.00	Atunes	NIT 1006859022 Calle mercado N° 1045 zona central la paz	http://www.foodscompny.com/
CORP CHINA BOLIVIANA CHINBOL S.R.L.	1604.30.00.00	Conservas de pescado	NIT 1011807020 Calle sucre N° 646 zona central santa cruz	www.chinbol@hotmail.com

(4) <https://www.pecesvida.org/que-hacemos/programas/plataformas-productivas/nueva-informacion-sobre-condiciones-de-manipulacion-calidad-y-habitos-de-consumo-de-pescado-en-centros-urbanos-importantes-de-bolivia>

03

Empresa	Subpartida arancelaria	Descripción	Contacto	Página Web
AIDISA BOLIVIA	1604.14.10.00	Atunes	NIT 1020647023 Av. Chacaltaya N2141 Achachicala la paz	http://www.aidisa.com/
APROVACH S.R.L.	1604.20.00.00	Conservas de sardinas y jurel	NIT 0162200021 Calle Raúl Salmon N9312 doce de octubre EL Alto	

Fuente: <http://www.comxport.com/>
Elaboración: MINCETUR

Estas empresas se encargan de importar conservas de pescado desde países como

Colombia, Ecuador, Perú, Portugal, entre otros.

3. Análisis de la demanda

3.1 Perfil de la demanda del consumidor

Según el Instituto Nacional de Estadística de Bolivia (INE), cada boliviano consume un promedio estimado de 8 kilos de pescado al año; el mínimo recomendado es de un promedio de 12 kilogramos de pescado. En esa perspectiva, es evidente que existe una gran ventana de oportunidad para el productor de conservas de pescado, teniendo en cuenta que las necesidades de consumo y de abastecimiento del mercado boliviano se encuentran por debajo de los niveles promedio recomendados.

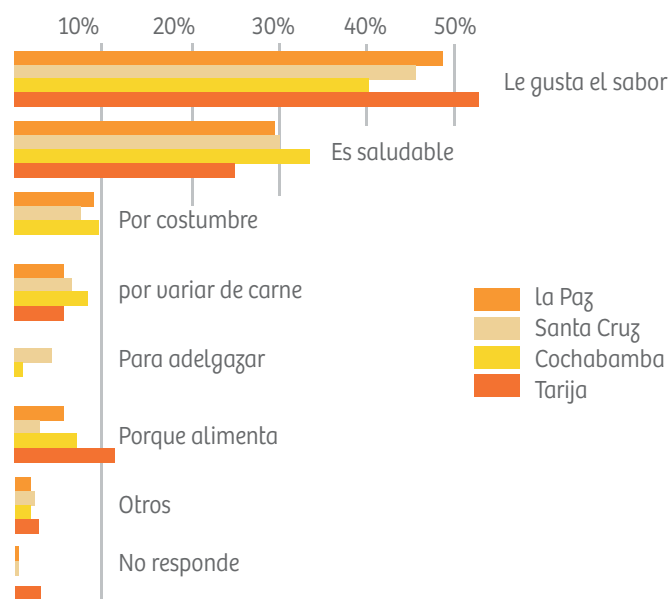
La temporada de mayor demanda del producto suele presentarse durante los meses de marzo o abril, dependiendo de la fecha de celebración de la fiesta católica de semana santa. Ello en razón, a que, después de las fiestas de carnaval, acorde con la tradición religiosa, cada viernes durante la temporada de cuaresma, la única carne que se recomienda consumir es la de pescado. El consumo de carnes rojas (res, cerdo, cordero o pollo), conforme a los preceptos religiosos católicos, se encuentra prohibido durante esos días. Según el estudio realizado por el Proyecto Peces para la Vida, se estima

que las ventas de pescado durante dicha temporada, aumentan un 30%; mientras que, en semana santa, el incremento promedio calculado asciende al 50%.

Como consecuencia de este hecho, también se ha concluido que, debido a la mayor demanda por el consumo de productos hidrobiológicos, en especial del pescado, los precios de venta de pescados frescos suelen incrementarse un promedio no menor al 50%

Teniendo en cuenta este marco objetivo, las empresas de comercialización de conservas de pescado suelen aprovechar el incremento en la demanda del consumo de productos hidrobiológicos, y, sobre todo del pescado fresco, para ofrecer promociones, rebajas de precios, combos y suvenires, para atraer a los consumidores hacia la oferta de sus productos, como alternativas y sustitutos de mejor precio. A lo que se agrega, que se destaque en sus promociones el agradable sabor de sus productos, tanto como la sencillez que el uso de las conservas representa para la elaboración de diferentes platillos gastronómicos.

Gráfica 13. Motivos y hábitos de consumo de carne de pescado



Fuente: <https://www.pecesvida.org/que-hacemos/programas/plataformas-productivas/nueva-informacion-sobre-condiciones-de-manipulacion-calidad-y-habitos-de-consumo-de-pescado-en-centros-urbanos-importantes-de-bolivia>

En la gráfica anterior se muestran las preferencias del consumidor al momento de realizar la compra de pescado. Entre los datos relevantes se observa que el consumidor se encuentra motivado a consumir pescado por el sabor, seguido por su carácter saludable. De igual modo, y entre otros, en menor porcentaje, se indica que el consumo se produce por tradición. Estos indicadores permiten establecer algunos de los derroteros para el desarrollo de futuras estrategias de mercado.

Al momento de la decisión de compra el consumidor boliviano es atraído por las promociones (dos por uno, combos, suvenires) o descuentos.

El consumidor boliviano busca productos de buena calidad, pero a bajos precios. Dicho consumidor, se encuentra motivado, por lo general, a comprar productos de bajo o menor costo, pero que cumplan con las características necesarias de calidad.

En esa perspectiva, se encuentra dispuesto a experimentar con nuevas alternativas de productos, aunque no es inusual que muchas veces, si éstos no lo convencen, desista de consumirlos para volver a los productos tradicionales. Es por ello, muy conveniente considerar para el ingreso y oferta de nuevos productos del rubro, que

se faciliten y promuevan degustaciones en los puntos de venta. Este tipo de actividades, gracias a la experimentación y conocimiento del nuevo producto, suelen tener un impacto significativo en la decisión y consolidación de las preferencias del público consumidor boliviano.



Foto 8. Promociones en ventas de atún de diferentes supermercados

3.2 Análisis de tendencias

En cuanto al consumo de pescados, según estudios realizados por la fundación Peces para la Vida, es posible encontrar que las tendencias del consumidor boliviano, respecto al consumo de pescado en general suelen ser las siguientes:

- El 75,4% de las personas consumen pescado en la casa, y sólo el 24,3% lo hacen fuera de la casa.
- El 81,6% de las personas encuestadas señalan que la calidad del punto de venta es regular o mala.

Los principales factores identificados que afectan la decisión del consumidor boliviano de comprar pescado, son:

- Frescura de la Carne de Pescado, 45,1%
- Precio, 11,4%
- Presencia de Agallas Rojizas, 10,4%
- Aspecto y color de la carne, 9,7%.
- El 64,9% de las personas señalan que el precio del pescado en general es alto.

Según el estudio, la demanda actual de carne de pescado representa sólo el 37,6% de la demanda potencial. Este dato otorga

un margen potencial de crecimiento del mercado de más del 60%⁵.

Ante la opción de incrementar el consumo de carne de pescado, se estableció la cantidad de veces que la población incrementaría el consumo; además de establecerse la probabilidad estadística de que efectivamente, así suceda. Del análisis realizado se infiere que, con una adecuada oferta de pescado en calidad y cantidad, la población consumiría 2,66 veces más pescado del que actualmente consume.

3.3 Percepción del producto peruano

De acuerdo a opiniones de consumidores, se llega, por lo general, a las siguientes conclusiones:

- Los productos peruanos se destacan por el precio. La mayoría se podría inclinar por elegir un lomito de atún de origen peruano antes que otro de origen ecuatoriano, en especial, motivados por la diferencia en el precio.
- Una gran parte indica que los productos que más consume es la sardina y el atún. Ello a causa de que no existe el debido conocimiento sobre otras conservas de pescado.

- Muchos tienen una mala imagen sobre las conservas de pescado debido a la alerta de parásitos que se emitió hace unos años. Sin embargo, al momento de aclararse que las conservas de pescado que estuvieron contaminadas fueron de procedencia china; reconsideran su respuesta.
- Muchos han expresado su desconfianza debido a la piratería que se hizo de una marca peruana por parte de falsificadores procedentes de China, que presentaron supuestos productos de la marca peruana muy lejos de la calidad característica de esta última.

