

Embajada de la República Argentina



**INFORME DE MERCADO
“SHULET”
Alimentos para peces ornamentales
Mayo 2018**

Montevideo - Uruguay

INFORME DE MERCADO

Empresa: SHULET

Producto:

P.A. 2309.90.10 Preparaciones destinadas a proporcionar al animal la totalidad de los elementos nutritivos necesarios para una alimentación diaria, racional y balanceada.

1) Régimen de importación:

TASAS A PAGAR POR EL IMPORTADOR:

- ARANCEL EXTERNO DE IMPORTACION: 8 % sobre CIF
- I.V.A.: 22% sobre CIF
- ANTICIPO DE IVA: 10% sobre CIF
- EXTRAORDINARIO DE ADUANA: ver escala adjunta*
- TASA CONSULAR: Extra Mercosur: 5% sobre el valor normal en Aduana, Intra Mercosur 3% sobre el valor normal en Aduana
- TASA DE SERVICIOS ADUANEROS (TSA): 0,20% sobre CIF (máximo 50 dólares)
- HONORARIOS DESPACHANTE: 1% sobre CIF (aproximadamente)
- TIMBRE ELECTRONICO DEL DESPACHANTE: U\$S 4,40

*Extraordinario de Aduana (en dólares)

TARIFA

DE 500 HASTA 1.000 DOLARES	12
DE 1.000 HASTA 2.000 DOLARES	30
DE 2.000 HASTA 8.000 DOLARES	48
DE 8.001 HASTA 30.000 DOLARES	108
DE 30.000 HASTA 100.000 DOLARES	240
DE 100.001 EN ADELANTE	600

EXONERACIONES:

INTRAMERCOSUR: arancel 0.

2. Documentos exigidos en Aduana:

*Se adjunta nuevo procedimiento de importación.

3. Restricciones no arancelarias (RNAs):

La Embajada Argentina no ha recibido comentarios o reparos sobre el particular para este producto. Asimismo, en las consultas con importadores no fueron detectadas RNAs.

4. Requisitos sanitarios:

<http://www.mgap.gub.uy/unidad-organizativa/direccion-general-de-servicios-agricolas/tramites-y-servicios/servicios/solicitud-de-registro>

5. Evolución de las importaciones de los productos:

País de Origen	2018		2017		2016	
	ENE hasta ABR		ENE hasta ABR		ENE hasta ABR	
	CIF US\$	%	CIF US\$	%	CIF US\$	%
ARGENTINA	1.133.050,85	77,95	640.417,54	69,09	966.120,58	64,84
BRASIL	241.473,13	16,61	154.599,13	16,68	503.665,28	33,80
ESPAÑA	60.569,05	4,17	82.401,97	8,89	0,00	0,00
ESTADOS UNIDOS	9.465,05	0,65	30.186,03	3,26	18.055,50	1,21
ALEMANIA R.F.	9.045,20	0,62	13.712,28	1,48	0,00	0,00
ITALIA	0,00	0,00	5.612,39	0,61	2.226,20	0,15
Total General:	1.453.603,28	100,00	926.929,34	100,00	1.490.067,56	100,00

País de Origen	2017		2016	
	ENE hasta DIC		ENE hasta DIC	
	CIF US\$	%	CIF US\$	%
ARGENTINA	2.384.595,87	71,58	2.774.222,82	70,84
BRASIL	636.020,73	19,09	1.036.654,88	26,47
ESPAÑA	209.947,69	6,30	59.878,99	1,53
ESTADOS UNIDOS	65.923,37	1,98	38.009,48	0,97
CHINA	15.565,55	0,47	5.307,80	0,14
ALEMANIA R.F.	13.712,28	0,41	0,00	0,00
ITALIA	5.612,39	0,17	2.226,20	0,06
Total General:	3.331.377,88	100,00	3.916.300,17	100,00

Fuente: Dirección Nacional de Aduanas – Urunet

6. Consumo (características – producción local – importación)

De acuerdo a las averiguaciones realizadas por esta Embajada entre distribuidores e importadores locales, el consumo interno se abastece en su totalidad con las importaciones.

7. Canales de comercialización (importación directa o distribuidores)

Los canales de comercialización son diferentes para los distintos tipos de productos. En general, en Uruguay existen dos grandes etapas en la comercialización:

* La etapa mayorista, integrada por importadores y distribuidores frecuentemente son las mismas firmas.

* La etapa minorista. En los últimos años en el Uruguay, así como en otros países, se han desarrollado exitosamente nuevas modalidades de comercialización minorista, desplazando a las tradicionales. Entre estas modalidades en expansión se encuentran:

- Locales de ventas.

- Cadenas de supermercados.

- Shoppings Centers.

- Asimismo, se están expandiendo sistemas de venta directa, telemarketing y otras modalidades de comercialización.

* El importador que tiene su propia venta al público minorista (locales de ventas).

* El importador multiproducto mayorista que distribuye entre revendedores.

El canal distribución son las empresas importadoras, que además tienen ventas al público.

8. Principales centros de consumo:

Por las características del Uruguay se pueden distinguir dos mercados diferenciados:

* Montevideo, con más del 40% de la población nacional, es un mercado concentrado geográficamente y con un nivel adquisitivo promedio mayor al del resto del país. Los estratos de consumidores de ingresos medios y altos están relativamente más representados en la capital que en el Interior del país.

* Interior del país. Es un mercado disperso y con un nivel adquisitivo menor. Sin embargo, existen algunas localizaciones del Interior que, por su población y sus niveles de ingresos, pueden constituir un mercado atractivo, entre otras:

-Departamento de Canelones, en particular la zona de influencia de Montevideo (Costa de Oro, Las Piedras, Pando, etc.)

-Departamento de Maldonado (ciudades de Punta del Este, Piriápolis, Maldonado, etc.)

-Departamento de Colonia

-Paysandú.

Algunas redes de comercialización se extienden a todo el país o a las zonas más densamente pobladas. Otras, en cambio, se concentran sólo en Montevideo.

(Esta es una descripción general sobre la concentración del consumo del país, que no se aplica estrictamente al producto relevado).

9. Listado de Importadores uruguayos

LAOR S.A. (Importan de Estados Unidos)
Calle 17 metros, manzana 17- solar 19, tel. 2682.8798-San José de Carrasco, Canelones
Contacto: Mario Artagaveytia (Director)
E-mail: consultas@laorsa.com

VALAGÚ S.R.L. (Importan de Brasil)
Hipóloto Yrigoyen 1877, tel. 2613.1189, Montevideo
Contacto: Walter Belero (Encargado de Importaciones)
E-mail: valaguventas@vera.com.uy

Yhe/ Mayo2018