

Más de 4.800 empresas importaron mascarillas por US\$ 412 millones

Durante el periodo enero y septiembre de este año, un total de 4.850 empresas importaron mascarillas por un valor de US\$ 412 millones, representando un crecimiento de 9.096% con respecto al mismo periodo del año anterior, informó el Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima (Idexcam).

“Esta elevada cifra, detalla la gran demanda que ha tenido este producto, pues en ese periodo llegaron al Perú un monto de 902 millones de mascarillas”, manifestó el director ejecutivo del Idexcam, Carlos Posada.

Además de este total de empresas importadoras, un 32% son nuevas (1.574), mientras el resto (3.276) ya importaban otros productos, pero que debido a la crisis sanitaria se vieron en la necesidad de importar mascarillas.

TABLA
N°1

**IMPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS USADOS
COMO PRIORIDAD ANTE LA PANDEMIA DE LA COVID-19
PERIODO ENERO A SETIEMBRE 2018 - 2020.**

EN US\$

PRODUCTO	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
ALCOHOL ETÍLICO	7'878.059	5'275.021	15'573.862
CONCENTRADORES DE OXÍGENO	178.234	200.506	13'610.549
GEL PARA MANOS	6'862.659	7'595.420	12'040.642
MASCARILLAS	3'675.773	4'483.988	412'369.911
OXÍGENO	58.626	36.967	1'118.657
RECIPIENTES PARA OXÍGENO	3'578.004	3'680.886	13'174.912
TERMÓMETROS ELECTRÓNICOS	4'449.135	4'062.041	39'154.543

Fuente: SUNAT

Elaboración por: IDEXCAM

Otro producto de gran demanda fueron los concentradores de oxígeno, donde 137 empresas importaron US\$ 13 millones, representando un crecimiento de 6.688%.

En el caso de alcohol etílico, las importaciones las realizaron 16 empresas con transacciones valorizadas en US\$ 15,5 millones, 295% más que en el mismo periodo del 2019. Aquí 10 son empresas nuevas y solo seis cambiaron su rubro de negocio.

Cabe señalar que la gran mayoría de estos productos proceden de los mercados de China, Bolivia, Estados Unidos, Argentina, Corea del Sur y Brasil.

“Si bien se observa un incremento de las importaciones de estos productos, también son muchas las empresas las que debieron cambiar su rubro de negocio para poder subsistir y adaptarse a la nueva demanda del mercado”, enfatizó Carlos Posada.