- El reconocimiento y posicionamiento del producto peruano en el mercado boliviano se mantiene en la percepción del consumidor boliviano. Es por esa razón que, con una correcta campaña publicitaria, así como con el impulso de las degustaciones del producto, es factible que se pueda recuperar y consolidar la percepción

que existe sobre la calidad de los productos peruanos, hoy en estado susceptible. De igual modo, resultará recomendable promover, a través de recetas, opciones de consumo para el producto, que permitan conocer las diversas alternativas que existen para la elaboración de platillos gastronómicos sobre la base del producto.

(5) <https://www.pecesvida.org/que-hacemos/programas/plataformas-productivas/nueva-informacion-sobre-condiciones-de-manipulacion-calidad-y-habitos-de-consumo-de-pescado-en-centros-urbanos-importantes-de-bolivia>

04

4. Auditoría en tiendas

Para analizar a la competencia fue necesario realizar una auditoría física de los

principales establecimientos en los que se comercializan las conservas de pescado.

4.1 Canales de distribución

4.1.1 Supermercados

Se encuentran ubicados en las zonas centrales y sur de la ciudad. En estos establecimientos se pueden encontrar una

gran variedad de conservas de pescado, así como marcas internacionales y de diferentes precios, con el respectivo pago de impuestos.



Foto 9. Fotografías Tomadas en supermercados Fidalga e Hipermaxi

Supermercados Fidalga: Empresa con 37 años de antigüedad, cuenta con 8 sucursales en Santa Cruz y 3 en La Paz.

Ofrece todo tipo de alimentos, entre ellos conservas de pescado y mariscos congelados.



Foto 10. Logotipo Del Supermercado Fidalga

a. IC Norte Mega Market: Supermercado que ofrece productos de 20 sectores aproximadamente, entre ellos bazar, conservas, lácteos. Así

también, mascotas, jardinería, entre otros. La localización de este centro se encuentra en Santa Cruz.



Foto 11. Logotipo Del Supermercado IC Norte Mega Market

b. Hipermaxi S.A: Supermercado boliviano que surge el año 1994. Es una cadena de supermercados boliviana. Empresa líder en el segmento retail en

Bolivia. Cuenta con 27 supermercados en el país, así como 30 sucursales de farmacias. Esta empresa está en constante

c. crecimiento.



Foto 12. Logotipo Del Supermercado Hipermaxi

d. **Hipermercados Ketal S.A:** Supermercado boliviano con 25 años de antigüedad, ofrece productos y servicios de alta calidad y variedad. Sus estable-

cimientos venden productos tales como frutas, carnes, abarrotes, productos de limpieza, etc.



Foto 13. Logotipo Del Hipermercado Ketal

4.1.2 Almacenes o tiendas de barrio

Éstos corresponden a pequeñas tiendas situadas en diferentes barrios de las ciudades troncales. Son muy comunes

en Bolivia, debido a que la costumbre de los consumidores, es preferentemente, comprar en almacenes que se encuentren cerca de los hogares. Suelen ser prácticos y confiables.



Foto 14. Tienda de barrio ubicada en la zona de Miraflores Calle Yungas zona central de la ciudad de La Paz

4.1.3 Comercio informal

Se estima que existe un gran porcentaje de comercio informal en Bolivia, calculado, de manera conservadora, entre el 50% y el 60 % del mercado para el año 2016⁶. Este fenómeno se produce como, es de conocimiento general, como resultado de la evasión tributaria tanto como del incum-

plimiento de los procedimientos legales, licencias y autorizaciones necesarios para el funcionamiento de los comercios y establecimientos. El comerciante con tal accionar busca la maximización de sus ganancias, en especial si se considera que muchas veces, parte de ese comercio es temporal, lo que hace que muchos de

(6) <http://www.scielo.org.bo/scielo.php>

éstos ni siquiera consideren el desarrollo de estrategias de mercado o de proyección de sus negocios, más allá del corto plazo. Estos comercios, por lo general, están constituidos por puestos de venta en la calle, mercados o ferias populares que, pueden realizarse de dos a tres veces por semana. En estas ferias populares, los consumidores se limitan a encontrar productos económicos. En el caso de las características de las conservas de pescado que se expenden en estos mercados, resulta, por

demás evidente, que la adquisición de estos productos resultan ser un considerable riesgo para la salud de las personas que los adquieren. Es obvio, que la procedencia de estos productos no sólo suele resultar, cuando menos dudosa, sino que acorde con la experiencia, éstos suelen ser manifiestamente adulterados, dañados cuando no falsificados. Por si fuera poco, la oferta de tales productos, suele explicarse en el contrabando.



Foto 15. Puesto de venta en la calle Garcilaso de la vega zona central de la ciudad de La Paz

Gracias a la auditoría en mercados y supermercados se logró obtener la siguiente información:

Tabla 15. Marcas de conservas de atún y sus distribuidores en Bolivia

Empresa	Origen local o industrial	Importadora	Tipo de pescados	Factor diferenciador del producto
VAN CAMP'S	Colombia	Industrias De Aceite Fino S.A.	Atún	Ofrece variedad en presentaciones lomos de atún Productos de calidad y marca reconocida en el mercado Envase de Latas con abre fácil
SAN LUCAS	Perú	COMPANEX	Sardinas Caballa	Marca tradicional y reconocida, productos para clase media baja, media y media alta Algunos de sus productos vienen en envases con abre fácil
SABROSA	Ecuador	ADM SAO	Pescado Atún Sardina	Productos adaptados para clase baja media y media alta
EL FARO	Ecuador	SOFIA LTDA	Atún	Clase media y media alta ofrece constantes ofertas Envases de lata con abre fácil.
GOMES	Brasil	Proesa	Sardinas Ancho-uetas Atún	Gran variedad de productos Clase media clase media alta. Envases de lata con abre fácil
CAMPOS	Ecuador	C.I.D.Y.R.Z S.R.L.	Atún	Clase media, clase media alta Variedad de lomos de atún incorporando verduras y pastas Envases de lata con abre fácil.
RAMIREZ	Portugal		Atún Sardinas	Clase media alta y clase alta Calidad europea Envases de lata abre fácil.

Empresa	Origen local o industrial	Importadora	Tipo de pescados	Factor diferenciador del producto
IMPERIAL	Perú	Pil Andina	Sardinias	Marca tradicional, con respaldo de una empresa líder.
ISABEL	Ecuador	Madisa	Atún	Marca internacional reconocida clase media alta y clase alta
REAL	Ecuador		Atún	variedad de lomos de atún
NORTE			Atún Sardinias	Clase media clase media alta Con envase de latas abre fácil.
KRIS	Perú	Industrias venado s.a.	Atún Jurel	Cuenta con el respaldo de una marca reconocida en el país Algunos de sus envases cuentan con envase de apertura abre fácil
LIDITA	Perú	Limabol S.R.L.	Anchoveta Sardina	Clase baja y clase media baja Marca común en el mercado informal.
Lidita	China	Comex	Sardina	Marca económica y tradicional Clase baja y media baja
Lidita	Chile	Aprouach	Sardina	Clase baja y clase media baja Marca común en el mercado informal.

Fuente: Auditoría física
Elaboración: MINCETUR

Tabla 16. Diferencias entre peso y precio de las conservas de atún

Empresa	Descripción del producto	Peso	Precio Bob.	Precio Soles	Canal de distribución
Van Camp 'S	Lomitos de atún en aceite	150 G	14,90	7,04	Supermercado 
	Lomitos de atún en agua	354 G	27,90	13,90	
	Lomitos de atún en aceite de oliua	160 G	18,90	8,93	
	Lomito de atún con verdura	150 G	14,70	6,95	
San Lucas	Sardinias enteras en salsa de tomate	150 G	7,90	3,73	
	Lomito de caballa en aceite vegetal	120 G	11,50	5,44	
Sabrosa	Conservas de pescado en salsa de tomate	155 G 425 G	4,90 12,20	2,32 5,77	
	Lomitos de atún	170 G	13,90	6,57	
El Faro	Lomito de atún en aceite	170 G	14,40	6,95	
	Lomito de atún en agua	170 G	14,40	6,81	

Empresa	Descripción del producto	Peso	Precio Bob.	Precio Soles	Canal de distribución
Gomes da costa	Sardinias en salsa de tomate	125 G	10,40	4,92	
	Sardinias en aceite	125 G	8,50	4,02	
	Lomitos de atún en aceite Lomitos de atún en agua		14,50	6,85	
Campos	Atún con ensalada con fideos	170G	12,40	5,86	
	Atún con jalapeños				
	Atún con ensalada de verduras				
Ramirez	Lomito de atún en aceite de oliua		20,00	9,45	
	Lomito de atún dietético		21,90	10,35	
	Sardinias en salsa de tomate				
Imperial	Sardinias enteras en salsa de tomate	470 G	12,00	5,67	
Isabel	Lomitos de atún en aceite de soya	354 G	29,00	13,71	
	Lomitos de aceite en agua				

Empresa	Descripción del producto	Peso	Precio Bob.	Precio Soles	Canal de distribución
Real	Lomitos de atún en aceite de soya	185 G	15,00	7,09	
	Lomitos de atún en aceite de oliua				
	Lomitos d atún en agua	185 G	15,00	7,09	
	Atún en agua light	185 G	15,50	7,33	
	Grated de atún en aceite de soya	185 G	7,90	3,73	
	Ensalada de atún tipo escabeche	185 G	15,50	7,33	
	Ensalada de atún tipo mexicano	185 G	15,50	7,33	
Norte	Lomitos de atún	105 G	12,90	6,10	
	Lomitos de atún con limón	105 G	12,90	6,10	
	Atún solido	105 G	12,90	6,10	
	Sardinias enteras en salsa de tomate	450 G	9,90	4,68	
Kris	Lomitos de atún	170 G	15,40	7,28	
	Jurel en salsa de tomate	425 G	11,90	5,62	
Nereida	Atún desmenuzado en aceite y agua	120 G	9,90	4,68	

05

Empresa	Descripción del producto	Peso	Precio Bob.	Precio Soles	Canal de distribución
Roland	Sardinias en salsa de tomate	425 G	15,00	7,09	
Lidita	Grated de caballa	125 G	12,00	5,67	
	Grated de anchoveta	125 G	5,00	2,36	
	Sardinias en salsa de tomate	425 G	10,00	4,73	
Manu	Sardinias enteras en aceite vegetal	125 G	9,90	4,68	
Costa azul	Lomitos de atún	170 G	14,90	7,04	

Fuente: Auditoría física
Elaboración: MINCETUR

5. Atributo y percepción del producto

5.1 Atributos del producto peruano

De acuerdo al análisis de los productos que existen, en la actualidad en el mercado boliviano, es posible establecer lo siguiente:

- Es factible identificar marcas que se encuentran en el mercado boliviano que han sido capaces de consolidar una oferta de productos adaptados a la realidad del consumidor boliviano, con alternativas en precios que están a su alcance y con la característica de contar con gran calidad.
- La cercanía entre el Perú y Bolivia es una gran ventaja. Ello debido al ahorro de tiempo como de los costos de introducción en el mercado, en virtud a la aplicación de las preferen-

cias y beneficios que representan que ambos sean Países Miembros de la Comunidad Andina (CAN), y en ese sentido, compartan una zona de libre comercio.

- Las primeras empresas peruanas establecidas en Bolivia, han logrado posicionarse en el mercado boliviano. La percepción es de que se trata de productos de calidad y con precios accesibles.
- Debido a la gran variedad de conservas de pescado que produce el Perú, resulta evidente que es perfectamente factible que su producción podría satisfacer las diferentes necesidades, tanto presentes como futuras, de los consumidores bolivianos.

5.2 Percepción del producto peruano

El mercado boliviano cuenta con una gran variedad de conservas ecuatorianas, estos a su favor tienen el peso de ser marcas reconocidas internacionalmente y también con el reconocimiento a la calidad de sus productos.

En el año 2017 se lanzó una alarma sobre productos infectados con gusanos o parásitos, respecto de los cuales se señaló que causarían terribles daños a la salud. Dichos productos provenientes de China, se informó que ingresaron desde el Perú, lo cual causó gran alarma entre

06

La población local; lo que a su vez generó susceptibilidades respecto a la adquisición de productos de origen peruano. Otro caso, fue el de la lamentable falsificación de una marca popular de atún peruana por productores sin escrúpulos provenientes de China. En este caso, los productos piratas se falsificaron con una pésima calidad; hecho que también repercutió en la percepción del consumidor boliviano respecto a la inobjetable calidad de los productos peruanos. En ambos casos, sin que exista la menor responsabilidad de los productores peruanos de las marcas de conservas de pescado peruanas perjudicadas, el impacto que quedó en los consumidores bolivianos del producto afectó negativamente la percepción que éstos tenían sobre la calidad de las conservas peruanas del rubro.

A pesar de lo señalado anteriormente, el Perú mantiene una imagen positiva dentro del mercado boliviano. Como se

ha advertido, a lo largo del desarrollo del presente perfil, la estrategia fundamental para impactar dentro del mercado boliviano es ofrecer productos de alta calidad a bajos costos. Asimismo, es importante que se considere la realización de promociones llamativas y convenientes que atraigan la atención del consumidor local. Es relevante, de igual modo, tener en cuenta el poderoso aumento del consumo de productos hidrobiológicos durante las semanas previas a las actividades de semana santa, ocasión en la cual la carne de pescado tiene preferencia sobre las carnes rojas. En esa perspectiva, es necesario que se tenga en cuenta la organización de promociones, entrega de souvenirs que acompañen los productos, e incluso, el desarrollo de publicidad por los medios de comunicación, como radio, televisión o las redes sociales e internet, con el fin de consolidar la confianza dentro del mercado boliviano.

6. Condiciones de acceso al mercado

6.1 Aranceles, tributos aduaneros e impuestos

6.1.1 Código NANDINA de las conservas de pescado

Tanto Perú como Bolivia utilizan la Nomenclatura Arancelaria Común de la Comunidad Andina de Naciones (NANDINA), basada en el Sistema Armonizado de Descripción y Codificación de Mercancías para describir y codificar las

mercancías para comercio internacional. El Sistema Armonizado vigente, está determinado por la Organización Mundial de Aduanas (OMA o WCO9).

A continuación, se presentan algunos de los aspectos relevantes que Bolivia considera para la importación del producto:

Tabla 17. Código NANDINA de las conservas de pescado requisitos secundarios

Codigo	Descripción de la mercancía	Ga %	Documento Adicional para el Despacho Aduanero			Pref Aran
			Tipo de Documento	Entidad	Disposición Legal	Can
1604.13	--Sardinas, sardinelas y espadines		Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.13.10.00	---En salsa de tomate	10	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.13.10.00	---Sardinas en conserva	10	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.13.20.00	--En aceite	10	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.13.20.00	---Sardinas en conservas	10	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.13.30.00	---En agua y sal	10	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.13.30.00	---Sardinas en conserva	10	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100

Codigo	Descripción de la mercancía	Ga %	Documento Adicional para el Despacho Aduanero			Pref Aran
			Tipo de Documento	Entidad	Disposición Legal	Can
1604.13.90.00	---Las demás	20	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.13.90.00	---Sardinias en conservas	20	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.14	Atunes, listados y bonitos (sarda spp.):		Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.14.10.00	---Atunes	15	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.15.00.00	--Caballas	20	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.15.00.00	--Caballas en conservas excepto de estorninos	20	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.16.00.00	--Anchoas	20	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.19.00.00	--Los demás	10	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.20.00.00	-Las demás preparaciones y conservas de pescado	10	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100
1604.20.00.00	-conservas de sardina y conservas de jurel	10	Certificado	SENASAG	D.S. 26590	100

Fuente: Arancel Aduanero 2017
Elaboración: MINCETUR

Los productos peruanos que se exportan a Bolivia no pagan aranceles. Al respecto, el Acuerdo de Cartagena ha hecho posible que en los territorios de los estados miembros de la Comunidad Andina (CAN) integrada por Perú, Bolivia, Colombia y Ecuador, se consolide una

zona de libre comercio compartida por los cuatro países, y que, en la actualidad se encuentra plenamente vigente. La Comisión de la CAN a través de la Decisión 414⁷, adoptada el 30 de julio de 1997 en la ciudad de Lima, aprobó un cronograma de desgravación arancelaria, cuya aplica-

ción se inició el 1 de agosto de 1997 y entró en vigencia, a plenitud, en el año 2005. Gracias a ello, todos los productos del universo arancelario que forman parte del comercio que se realiza entre los países integrantes de la comunidad se encuentran liberados al 100% de la aplicación de gravámenes arancelarios.

6.1.2 Proceso de importación

Para empezar cualquier trámite de importación es necesario registrarse como importador habitual o no habitual, recabando un formulario en la página de la Aduana Nacional de Bolivia

Previo al embarque de la mercancía, realizar el trámite para la emisión del certificado de inocuidad alimentaria de las oficinas del SENASAG.

Una vez realizado el contrato de compra-venta y la emisión de la factura comercial, el importador debe contratar un servicio de transporte internacional autorizado, el cual sobre la base de los documentos de soporte (documento de embarque, factura comercial, lista de empaque packing list u otros que sean requeridos) permitirá la elaboración del manifiesto internacional de carga. En esa dirección, al momento de entregar la mercancía a la aduana de destino, ésta emitirá el parte de recep-

ción con el cual se iniciará el trámite de despacho aduanero

Para realizar el proceso de despacho aduanero de mercancías se requerirá los servicios de un agente despachante de aduana quien deberá presentar los siguientes documentos a la administración aduanera, cuando ésta así lo requiera:

1. Formulario Resumen de Documentos.
2. Factura Comercial o documento equivalente según corresponda.
3. Documentos de transporte (guía aérea, carta de porte, conocimiento marítimo o conocimiento de embarque), original o copia.
4. Lista de Empaque, original o copia
5. Declaración andina del valor original cuando el valor de la mercancía es mayor a USD 5.000
6. Parte de Recepción, original.
7. Certificado de origen de la mercancía, original.
8. Póliza de seguro, copia.
9. Documento de gastos portuarios, original, si corresponde.
10. Factura de gastos de transporte de la mercancía, emitida por el transportador consignado en el manifiesto internacional de carga, copia.
11. Certificados o autorizaciones previas, original.

(7) CAN <http://www.sice.oas.org/Trade/Junac/decisiones/DEC414S.ASP>

12. Otros documentos imprescindibles de acuerdo al régimen aduanero que se solicita.

Todos estos documentos deberán contar con el número y fecha de aceptación de la declaración de mercancías de importación a la cual corresponden⁸.

Una vez entregados estos documentos se procederá a la elaboración de la declaración única de importación (DUI). En los tres siguientes días hábiles se deberá proceder al pago de tributos aduaneros en la entidad financiera autorizada que es el Banco Unión.

6.1.3 Impuestos y costos de importación

Otros impuestos y barreras no arancelarias.

En cuanto a los productos peruanos exportados, si bien no pagan aranceles por ser Bolivia y Perú miembros de la Comunidad Andina (CAN), ocurre que sí se encuentran afectos -como todos los productos que ingresan de manera definitiva a territorio boliviano- al pago del denominado Impuesto al Valor Agregado (IVA)⁹. En ese sentido, e independientemente de

las ventajas y preferencias arancelarias de las que gozan los países de la Comunidad Andina (CAN) en su interrelación comercial intracomunitaria, todas las importaciones definitivas de productos están sujetas en Bolivia, al pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA) que es de 14.94% sobre el precio neto (precio de costo más la ganancia) del producto.

Reglamento N° 25870 (ARTÍCULO 20° BASE IMPONIBLE).- La base imponible sobre la cual se liquida el gravamen arancelario está constituida por el valor de transacción de la mercancía, determinado por los métodos de valoración establecidos por el Título Octavo de la Ley N° 1990 y del citado reglamento, más los gastos de carga y descarga, costo de transporte y seguro hasta la aduana de frontera, entendiéndose ésta como aduana de ingreso al país. Cuando el medio de transporte sea aéreo, para la determinación del valor CIF Aduana, el costo del flete aéreo será el veinticinco por ciento (25%) del importe efectivamente pagado por este concepto.

- Gravamen arancelario (GA): % del valor CIF frontera, según sea el producto (para las importaciones de la CAN a territorio aduanero nacional el arancel es de cero)

- Impuesto al valor agregado (IVA) a la importación: 14.94% de la fórmula (CIF + GAC + otros gastos + otras erogaciones)
- Verificación 1% del valor FOB
- Agencia despachante de aduana: según tarifario con relación al CIF frontera.
- Recinto aduanero: según el peso de la mercancía y el valor CIF frontera.

A falta de la documentación comercial que respalde el costo de transporte, éste se presumirá en el equivalente al 5% del valor FOB de la mercancía.

Cuando la operación de transporte se realice sin seguro, se presumirá en concepto de la prima, el importe equivalente al 2% del valor FOB de la mercancía¹⁰. La póliza de seguro nacional, únicamente será admitida cuando se haya obtenido fehacientemente con anterioridad al embarque de la mercancía en el país de origen o país de procedencia.

Para la liquidación del Impuesto al Valor Agregado-IVA (14,94%) y la aplicación de la alícuota porcentual del Impuesto a los Consumos Específicos "ICE" en el caso de

importaciones, la base imponible estará constituida por el Valor CIF frontera, más el Gravamen Arancelario efectivamente pagado "GA", y otras erogaciones no facturadas necesarias para efectuar el despacho aduanero.

Para lograr una mejor comprensión sobre los beneficios con los que cuenta Perú para exportar a Bolivia, es necesario recalcar las preferencias arancelarias que posee gracias a la zona de libre comercio entre Bolivia y la CAN. Este aspecto de fundamental relevancia si se considera, por ejemplo, que, en el caso de China, los productos del rubro deben pagar aranceles de entre el 10% al 20%, dependiendo del tipo de conserva que exporte. A ello se debe agregar la distancia entre ambos países que en promedio resulta ser de 38 días por la vía marítima, calculada desde el puerto de origen en China hasta el puerto peruano, desde donde, -tomando en cuenta la distancia adicional que debe recorrerse desde Perú hasta Bolivia- el incremento por ese trayecto es de dos días más. Sin perjuicio del pago que dichos productos deben considerar para el cumplimiento de las demás obligaciones tributarias que corresponden.

(8) ARTICULO 111° Documentos Soporte De La Declaración De Mercancías; Reglamento A La Ley General De Aduanas Decreto Supremo N° 25870 de 11 de agosto De 2000

(9) El Impuesto al Valor Agregado (IVA) es un tributo que se cobra en Bolivia y se aplica a las ventas de bienes muebles situados o colocados en el territorio boliviano. Asimismo, se aplica a los contratos de obras, de prestación de servicios y toda otra prestación, cualquiera sea su naturaleza, realizadas en el territorio boliviano; y también a las importaciones definitivas.

(10) Artículo 20° base imponible, Reglamento A La Ley General De Aduanas Decreto Supremo N° 25870 De 11 de Agosto de 2000

6.2 Normas de origen

El objetivo principal de un tratado comercial es facilitar el comercio entre los Países Miembros. En tal virtud, la Comunidad Andina (CAN) logró consolidar una zona de libre comercio entre los países integrantes del acuerdo, que incluye absolutamente todos los productos andinos originarios, contribuyendo así, en forma recíproca al desarrollo de los mercados de los países que lo conforman.

Para materializar estos beneficios es necesario cumplir con requisitos indispensables que garanticen el origen. Es importante poner énfasis en este aspecto puesto que de no considerarse y preverse la oportuna gestión y cumplimiento de los requisitos y condiciones que se exigen en materia de normas de origen¹¹, las

preferencias arancelarias y facilitación del comercio que, entre otros derechos recíprocos, existen entre los Países Miembros de la Comunidad Andina (CAN), no tendrían cómo acreditarse, y, por tanto, ser aplicados en beneficio, en este caso, de los exportadores peruanos.

Al respecto, y conforme a lo señalado por la Comunidad Andina (CAN) a través de su página oficial¹² "El Programa de Liberación andino garantiza el libre comercio, es decir la eliminación de gravámenes o restricciones de todo orden, para aquellos bienes calificados como originarios de un País Miembro. El origen de una mercancía elaborada en un País Miembro se evalúa en función a las disposiciones vigentes en el marco comunitario." El resaltado es nuestro.

6.3 Restricciones, estándares y normas de ingreso al mercado

La entidad reguladora de inocuidad alimentaria en Bolivia es el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG)¹³. Para la importación de alimentos procesados se debe tramitar el respectivo certificado sanitario. Esta certificación está regulada por las siguientes resoluciones:

- Procedimiento para la importación de productos de origen animal que forma parte de la resolución administrativa 112/2006 en calidad de anexo a las resoluciones 121/2002 y 012/2005
- Reglamento para la emisión de los permisos, Fitosanitario y de Inocuidad Alimentaria de importación, a fin de

garantizar y precautelar la salud de la población y la sanidad agropecuaria del país. Resolución administrativa 121/2002.

- Según la circular 135/2010 de la Aduana Nacional de Bolivia, los pescados, moluscos y crustáceos en conserva, necesitan una Autorización Previa y/o Certificación que deberán ser emitidas por el SENASAG.

Otro aspecto importante es el registro de la marca en el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI); ello para la protección de la propiedad intelectual, y así proteger los derechos de autor y de la propiedad industrial.

Por otro lado, las normas de calidad y etiquetado están avaladas por el Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA).

Los requerimientos de etiquetado en Bolivia están establecidos en el Decreto

Supremo N° 26510, del 1 de marzo de 2002¹⁴, en el cual se indican las características principales para el etiquetado.

- Nombre del alimento.
- Naturaleza y condición física del alimento
- Contenido neto expresado adecuadamente
- Composición del alimento: ingredientes y aditivos
- Identificación del lote
- Fecha de elaboración y fecha de vencimiento
- Instrucciones para su conservación
- Marca del producto
- Nombre o razón social
- Lugar y país de origen
- Marca registro sanitario SENASAG
- Declarar si tiene ingredientes o aditivos causales de hipersensibilidad
- Identificación, Domicilio legal y N° de NIT de la empresa

(11) Normas de Origen: Son los requisitos de producción, fabricación, elaboración o transformación que debe cumplir el exportador para acreditar que el producto exportable es realmente originario de un estado parte de un acuerdo comercial, a fin de gozar de los beneficios y preferencias arancelarias que dicho acuerdo ha previsto. Este es el caso de las normas de origen establecidas mediante Decisión 416, y, las decisiones que la complementan, como son la 417, la 775 y la 799, adoptadas por la Comunidad Andina (CAN), y que regulan los requisitos que deben ser cumplidos por los exportadores de los Países Miembros para acceder a los beneficios y preferencias arancelarias del acuerdo.

(12) CAN <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=93>

(13) <http://www.senasag.gob.bo/>

(14) <https://bolivia.infoleyes.com/norma/3596/decreto-supremo-26510>

07

Foto 16. Ejemplo de etiquetado en una lata de lomos de atún en aceite vegetal 170 g



De procedencia ecuatoriana, importadora productos Sofía

7. Costos y gastos para el desarrollo del producto

Como se ha mencionado con insistencia, los productos del Perú gozan de la inaplicación de gravámenes arancelarios, gracias a la zona de libre comercio establecida para los Países Miembros de la Comunidad Andina (CAN), por tanto, las conservas de pescado sólo deben pagar el Impuesto al Valor Agregado (IVA) ascendente al 14.94 %, más los costos de transporte y otras erogaciones. Una vez en territorio boliviano se deben tomar en cuenta gastos de promoción y de ventas, como los que se señalan a continuación:

- **Almacenaje**
Será necesario alquilar un depósito donde llegue la mercancía una vez "desaduanizada". Por lo general, estos

depósitos pueden llegar a costar entre USD 100 a USD 500, dependiendo de la superficie y ubicación.

- **Transporte interno**
Dependiendo de la situación, el transporte puede ser propio o contratado. Existen empresas transportadoras que realizan la distribución dentro del territorio boliviano, las mismas que en promedio suelen cobrar fletes que oscilan entre USD 500 a USD 1 000.
- **Publicidad**
El costo de la publicidad en televisión dependerá mucho de la popularidad del que se trate. A continuación, se presenta una relación de costos referenciales, según el canal que corresponda.

Tabla 18. Costos referenciales de costos de publicidad por segundo

Canal de televisión	Tarifa por segundo
Red ATB	USD 10,50
Red Unitel	USD 8,50.
Bolivia TV	BOB 18 y BOB31
Red Uno	N/S
Bolivision	N/S

Elaboración: MINCETUR

Tabla 19. Costos referenciales de publicidad periódico página 7

Tarifas expresadas en Bolivianos									
Tamaño	Módulos	Tamaño	Lunes - viernes		Sábado		Domingo		
		(cm)	B/N	Color	B/N	Color	B/N	Color	
1 Módulo	1	4,8x3,9	205	265	305	385	385	475	
Pie de Pag. 5x1	5	26 x3,9	1 025	1 280	1 495	1 860	1 860	2 330	
Pie de Pag. 5x2	10	26x 8,1	2 000	2 505	2 915	3 645	3 645	4 555	
¼ Pag. 3x4	12	15,4x16,6	2 385	2 980	3 465	4 330	4 330	5 410	
½Pag. 5x4	20	26,1x6,6	3 825	4 780	5 560	6 950	6 950	8 685	
Roba Pag. 4x6	24	20,1x25,2	4 500	5 620	6 540	8 180	8 180	10 225	
Página 5x8	40	26x33,8	6 910	8 635	10 050	12 565	12 565	15 705	

Fuente: www.paginasiete.bo

Elaboración: MINCETUR

Tabla 20. Costos referenciales de publicidad de radio global FM.105.5

Pases diarios	Costo por mes
24 pases diarios	BOB 2 500
18 pases diarios	BOB 2 000
12 pases diarios	BOB 1 200
8 pases diarios	BOB 1 000
"La Hora": 20 veces al día.	BOB 2 300

Pases diarios	Costo por mes
"Cambio del Dólar": 20 veces al día.	BOB 2 300
"La Temperatura": 20 veces al día	BOB 2 300

Fuente: www.radioglobalbolivia.com

Elaboración: MINCETUR

- Mano de obra

De ser necesaria la contratación de mano de obra, conforme a lo dispuesto por el Ministerio de Trabajo, dicha contratación debe efectuarse por ocho

horas al día, considerando de 5 a 6 días por semana. Según corresponda al tipo o modalidad de contrato laboral, los costos al mes que se deben considerar son los siguientes:

Tabla 21. Costo de mano de obra en Bolivia

Tipo de trabajo	Moneda Local (BOB)	USD	Año/mes
Jornalero (semi especializado)	2 000	286	mes
Jornalero (obrero ocasional no calificado)	1 440	207	mes
Mano de obra calificada	3 000	430	mes

Fuente: <https://dlca.logcluster.org/display/public/DLCA/3.4+Bolivia+Costos+de+mano+de+obra>

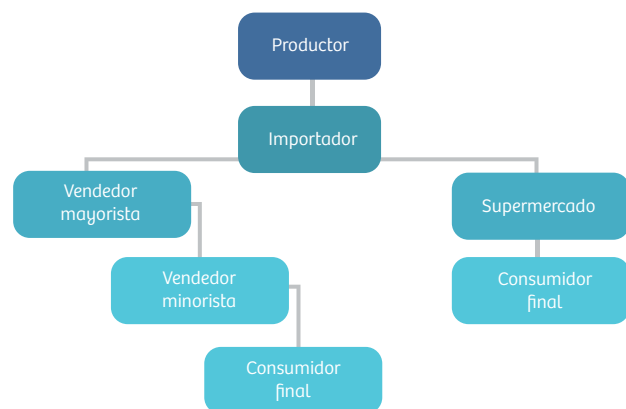
Elaboración: MINCETUR

08

8. Canales de comercialización y distribución

En Bolivia el canal de distribución habitual suele ser el siguiente:

Gráfica 14. Diagrama de Flujo y Comercialización del producto



Fuente: Auditoría física
Elaboración: MINCETUR

Lo usual es que exista un importador, quien distribuirá a los comerciantes mayoristas o a los supermercados. En caso de supermercados, éstos representan el penúltimo eslabón de la cadena, en virtud de que reciben la mercancía directamente del importador.

Cuando el importador distribuye la mercancía a los vendedores mayoristas,

éstos suelen revender el producto a los distribuidores del comercio informal, como almacenes, tiendas de barrio, ferias callejeras o ambulantes, hasta que finalmente llegan al consumidor final.

De acuerdo al estudio desarrollado, se reconocen a los siguientes importadores, como los que están mejor posicionados en el mercado boliviano.

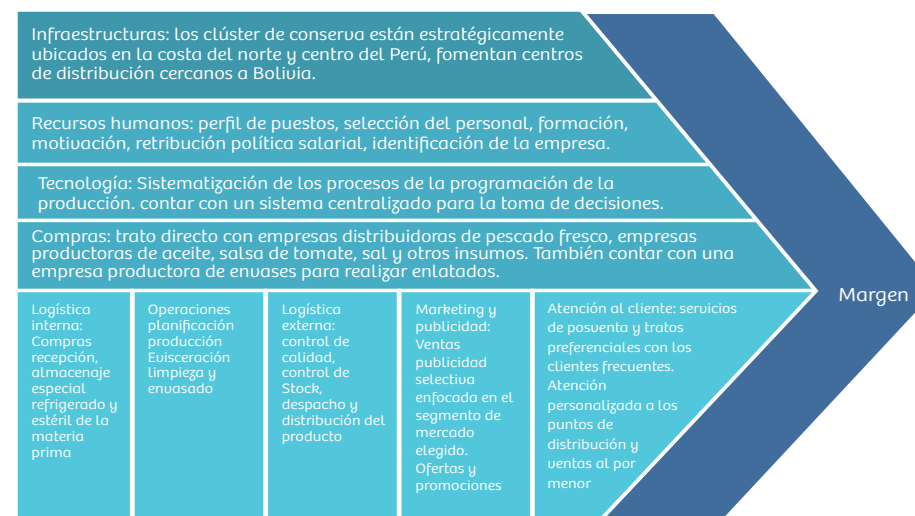
09

9. Cadenas de valor

Es importante tener en cuenta la cadena de valor para una empresa del rubro pesquero. En ese sentido, se esquematiza la estructura general de un negocio de este tipo, especialmente de industrias de

conservas de pescado, las cuales contemplan actividades primarias y secundarias a fin de generar valor.

Gráfica 15. Cadena de valor de las conservas de pescado



Elaboración: MINCETUR

10

10. Perfil de compradores

10.1 Antecedentes de la compañía

Tabla 22. Datos de comprador

Nombre completo de la empresa	KETAL S.A.
Página Web	www.ketal.com.bo
Teléfono	2 791 122
E-Mail	contacto@ketal.com.bo

10.1.1 Características generales de la empresa

Localización

Oficina central Av. Ballivian calle 15 N° 7991 Calacoto

Años de funcionamiento

1987 – 2018 31 años

Sucursales y plantas (lugares donde se ubican. Indicar local y extranjero)

Sucursales En La Ciudad De La Paz

- Zona sur
- Ketal Calacoto: Av. Ballivian Esq,

- Calle 15, Calacoto
- Ketal Achumani: Av. Alexander N° 108, Entre Calle 13 Y Calle 14, Achumani
- Ketal Irpavi: Av. Rafael Pabón, Megacenter, Irpavi
- Ketal Obrajés: Calle 16 Esq. 14 De Septiembre, Obrajés
- Ketal Express ; Ketal San Miguel: Calle 21
- Zona Central
- Ketal Arce: Av. Arce Esq. Calle Macario Pinilla, San Jorge
- Ketal San Pedro: Calle Almirante Grau N°349, San Pedro
- Ketal Miraflores: Av. Busch Esq.

- Calle Villalobos, Miraflores
- Ketal Express
- Ketal Sopocachi: Plaza España Esq. Calle Méndez Arcos, Sopocachi
- El Alto
- Ketal Express: Estación Mirador Teleférico, Ciudad Satélite

Relaciones estratégicas

Ketal cuenta con dos relaciones estratégicas, una con Megacenter que es el complejo recreativo más grande de Bolivia que tiene patio de comidas y zonas de entretenimiento, y está ubicada en la zona sur de La Paz.

- Ketal Irpavi: Av. Rafael Pabón, Megacenter, Irpavi

La segunda relación estratégica es con la empresa de transporte estatal Mi Teleférico Línea Amarilla, convirtiéndose así en el segundo supermercado con estas características de la ciudad de EL Alto. La cual tiene una muy buena afluencia de clientes.

- Ketal Express: Estación Mirador Teleférico, Ciudad Satélite

Participación en el mercado

Según un informe de ILACAD mapa del retail alimenticio en América Latina¹⁵, durante el año 2012 Ketal con un 10.5% ocupaba el tercer lugar en el ranking de aceptación en el mercado. En primer lugar, se encontraba Hipermaxi, mientras que, en segundo lugar, se encontraba supermercados Fidalga.

Es necesario recalcar que Hipermaxi figuró como un cliente más atractivo que Ketal, porque cuenta con relaciones estratégicas que son principalmente con los barrios en los que se encuentran sus salas de supermercado, lo cual le da mucho más poder que el supermercado Ketal, además que su presencia es a nivel Nacional

10.1.2 Descripción de líneas comercializadas

Ventas anuales (últimos 3 años)

Por políticas empresariales no se cuenta con dicha información.

(15) <https://www.google.com/url?q=http://slideplayer.es/amp/2490773/>

Principales marcas

Supermercados Ketal cuenta con una amplia gama de productos de ventas de retail, marcas tanto nacionales, como Pil, Delizia, y Kris; así como internacionales, como ARCOR, GLORIA o AJINOMOTO, marcas tanto alimenticias como de limpieza, entre ellos el enfoque es en relación a las conservas de pescado en diferentes presentaciones.

Estos productos están listos para el consumo directo, con respaldo sobre su buen estado, así como totalmente garantizados, además de cumplir, como corresponde, con el pago de los tributos respectivos.

Ventajas competitivas de los productos que distribuye

Teniendo en cuenta que la comercialización relacionada al rubro corresponde a productos importados, y que, existen, asimismo, diferentes supermercados que venden las mismas marcas. Es factible

10.2 Análisis del suministro y cadena de valor

10.2.1 Importaciones

Características de las importaciones

Ketal importa bienes finales listos para consumir. Enlatados de conservas de

tener en cuenta que la empresa cuenta como beneficios tener una red de 11 sucursales en toda la ciudad, al mismo tiempo que ofrece ambientes agradables para el cliente. De igual modo cuenta con servicio de ventas por internet y de delivery. Toda venta se produce con factura, y el producto es importado, cumpliendo todas las exigencias y formalidades de ley.

10.1.3 Descripción de importaciones

Subpartidas que importan con su respectiva descripción

1604.20.00.00 Conservas de pescado

Características de productos importados

Realizan importaciones de Productos terminados para consumo final

Importaciones de la compañía por país

Datos monetarios de importación en los últimos cinco años USD 5 501 081.

pescado, en diferentes tamaños con diferentes aditivos (en agua, en aceite, en salsa de tomate) listos para consumir.

Principales proveedores

- **Atún Van Camp's** En Agua y en Aceite, origen colombiano.



Foto 17. Atun Van Camp's

Importado por industrias Fino S.A.
www.fino.com.bo

- **Atún El Faro** lomitos de atún en aceite y en agua de origen ecuatoriano.



Foto 18. Lomito de atún EL Faro

Importado por industrias Sofia
<http://www.sofia.com.bo/>

- **Atún Real** lomitos de atún en agua y en aceite de origen ecuatoriano.



Foto 19. Lomito de Atún Real

Importado por Minoil S.A.
www.minoil.com.bo

- **Sardina Sabrosa.** En aceite vegetal y en salsa de tomate de origen ecuatoriano.



Foto 20. Sardina Sabrosa

Importado por ADM SAO
www.admsao.com

- **Sardina Manu.** En aceite, de origen marroquí.



Foto 21. Sardina Manu

Importado por Cesar Maldonado

- **Sardina San Lucas.** En salsa de tomate, origen peruano



Foto 22. Sardina San Lucas

Importado por COMPANEX S.A.
www.companex.com

- **Sardinas Gomes Da Costa.** En agua y en aceite y salsa de tomate de origen brasilero.



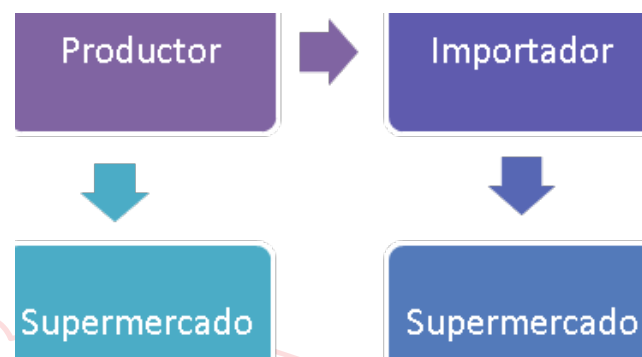
Foto 23. Sardina Gomes Da Costa

Importado por PROESA
www.proesabol.com

10.2.2 Cadena de comercialización

Esquema

Gráfica X. Esquema de cadena de comercialización



Elaboración: MINCETUR

Características de los principales canales de comercialización

Existen dos formas de importación. La importación por medio de una empresa importadora y la importación directa por parte de la empresa comercializadora.

Posición de la empresa en la cadena de comercialización.

La empresa se encuentra en la segunda y tercera posición de la cadena de distribución.

11

11. Actividades de promoción

11.1 Ferias


Las ferias internacionales son una gran alternativa para la exhibición y promoción de productos en general, estas ferias mueven millones de dólares cada año, cierran tratos millonarios e incentivan el consumo de nuevos productos y refuerza

la fidelidad de los consumidores habituales.

En Bolivia existen tres grandes ferias internacionales donde se exhiben diferentes tipos de productos.

Tabla 23. Principales ferias en Bolivia

FERIA	Ciudad	Sectores	Periodicidad	Pág. Web / ingresos
EXPO-CRUZ	Santa Cruz Feria Exposición de Santa Cruz	Agrícola Alimentación Automóvil Accesorios para vehículos Maquinaria construcción Materiales para la construcción Textiles Vehículos	Anual Del miércoles 21 al domingo 25 febrero 2018	http://www.fexpocruz.com.bo/  Ingreso anual aprox. USD 302.2 millones
FIPAZ	La Paz Campo Ferial "ChuquiagoMarka"	Alimentación Construcción Ferias industriales Inmobiliaria Servicios	Anual Del miércoles 25 octubre al domingo 5 noviembre 2017	http://www.fipaz.com.bo/  Ingreso 2017 aprox. USD 49 millones

FERIA	Ciudad	Sectores	Periodicidad	Pág. Web / ingresos
FEICOBOL	Cochabamba Recinto Ferial de Alalay	Bienes de consumo	Anual Del jueves 26 abril al domingo 6 mayo 2018	http://www.feicobol.co.bo/  Ingreso 2017 aprox. USD 155 millones

Elaboración: MINCETUR

11.2 Foros, salones u otros eventos profesionales

Se entiende como foro a una reunión donde se intercambian opiniones en torno a asuntos de un interés común.

En Bolivia usualmente los foros no tienen una gran relevancia ya que estos son más utilizados en temas sociales y de opinión, entidades públicas incentivan foros destinados a la búsqueda de nuevas oportunidades sobre producción nacional, agricultura y exportación.

Un punto muy relevante es el lanzamiento del producto. Para tal evento es necesario un plan de marketing estratégico, se toman en cuenta puntos referenciales

extraídos del estudio de mercado y de la producción del producto.

Generalmente se realiza una campaña publicitaria previa generando expectativas sobre las características del producto, debe ser, dependiendo del producto, clara concisa y llamativa, para atraer al consumidor. Para el lanzamiento se realiza un evento, ya sea público o cerrado, con la asistencia de medios de comunicación como televisión o la prensa escrita, se consideran también miembros de alto rango político o comercial. Estos eventos pueden ser realizados en salones de eventos o en hoteles de cinco estrellas.

11.3 Prensa profesional

Según datos recabados de la encuesta nacional de opinión sobre TIC, presentado por La Agencia De Gobierno Electrónico Y Tecnologías De Información Y Comunicación (AGETIC) indica que los medios de comunicación con mayor participación

son la televisión las redes sociales seguido de la radio y los periódicos.

Se citará a los principales medios de comunicación más influyentes, en las siguientes tablas:

Tabla 24. Principales redes televisivas en Bolivia

RED DE TELEVISIÓN	SITIO WEB
UNITEL	http://www.unitel.tv/
ATB	http://www.atb.com.bo/
RED UNO	https://www.reduno.com.bo/
BOLIVISION	http://www.redbolivision.tv.bo/
RED PAT	https://www.redpat.tv/

Tabla 25. Principales periódicos en Bolivia

PERIÓDICO	CIUDAD	SITIO WEB
El Deber	Santa Cruz de La Sierra	http://www.eldeber.com.bo/
El Diario	La Paz	https://www.eldiario.net/
La Razón	La Paz	http://www.larazon.com/
Los Tiempos	Cochabamba	https://www.lostiempos.com/

Tabla 26. Principales redes sociales usadas en Bolivia

RED SOCIAL	SITIO WEB
Facebook	https://www.facebook.com/
Instagram	https://www.instagram.com/
Twitter	https://twitter.com/
Youtube	https://www.youtube.com/

Tabla 27. Principales emisoras de radio en Bolivia

EMISORA DE RADIO	CIUDAD	NUMERO DE DIAL
Stereo FM 97	La Paz	97.3 FM
Radio Fides	La Paz	101.3
Panamericana Bolivia	Santa Cruz de La Sierra	106.3
Estrella FM	Cochabamba	93.1
Erbol	La Paz	

12

12. Oficinas y gremios

Para fomentar la industria pesquera en Bolivia existe la organización FAUNAGUA, esta organización desarrolla diferentes tipos de proyectos para incentivar dicha industria.

Faunagua organización no gubernamental que realiza investigaciones aplicadas de los recursos hidrobiológicos del agua.

<http://www.faunagua.org/>

Peces para la vida seguridad alimentaria, pesca y piscicultura en Bolivia. Proyecto a favor de incentivar el desarrollo de la pesca y piscicultura en Bolivia, fomenta a mejorar las estrategias de mercado del pescado con el fin de incrementar los recursos económicos de las familias pesqueras. Con un periodo de ejecución del 2015-2018.

<http://www.pecesvida.org/>

Servicios de Impuestos Nacionales:

- Oficina Central: Calle Ballivián N° 1333, entre Loayza y Colón (Zona Central) - Telfs.: 2606060 - Fax: 2203572 – La Paz
<http://www.impuestos.gob.bo/>

Aduana Nacional de Bolivia

- Oficina en La Paz: Av.20 de octubre, La Paz
<http://www.aduana.gob.bo/>

Instituto Boliviano de Comercio Exterior

- Oficina en La Paz: Av. Arce esq. Goitia n°2017, piso 2, La Paz
<http://ibce.org.bo/>

13

13. Fuentes de información

Leyes reglamentos y resoluciones

- Ley General De Aduanas Ley N°1990 de 28 de julio de 1999
- Reglamento A La Ley General De Aduanas Decreto Supremo N° 25870 De 11 de agosto de 2000
- Decisión 417
- Decisión 416,
- Decisión 775 Comunidad Andina (CAN),
- Decisión 799.

Páginas de internet

- <http://www.fao.org/home/en/>
- <https://www.aduana.gob.bo/aduana7/>
- <http://www.promueve.gob.bo/>
- <http://www.ine.gob.bo/>
- <http://www.comunidadandina.org/>
- <http://www.pecesvida.org/>
- <http://ibce.org.bo/>
- <https://www.veritradecorp.com/>
- <https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/noticias/NEW2014359348.html>
- <https://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Bolivia/pescado-procesado--preparaciones-y-conservas-de-pescado-caviar-y-sus-sucedaneos-preparados-con-huevo/BO/1604>
- <http://dlca.logcluster.org/display/public/DLCA/3.4+Bolivia+Costos+de+mano+de+obra>
- <https://dlca.logcluster.org/pages/releaseview.action?pagelid=7307660>

Perfiles de mercado

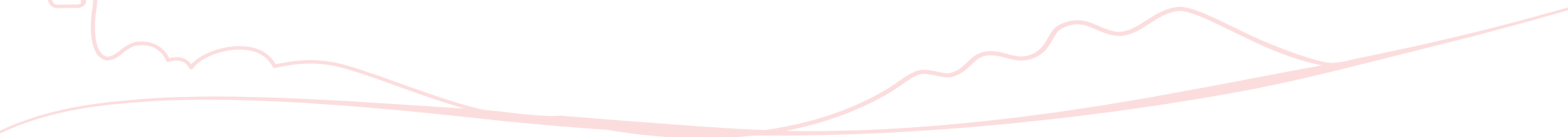
- Modelo Referencial de perfil de producto conserva de anchoeta.
- Perfil de producto conserva de anchoeta para el mercado de Colombia 2016.
- Perfil de mercado conserva de pescado Uruguay 2002.
- Oficina Comercial del Perú en Montevideo.
- Estudio de perfil de producto conservas y semiconservas de anchoa para el mercado español.
- Oficina Comercial del Perú Promperú 2016.
- Conservas alimenticias en Bolivia ppm alimentos en conserva en Bolivia
- Pro Ecuador.
- Perfil logístico de Bolivia
- Promperú 2017
- Estudio de mercado pescados, moluscos y crustáceos en conserva en Bolivia.
- Oficina Comercial de Chile en Bolivia – ProChile

Páginas blogs de referencia


- <https://www.eabolivia.com/politica/3440-bolivia-tu-le-cobra-precio-de-casero-al-mas-por-una-transmision-de-seis-horas.html>
- <http://reyquibolivia.blogspot.com/2012/07/publicidad-en-canales-de-television-atb.html>
- <http://eju.tu/2016/03/66-kilos-carne-pasaron-los-platos-boliviano-2015/>
- <http://ganaderiabolivia.blogspot.com/2015/03/escaso-consumo-de-pescado.html>
- <http://www.aquahoy.com/mercados/produccion/22847-produccion-de-pescado-en-bolivia-cubre-20-de-demanda>
- <http://boliviarural.org/noticias/noticias-2015/3702-seguridad-alimentaria-preven-subirproduccion-de-pescado-a-1-200-toneladas>

Artículos de periódico

- http://www.la-razon.com/suplementos/el_financiero/Peces-Vida-II-piscicultura-Bolivia-financiero_0_2292370857.html
- <http://atuna.com/index.php/en/2-news/4822-global-tuna-trade-the-top-3-s-sheer-dominance>
- <http://www.lostiempos.com/actualidad/economia/20141012/produccion-pescado-cubre-20-demanda>
- <http://www.agetec.gob.bo/>
- <http://www.opinion.com.bo/opinion/articulos/2017/0901/noticias.php?id=229260>
- <http://www.erbol.com.bo/noticia/indigenas/28022013/bolivianos-comen-menos-pescado-al-ano>
- http://www.la-razon.com/economia/Bolivia-vigilancia-Peru-conservas-parasitos_0_2831116878.html
- <https://www.eldeber.com.bo/bolivia/Bolivia-suspende-ventas-de-conservas-chinas-con-parasitos-20171202-0042.html>



ANEXOS

 **CERTIFICADO DE ORIGEN**
Asociación Latinoamericana de Integración
Associação Latino-Americana de Integração

Certificado
CCLI N° _____

Pais Exportador: País Importador:
N° de Orden(1) NALADISA Denominación de las Mercaderías

DECLARACION DE ORIGEN
(Declaración Jurada)
DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura comercial N° _____, cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) de conformidad con el siguiente desglose:

N° de Orden	Normas (3)

Fecha
Razón Social, sello y firma del exportador o productor:


Observaciones

CERTIFICACION DE ORIGEN
Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de _____ a los _____

Nombre, sello y firma Entidad Certificadora

Nota: (1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados correlativamente.
(2) Especificar si se trata de un Acuerdo de alcance regional o de alcance parcial, indicando número de registro.
(3) En esta columna se identificará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.
-El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o enmendaduras.

Foto 24. Modelo Certificado de origen para ingreso de productos a Bolivia

	Solicitud de Aprobación de Modelo de Etiqueta N° 192848		Código Documento UNIA-REG-FORM-003
	Fecha:	Numero: (secuencial)	R.S.SENASAG N°: (si tuvierá)
1.Nombre o Razón Social:			
Dirección:			
II. Clasificación: Industrial Artesanal Fraccionador/Envasador Importador			
Nivel de Mercado: Local Nacional			
III. Numero de Modelos de: IV: Producto Numero (según lista acápite VI):			
Etiqueta			
Etiquetado complementario			
Etiqueta genérica			
Puerto de ingreso previsto (en caso de importación):			
VI. Para que productos: (en caso de que sean más de 16 productos, usar hoja adicional y empezar en17)			
1.	Certif.	2.	Certif.
3.		4.	
5.		6.	
7.		8.	
9.		10.	
11.		12.	
13.		14.	
15.		16.	

	CANTI- DAD	Para los productos
A. Certificado de grado alimenticio		
B. Certificado de Premio o Reconocimiento		
C. Certificado de Propiedades Terapéuticas (SPS u otro)		
D. Análisis de componentes causante de hipersensibilidad		
E. Análisis de Aditivos de Riesgo		
F. Carta (si producto nacional) o Certificado de Desglose de Código		
G. Copia de Certificado de registro sanitario SENASAG		
H. Fichas de Inspección de Etiqueta		
I. Solicitud de etiquetado en destino		
Adjuntar modelos de etiqueta, declaración jurada y los documentos respaldatorios necesarios.		
NOMBRE DEL INTERESADO:		
RELACION CON LA EMPRESA O CARGO:		
CEDULA DE IDENTIDAD N°:		

Foto 25. Modelo de solicitud de aprobación de certificado sanitario emitido por SENASAG

REGISTRO SANITARIO - EMPRESA DEL RUBRO ALIMENTICIO						
FORMULARIO DE EVALUACIÓN DOCUMENTAL (Importadoras/ Procesadoras, Fraccionadoras y Cámaras)						
NOMBRE DE LA EMPRESA/NIT:						
Nuevo	<input type="checkbox"/>	Renovación	<input type="checkbox"/>	Modificación al Registro	<input type="checkbox"/>	
N° Productos Solicitados <input type="text"/>						
1ª REVISIÓN EN FECHA: Cumple <input type="checkbox"/> No cumple <input type="checkbox"/> Multa o sanción, monto: <input type="text"/>						
Describir las falencias en caso de: NO CUMPLE						
Entrega de 1ª evaluación a la empresa en fecha:				Firman en constancia:		
Firma Funcionario de SENASAG			Firma Responsable de la Empresa			
Nombre:		Nombre:				
C.I.:		C.I.:				
Documentos/Pagos completados por la empresa en Fecha:						
2ª REVISIÓN EN FECHA: Cumple <input type="checkbox"/> No cumple <input type="checkbox"/> Multa o sanción, monto: <input type="text"/>						
Describir las falencias en caso de: NO CUMPLE						
Documentos/Pagos completados por la empresa en Fecha:						
Entrega de 2ª evaluación a la empresa en fecha:				Firman en constancia:		
Firma Funcionario de SENASAG			Firma Responsable de la Empresa			
Nombre:		Nombre:				
C.I.:		C.I.:				
N° Productos Aceptados <input type="text"/>						
DESIGNACIÓN DEL EXPEDIENTE PARA SU COORDINACIÓN DE LA INSPECCIÓN EN FECHA: _____						
Inspector designado:				Firma aceptación del inspector:		
Fecha planificada de Inspección	Fecha de Coordinación	Firma Empresa	FECHA REAL			
			DÍA	MES	AÑO	HORA



Foto 26. Publicidad: productos Isabel Gama infantil



Foto 27. Publicidad: empresa peruana Ltda.
Prevención de marca pirateada



Foto 28. Publicidad: producto mexicano dolores
Ensalada de lomitos de atún lista para consumir
NO DISPONIBLE EN BOLIVIA



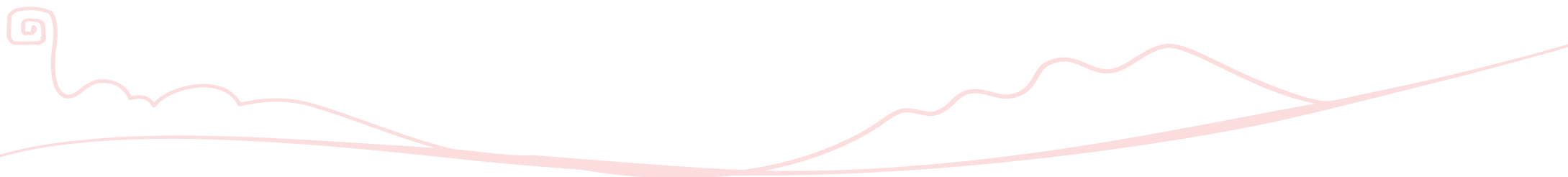
Foto 29. Producto: lomitos de atún Isabel
Envase abre fácil, incluye tapa de plástico
para conservar el producto una vez abierto
No Disponible en Bolivia



Foto 29. Fotografía: supermercado fidalga, sucursal plaza Abaroa promociones y ofertas



Foto 30. Fotografía: supermercado Hipermaxi, sucursal plaza Abaroa latas de conservas con regalos adicionales



2019

Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo