

2017

MERCADO DE PASTAS Y PANIFICACIÓN - URUGUAY



Contenido

Aspectos generales	6
Infraestructura.....	7
Aeropuertos.....	7
Puertos	7
Hidrovía Paraguay - Paraná	8
Carreteras	8
Ferrocarriles	9
Situación Económica	10
Crecimiento de la economía uruguaya en América Latina	12
Indicadores económicos por región	13
Comercio Exterior	14
Convenios internacionales suscritos por Uruguay.....	15
Importación a Uruguay.....	17
DUA.....	19
Importadores Ocasionales	22
Importación de Alimentos.....	23
Habilitación – Registro de alimentos	23
Certificado Complementario	26
Sistema Tributario	27
Sistema arancelario.....	29
Sector Alimentario.....	34
Cambio de hábitos que afectan al consumo de alimentos.....	34
Mercado gourmet	35
Enfermedad celíaca en Uruguay	36
Mercados de pasta y panificación.....	38
Canales de distribución	38
Canales de comunicación.....	39
Ferias Internacionales	41
Panificación	42
Tendencias de consumo de panificados	43
Pastas	44
Tendencias de consumo de pastas	48
Análisis de intercambio comercial internacional.....	48
Pastas (1902).....	48
Comparación importaciones argentina - mundo	50

Exportadores Argentinos uruguayos	52
Importadores uruguayos	52
Panificación (1905)	54
Exportadores argentinos a Uruguay	56
Importación Sudamérica	57
Importadores uruguayos	60
Conclusiones.....	65
Anexo	68

Aspectos generales

Nombre Oficial: República Oriental del Uruguay.

Superficie: 176.215 km², es el segundo estado más pequeño de Sudamérica.

Capital: Montevideo

Población: 3.4 millones aprox.

Límites: Situado en la zona subtropical austral del continente sudamericano, limita al Norte y al Noreste con Brasil, al Oeste y al Suroeste con Argentina, y al Este con el Océano Atlántico.

Idioma: Español

Forma De Estado: República Democrática con un sistema Presidencialista.

Presidente: Tabaré Vázquez (del 1 de marzo 2015 hasta el primero de marzo de 2020). Su mandato es por 5 años y no puede ser reelecto inmediatamente después.

División Administrativa: El territorio uruguayo está dividido en 19 Departamentos, gobernado cada uno de ellos con cierta autonomía por sus respectivos órganos ejecutivos, el Intendente Municipal y la Junta Departamental. Los intendentes municipales son elegidos por sufragio universal cada cinco años. Los departamentos son: Artigas, Canelones, Cerro Largo, Colonia, Durazno, Flores, Florida, Lavalleja, Maldonado, Montevideo, Paysandú, Río Negro, Rivera, Rocha, Salto, San José, Soriano, Tacuarembó, Treinta y Tres.

Demografía: al censo de 2011 casi el 40% de la población vivía en la capital Montevideo pero si sumamos los departamentos aledaños de Canelones y San José la

población llega al 70% del total del país (1.947.604), marcando una fuerte concentración demográfica en torno al departamento capital: Del resto de departamentos solo Salto supera los 100.000 habitantes.

Tipo de cambio al día de la fecha 15/11/2017:

1 USD = 29,4 UYU

1 ARS = 1,62 UYU

Infraestructura

Aeropuertos

Se cuenta con aproximadamente 64 aeropuertos de los cuales solo 9 de ellos tienen pista de aterrizaje pavimentadas. Los dos aeropuertos consideramos más importantes son: El Aeropuerto Internacional de Carrasco ubicado en la capital del país, Montevideo y El Aeropuerto Internacional de Laguna del Sauce, en el departamento de Maldonado.

Puertos

Según la Administración Nacional de Puertos de la República Oriental del Uruguay, los puertos son: Montevideo, Fray Bentos, La Paloma, Colonia, Paysandú, Nueva Palmira, Salto y Juan Lacaze.

El puerto de Montevideo es el mejor puerto natural de la región y una excelente boca de entrada y salida hacia el cono sur. Su posición estratégica en el continente y el régimen legal de zonas francas del país, hacen de Uruguay la mejor opción logística para ingresar y re distribuir mercaderías a toda la región.

Hidrovia Paraguay - Paraná

El puerto de Nueva Palmira, terminal de la Hidrovia Paraguay - Paraná se encuentra en plena expansión. En este punto estratégico funciona con éxito una importante terminal granelera que ofrece todos los servicios para la atención de clientes del sector.

La Hidrovia Paraguay - Paraná es un corredor fluvial de 3.442 km integrado por los ríos Paraguay, Paraná y de la Plata, que une el centro de América del Sur con el Océano Atlántico y constituye el sistema de transporte fluvial más importante del subcontinente.

Carreteras

La red vial nacional de Uruguay cuenta con casi 9000 km de carreteras, que se distribuyen en los 176 215 km² de territorio. Esto significa que el país posee uno de los más altos índices de accesos a diferentes partes de una región de América Latina. La característica principal es que la mayoría de las carreteras confluyen en la capital, Montevideo.

Las principales carreteras, rutas y autovías del Uruguay son: Ruta 1, Ruta 3, Ruta 5, Ruta 8, Ruta 9, Ruta 26, Ruta 101, Ruta Interbalnearia, Avenida Italia y Avenida Giannattasio, tienen un buen mantenimiento y señalización aunque hay tramos en mal estado.

Las interconexiones con los países vecinos se realizan a través de diversos pasos de frontera, con Argentina son los siguientes:

- Paso Internacional Concordia - Salto: comunica la ciudad argentina de Concordia en la uruguay de Salto por medio de la Represa de Salto Grande. Se accede por la Ruta RNA 015 (Argentina) y la ruta 3 (Uruguay).
- Paso Internacional Colón - Paysandú: conecta la ciudad argentina de colón en la provincia de Entre Ríos con la uruguay de paysandú a través del Puente General Artigas. Se accede mediante la ruta RN 135 (Argentina) y la Ruta 3 (Uruguay).
- Paso Internacional Gualeguaychú - Fray Bentos: por medio del Puente Libertador General San Martín, se conectan la localidad argentina de Gualeguaychú con la uruguay de Fray Bentos. Se accede por medio de la ruta RN 136 (Argentina) y la ruta 2 (Uruguay).

Ferrocarriles

Cuenta con aproximadamente 2900 km de líneas aunque la mitad se encuentra clausurada, circulando trenes de carga en los ramales Montevideo - Rivera - Livramento, Piedra Sola - Tres Árboles, Sayago - Minas, Verdún - Planta ANCAP, Carnelli - La Teja, Chamberlain - Paysandú - Salto - Concordia y Algorta - Fray Bentos.

De trocha estándar sin necesidad de intercambio con Argentina pero sí con Brasil. El sistema está operado por la Administración de Ferrocarriles del Estado (AFE), una empresa estatal autónoma, que está abierta a la participación de operadores privados. El sistema ferroviario se encamina hacia una renovación total, lo cual mejoraría la competitividad de este medio de transporte tanto de carga como de pasajeros.

Situación Económica

Considerando las variables macroeconómicas, la variación porcentual del PBI a precios de mercado para el año 2015 fue de 1%. El peso de las importaciones dentro del PBI fue de 19,83%. En la actualidad la Balanza Comercial (diferencia de exportaciones e importaciones de un país) alcanzó 1.819.902 miles de dólares. En cuanto a la magnitud del comercio exterior respecto a la producción interna del país, grado de apertura de la economía, (usando de base las series a precios de mercado de cada año) alcanzó un porcentaje de 44,9%.

Analizando la evolución de la competitividad cambiaria del país el tipo de cambio real efectivo fue de 77,46. Por último, se percibió una variación del índice de precios al consumidor en 2015 de 8,7%.

En el cuarto trimestre de 2016, el Producto Interno Bruto (PIB) aumentó 3,4% frente a igual período del año pasado y 1,5% respecto al trimestre previo, según informó el Banco Central. En todo el 2016, la economía se expandió 1,5%.

Indicadores	2015	2016
Económicos		
PBI (miles de millones de USD)	53.11	54.57
PBI per cápita (USD)	15,31	15,67
Tasa de inflación (%)	8.7	9.6

Según el Banco Mundial, el buen desempeño macroeconómico también se reflejó en el mercado de trabajo que registró niveles de desempleo históricamente bajos

en 2014 (6,6%) aunque, ante la marcada desaceleración en el crecimiento, el mismo ha aumentado a 8,6% a julio de 2016. En cuanto a los mercados de exportación, estos se han diversificado con el fin de reducir la dependencia de sus principales socios comerciales y actualmente el 77% de las exportaciones se dirigen a 15 destinos distintos. Uruguay sigue manteniendo un marco macroeconómico adecuado aunque en un entorno externo mucho más complicado.

En la segunda mitad del año 2016, la inflación ingresó en un sendero descendente y cerró el año 8,1%. Esta dinámica de los precios obedeció a la apreciación del peso (3,3% respecto del cierre del 2015) y la creciente incorporación de las negociaciones salariales bajo el nuevo esquema. Sin embargo, para el 2017 el tipo de cambio no escapará a la tendencia global de un dólar más fuerte y por lo tanto no ayudará tanto a conocer la inflación en Uruguay que cerrará, según previsiones en torno al 8,4%.¹

En 2017 se espera que el PIB aumente levemente su crecimiento al 1%. La demanda regional de bienes y servicios sería uno de los factores más dinamizadores. Además, el sector privado ha mejorado sus expectativas respecto de la demanda interna para este año. Entre las principales incertidumbres económicas cabe destacar el comportamiento de la demanda global así como el de los mercados financieros y la inversión extranjera directa.

El gobierno lograría recién en 2018 equilibrar el resultado primero (0% del PIB) aunque el peso de los intereses haría que el resultado global termine en un déficit de 2,9% del PIB. El mayor dinamismo de la actividad y la nueva estructura tributaria permitirán una mayor recaudación.

¹Uruguay: Panorama general.(2017). Recuperado de:
<http://www.bancomundial.org/es/country/uruguay/overview>

Crecimiento de la economía uruguaya en América Latina

La economía uruguaya completó una década de crecimientos por encima del promedio de América Latina y atraviesa por el período más prolongado de expansión, según asegura un informe del Centro de Investigaciones Económicas (CInvE). Para este año, se espera un crecimiento de 2,3%, que de concretarse sería el decimoquinto año consecutivo de expansión, lo que implica el mayor período de subas desde que se llevan registros.

El Producto Interior Bruto de Uruguay registró en el cuarto trimestre de 2016 un crecimiento interanual de 3,4%, cerrando así un 2016 con una expansión de 1,5%, según informó el Banco Central del Uruguay.

Los nuevos datos confirman que Uruguay ha logrado consolidar 14 años consecutivos con crecimiento económico y se convierte en una de las tres economías latinoamericanas en las que el PBI total y el PBI per cápita no ha caído en ningún año en el transcurso de los últimos 14 años.

El informe destaca a su vez que las tasas de crecimiento de la economía local han superado constantemente al registrado por el promedio de América Latina y el Caribe. Mientras que el crecimiento anual de la región, fue de 2,5% en promedio, la expansión de Uruguay fue del 4,4% anual. A su vez, ha sido uno de los tres países de la región, junto a Bolivia y Colombia, en que el PIB per cápita ha crecido de forma continua durante los últimos 14 años.

El 2017 arrancó con algunos de los principales indicadores adelantados del PIB de la economía uruguaya que anticipan un mayor crecimiento que el observado en años

anteriores. El Centro de Investigaciones Económicas (CINVE), proyecta que la economía uruguaya crecería un 2,3% este año, y agrega que la probabilidad de que el país vuelva a expandirse por encima del promedio de la región, es superior al 70%.

Indicadores económicos por región

El Uruguay no es un territorio homogéneo en términos de desarrollo, ya sea que se lo analice desde la dimensión productiva, económica o social. Hay ciertas disparidades estructurales² que se verifican en casi todos los estudios, con bastante coincidencia, y que refieren al atraso relativo de la región norte y noreste del país, seguida de la región central, mientras que en el sur del país y, en menor medida, el litoral oeste se encuentran los departamentos más privilegiados.

Las disparidades se dan principalmente considerando la cantidad poblacional y las actividades desarrolladas en cada región. En cuanto al ingreso de las personas, solo Montevideo y Maldonado muestran valores superiores al promedio nacional, mientras que el resto de los departamentos se sitúan todos por debajo. Esta situación describe un rasgo estructural de la economía uruguaya, con un fenómeno de alta concentración de la población y actividad productiva en la capital del país y su área metropolitana, así como un desarrollo más reciente de Maldonado como polo de atracción de población y actividad económica vinculada al turismo y los servicios.

Las economías de aglomeración, que tienen su raíz en la propia historia de poblamiento del país, incluso desde la época de la colonia española, con una lógica totalmente funcional al puerto de Montevideo y la metrópolis, localizan las principales industrias, servicios e infraestructuras en la capital. Esto implica mayores oportunidades

²Disparidades territoriales en Uruguay: *Una mirada desde la dimensión local del desarrollo*. (Rodríguez Miranda, A. 2013).

de negocios, empleos más atractivos y diferenciales salariales mayores, lo que explica por qué el promedio de ingresos de las personas es mucho más alto que en el resto de los departamentos.

En general, los departamentos del norte, noreste y centro del país son los que muestran peor desempeño relativo según ingresos. También son estos departamentos los que en general muestran valores de pobreza mayores que el valor nacional, con la diferencia de que Montevideo aparece entre los departamentos que tienen mayor pobreza que el promedio país. Maldonado, Colonia, San José y Flores son los departamentos con menos pobreza.

Comercio Exterior

Uruguay es la 72° mayor economía de exportación en el mundo y la economía más compleja 57° de acuerdo con el Índice de Complejidad Económica (ECI). En 2016, Uruguay exportó \$ 5,64 Miles de millones e importó \$ 8,08 Miles de millones, dando como resultado un saldo comercial negativo de \$ 2,44 Miles de millones.

Las principales exportaciones de Uruguay son:

- Congelados Carne de Bovino (\$1,06 Miles de millones).
- Arroz (\$413 Millones).
- Carne Bovina (\$376 Millones).
- Leche concentrada (\$362 Millones).
- Soja (\$287 Millones).

Sus principales importaciones son:

- Petróleo Crudo (\$677 Millones).

- Grupos electrógenos (\$439 Millones).
- Coches (\$322 Millones).
- Equipos de Radiodifusión (\$214 Millones).
- Camiones de reparto (\$160 Millones).

Los principales destinos de las exportaciones de Uruguay son Brasil (\$1,2 Miles de millones), China (\$891 Millones), los Estados Unidos (\$451 Millones), Argentina(\$363 Millones) y los Países Bajos (\$238 Millones). Los principales orígenes de sus importaciones son Brasil (\$2,74 Miles de millones), China (\$1,77 Miles de millones), Argentina (\$1,13 Miles de millones), los Estados Unidos (\$1,11 Miles de millones) y Alemania (\$391 Millones).³

Convenios internacionales suscritos por Uruguay

MERCOSUR

En 1991, Uruguay firmó un tratado con Argentina, Brasil y Paraguay que estableció el Mercado Común del Sur, el cual aceleró la apertura de la economía uruguaya, estableciendo un proceso de integración progresiva desde una zona de libre comercio hasta llegar a conformar un Mercado Común. El MERCOSUR, prevé la libre circulación de mercaderías, servicios, y factores productivos dentro de los países signatarios a través de la eliminación progresiva de las barreras arancelarias y no arancelarias.

Desde el año 1995 se cuenta con un Arancel Externo Común (AEC) acordado entre los países signatarios. El AEC varía actualmente entre 0% y 35%.

³ Observatorio de Complejidad Económica (OEC, 2016). Recuperado de <https://atlas.media.mit.edu/es/>

Aproximadamente un 30% de las alícuotas del AEC son menores o iguales a 4% y un 7% son superiores a 20%.

SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS (SGP)

Uruguay se beneficia del esquema del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) por el cual ciertos países desarrollados otorgan preferencias a países en desarrollo, sin reciprocidad. Actualmente, se ingresa preferencialmente por este mecanismo al mercado de Japón, Rusia, Australia, Nueva Zelanda, Noruega, Suiza y Turquía. Si bien se trata de esquemas unilaterales de los países que otorgan el beneficio, y como tal no implican propiamente un acuerdo internacional, pudiendo ser modificados o eliminados unilateralmente, son una herramienta disponible a la hora de exportar desde Uruguay.

SISTEMA GLOBAL DE PREFERENCIAS COMERCIALES (SGPC)

El SGPC es un acuerdo a través del cual los países en desarrollo se otorgaron preferencias comerciales para consolidar y profundizar el comercio considerado sur – sur. A diferencia del esquema del SGP, con excepción de los países de muy bajo desarrollo económico, todos los países participantes otorgan concesiones en el marco del SGPC, que no pueden ser modificadas o eliminadas unilateralmente. Las concesiones otorgadas por los países se enmarcan en dos acuerdos diferentes. Un primer acuerdo fue negociado en 1997 por 43 países: Argelia, Argentina, Bangladesh, Benín, Bolivia, Brasil, Camerún, Chile, Colombia, Cuba, el Ecuador, Egipto, Filipinas, Ghana, Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay), Guinea, Guyana, India, Indonesia, Iraq, Libia, Malasia, Marruecos, México, Mozambique, Myanmar, Nicaragua, Nigeria, el Pakistán, el Perú, República de Corea, República Islámica del Irán, República Popular Democrática de Corea, República Unida de Tanzania, Singapur, Sri Lanka,

Sudán, Tailandia, Trinidad y Tobago, Túnez, Venezuela, Vietnam y Zimbabue. Por intermedio de este acuerdo, vigente desde 2005 para Uruguay, se concedieron preferencias arancelarias para un acotado grupo de productos por país. En el año 2010 se suscribió una profundización de las mencionadas preferencias entre algunos de los países firmantes del acuerdo original, dentro de los que se encuentran los miembros del MERCOSUR. Este acuerdo, aún no vigente, implica preferencias del 20% para el 70% de las líneas arancelarias en las exportaciones de Uruguay a Cuba, Egipto, India, Indonesia, Malasia, Marruecos y República de Corea.

Importación a Uruguay

Para poder comenzar con los procesos de importación, el interesado deberá tener una empresa (unipersonal, S.A., S.R.L., etc.) registrada e inscripta ante la Dirección General Impositiva (DGI) y por ende poseer el RUT⁴, el Banco de Previsión Social (BPS) y el Banco de Seguros del Estado (BSE).

El importador solicita los servicios de un Despachante de Aduana (Asociación de Despachantes de Aduana del Uruguay). El Despachante de Aduana, de acuerdo a los documentos remitidos por el importador y previa clasificación de la mercadería en la Nomenclatura Común del Mercosur (NCM), confecciona y envía el Documento Único Aduanero (DUA) junto con la liquidación tributaria por el monto correspondiente a la Dirección Nacional de Aduanas (DNA). Ésta última, de no haber diferencias en la liquidación o errores, remite al despachante la liquidación correspondiente a la importación.

⁴ RUT: Registro Único Tributario, mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar las personas y entidades

Una vez efectuado el control del DUA por parte de la DNA y aceptada la liquidación por parte del despachante, el DUA es validado y numerado por la DNA. Paralelamente la DNA informa al Banco de la República Oriental del Uruguay (BROU) respecto las cantidades correspondientes por cada tributo a cobrar y el número de DUA otorgado. Cuando el despachante recibe el número de registro del DUA, efectúa el pago de la liquidación en el BROU, el que a su vez, comunica a la DNA el cobro correspondiente. El despachante recibe por la DNA el monto a pagar por los tributos y el decreto del canal de comprobación asignado:

- Rojo: verificación de la mercadería y de los documentos.
- Naranja: Verificación de los documentos.
- Verde: No hay verificación. (Se verifica únicamente a posteriori o por un verificador, si entiende que corresponde).

Se imprime el DUA en la Aduana, se da entrada de la mercadería y se lo ensobra junto con una declaración jurada, la cual debe ser firmada por el despachante y el importador – así como con la Factura Comercial, el Conocimiento de Embarque, el Certificado de Origen, el Packing List (Documento cuyo fin es la descripción de la mercadería) y con toda aquella documentación requerida de acuerdo al producto que se trate.

Se procede al desaduanamiento de la mercadería, abonando previamente los proventos portuarios (costos inherentes al trámite) en la ANP (Administración Nacional de Puertos) o en el Aeropuerto, según el caso. Finalmente, se otorga el “Cumplido Aduanero” del DUA una vez examinada la mercadería por el verificador aduanero asignado.

Dependiendo del tipo de mercadería a importar, su comercialización debe ajustarse a disposiciones legales especiales, dando lugar a la intervención de diferentes organismos públicos a fin de garantizar, entre otras, la seguridad y la salud pública, la sanidad vegetal y animal, preservación de la fauna y flora silvestre o protección del medio ambiente, etc. El cumplimiento de estos requisitos está a cargo de los siguientes organismos: Ministerio de Salud Pública; Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca; Bromatología de las Intendencias Municipales; Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU); Instituto Nacional de Carnes (INAC); Instituto Nacional de Pesca (INAPE); Instituto Nacional de Vitivinicultura (INAVI); Ministerio de Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente; Ministerio de Defensa Nacional; Comisión Nacional de Energía Atómica; Administración Nacional de Combustibles, Alcohol y Portland (ANCAP).

DUA

Documento Único Administrativo, DUA, es el soporte papel de nuestra declaración de importación o exportación ante las autoridades aduaneras. Está formado por un legajo de 8 ejemplares más un noveno de uso nacional que supone la autorización para la retirada o embarque de las mercancías (“levante”), utilizándose uno u otros según el tipo de operación que reflejen. Cada ejemplar tiene una función distinta.

Pueden presentar un DUA, y a tal efecto se les considera como declarantes:

- Las personas para las cuales vayan consignadas las mercancías.
- Las personas que, con poder de representación, las presenten en nombre y por cuenta de los anteriores.
- Las personas que las presenten en nombre propio y por cuenta ajena.

El primer caso (en nombre y por cuenta propios) se trata del despacho directo de las mercancías por parte del consignatario (importador) de las mercancías (auto despacho).

El segundo caso, en nombre y por cuenta ajenos, se trata de la representación directa, reservada según la normativa aduanera, a los agentes de aduanas.

El tercer caso, en nombre propio y por cuenta ajena, es el tipo de representación indirecta, reservada a representantes que, cumpliendo los requisitos establecidos para serlo, no son agentes de aduanas.

El declarante es la persona que efectúa la declaración ante la aduana en nombre propio o la persona que hace presentar en su nombre dicha declaración.

La persona que presenta o hace presentar la declaración deberá estar en condiciones, asimismo, de presentar o hacer presentar ante la aduana la mercancía de que se trate y todos los documentos cuya aportación esté prevista en la normativa comunitaria.

La presentación de una declaración ante la aduana supone el compromiso del declarante de que los datos contenidos en la declaración son ciertos y se corresponden con las mercancías de que se trata. El hecho de declarar incorrectamente, aunque sea a título de simple negligencia, puede dar lugar a la incoación del pertinente expediente sancionador. No olvidemos que la declaración es un acto tributario y, por tanto, regulada por la normativa tributaria y fiscal.

Los DUA podrán rectificarse en algunos casos. La empresa solicitará la rectificación cuando en la factura de exportación, haya errores o modificaciones y se altere, así, la correspondencia de datos entre ambos documentos. En ese caso, si la mercancía todavía se encuentra en el recinto aduanero, es muy posible que la administración aduanera acceda a la rectificación. Si la mercancía se encuentra en destino o de camino, será más difícil. De todas maneras, se recomienda solicitar la rectificación para que, en caso de

inspección fiscal, se pueda acreditar y se pueda presentar, además, la respuesta de la aduana.

No podrá autorizarse ninguna rectificación cuando la solicitud haya sido realizada después de que la aduana:

- Haya informado al declarante de su intención de proceder al reconocimiento físico de las mercancías.
- Haya comprobado la inexactitud de los datos en cuestión.
- Haya autorizado el levante de las mercancías.

La aduana podrá exigir que la rectificación solicitada deba realizarse con presentación de una nueva declaración que sustituya a la primera. Sin embargo, no podrá autorizarse ninguna rectificación que incluya mercancías distintas de las declaradas inicialmente.

Podrán presentarse declaraciones incompletas, tanto en los datos que deberían constar como en los documentos que deberían unirse a la misma. Las primeras podrán considerarse provisionales a la espera de la aportación de los datos que falten. Las segundas podrán aceptarse siempre que se demuestre que el documento que falte exista y tenga validez, que no ha podido ser unido por causas ajenas a la voluntad del declarante y que la no aceptación de la declaración impediría la aplicación de un tipo de derechos inferior que pudiera corresponder a la importación de las mercancías.

La aceptación sin documentos podrá supeditarse también a la presentación de garantía suficiente que pudiera cubrir una diferencia de derechos en caso de la no presentación (caso, por ejemplo, de un certificado de origen preferencial).⁵

Generalmente deberán adjuntarse los siguientes documentos:

- Factura comercial (importación – exportación).

⁵ Plan Cameral de las Exportaciones. Recuperado de goo.gl/g8p5HK.

- Declaración de valor (I).
- Lista de contenido (I-E).
- Documento acreditativo del régimen comercial (licencias) (I-E).
- Documentos relativos al transporte (conocimiento aéreo, marítimo, FFCC, transporte por carretera).
- Documentos necesarios para la aplicación de un régimen arancelario preferencial (certificado de origen mod. EUR-1 o Form. A) (I).
- Certificaciones de los diversos servicios periféricos del comercio exterior, en caso de ser necesarias (Sanidad, fitosanitario, farmacéutico, SOIVRE, CITES, veterinario) (I-E).
- Certificaciones y/o acreditaciones previas al despacho de las mercancías según la clase y calidad de las mismas y reguladas en las diferentes normativas comunitarias (homologación, baja tensión, radioeléctrica, telecomunicación, etc.) (I).
- Los necesarios para la aplicación de un régimen aduanero económico (autorización, documentos precedentes, etc.).

Importadores Ocasionales

El importador ocasional es aquel comprador que, excepcionalmente, aún no teniendo una empresa registrada, realiza movimientos de importación tramitando dicha operación con el número de Cédula de Identidad ante la Dirección Nacional de Aduana.

Requisitos:

- Sólo pueden realizarse movimientos esporádicamente (una vez al año).
- Únicamente para bienes de uso personal

- Requiere Despachante de Aduana.

Importación de Alimentos

Habilitación – Registro de alimentos

Según la información provista por la Intendencia de Montevideo (2016), es el acto por el cual el Servicio de Regulación Alimentaria autoriza que un alimento dado pueda ser objeto de elaboración, fraccionamiento industrial o importación para su comercialización. Registro: es el acto por el cual el Servicio de Regulación Alimentaria le adjudica a dicho producto una vez habilitado un número único.

Se deberá tener en cuenta que: la validez de la habilitación es de cinco años; en caso de tener que modificar el rótulo se deberá enviar nuevamente el mismo corregido; los rótulos de productos a registrar enviados por mail se conservarán durante diez días hábiles; cumplido este plazo los mismos se eliminarán si la empresa no se ha presentado en el Servicio con el resto de la documentación solicitada para su registro y solo se podrán presentar diez productos por empresa por día.

Requisitos:

- A partir del 15 de junio de 2010 las empresas que registran productos deberán enviar una copia del rótulo de los productos previo a la presentación del inicio de registro a la siguiente dirección de correo electrónico: productos@imm.gub.uv además de las dos fotocopias anexadas al expediente.
- Presentar solicitud de habilitación y registro de los productos presentado por el titular de la empresa alimentaria responsable de su comercialización firmada por el representante técnico de la empresa.
 - La solicitud deberá contener como mínimo los siguientes datos:

- Identificatorios de la empresa e identificatorios del titular de la empresa o del representante legal.
- Identificatorios del representante técnico de la empresa alimentaria.
- Declaración jurada del titular de la empresa o de su representante legal y del representante técnico de la empresa de que conoce las disposiciones legales y reglamentarias en vigencia y en particular las disposiciones bromatológicas relativas al producto objeto de este trámite.
- Constancia de habilitación y registro de la empresa alimentaria por el Servicio de Regulación Alimentaria.
- Datos completos identificatorios del alimento con clara indicación de la denominación que le corresponda según lo establecido en las disposiciones en vigencia.
- Caracterización del producto según se trate de alimento terminado, materia prima, ingrediente complementario, aditivo, envase, alimento modificado u otro.
- Memoria descriptiva en forma clara pero breve, que describa el proceso de elaboración.
- Lista de ingredientes alimentarios (materia prima, ingredientes complementarios y aditivos) indicados en orden decreciente de acuerdo a la cantidad empleada.
- Declaración sobre la vida útil garantizada del alimento, documentada por estudios realizados sobre los mismos.

- Rotulación completa donde figuren la totalidad de las leyendas, figuras, símbolos y colores en el tamaño en que se utilizará en el producto a comercializar
 - Declaración de los datos analíticos correspondientes a los parámetros específicos que hacen genuino al producto.
 - Cualquier otro documento que justificando su necesidad solicite el Servicio de Regulación Alimentaria. Se tendrán en cuenta como antecedentes los certificados de análisis o registros emitidos por Organismos Estatales o Paraestatales (LATU, ANCAP, etc.).
- Adjuntar un archivo por producto en formato PDF donde el nombre del mismo corresponderá al número de registro de producto (N° de empresa - N° de producto).
 - Adjuntar por duplicado informe por producto conteniendo el nombre de la empresa, producto, N° de registro del mismo y código de barras de cada una de las presentaciones que tenga el mismo o declarar que el producto se comercializa sin código de barras.

Documentación solicitada:

- Nota de solicitud de registro y habilitación de los productos alimenticios, dirigida al director profesional interino del Servicio de Regulación Alimentaria: Dr. Richard Millán.
- Declaración jurada del técnico y del representante legal (no notarial) de que conocen la reglamentación en vigencia (con timbre profesional).
- Memoria descriptiva con timbre profesional.

- RÓTULO ORIGINAL Y 1 FOTOCOPIA EN TAMAÑO A 4, de cada producto que se registra. - No se acepta rótulo sin tabla nutricional, a no ser los productos que el Decreto 117/06 del MSP autoriza a título expreso.
- Una tarjeta por producto que deberá ser LLENADA por el técnico de la firma y firmada por él y por el representante legal de la empresa. La tarjeta será suministrada por el Servicio de Regulación Alimentaria. (PRESENTARLA AFUERA).
- Fotocopia de habilitación de la empresa expedida por el Servicio de Regulación Alimentaria o inicio de trámite.
- Fotocopia del título para técnicos (nuevos).
- Para productos importados se pedirá certificado de empresa y productos LEGALIZADOS.-
- Para productos no elaborados en Montevideo, habilitación de la empresa y del producto del departamento respectivo.
- Para el registro de HARINAS DE TRIGO: deberá presentar ANÁLISIS DE DON y habilitación del M.S.P del molino.⁶

Certificado Complementario

El Decreto 338/982 del 22 de setiembre de 1982 establece que los productos alimenticios y bebidas importadas, en caso de querer ser ingresados al país, están sujetos a la verificación del cumplimiento de las disposiciones bromatológicas nacionales (Certificado de comercialización de alimentos y bebidas importadas). Esto se realiza para darles el mismo tratamiento que a los productos de la misma índole elaborados en el país. De esta forma se busca además proteger al consumidor,

⁶ Se considera importación Prohibida, cuando sobrepase el límite máximo fijado por el Decreto N° 533/001 para la toxina deoxinivalenol (DON), establecido en un mg/kg (1ppm) (art. 1º).

asegurándole productos aptos desde el punto de vista de la salud y rotulados con información comprensible, ilustrativa y veraz.

Para gestionar el Certificado de Comercialización, la empresa importadora debe estar registrada ante el LATU (Laboratorio Tecnológico del Uruguay). Para tal fin, debe iniciar el trámite personalmente ante la Dirección de Gestión Comercial y Atención al Cliente:

- Presentando certificado notarial que acredite quién representa válidamente a la empresa importadora.
- Solicitando el registro de persona física o jurídica
- Solicitando la clave de acceso al sistema informático del LATU: “SIGLA”.
- Solicitando el registro de firmas autorizadas con el fin de habilitar personas para realizar cualquier gestión ante el LATU.

El sistema “SIGLA” le permite, además de realizar las gestiones, efectuar el seguimiento de las solicitudes presentadas y consultar las comunicaciones y/o notificaciones que se le realice a la empresa.

Sistema Tributario

El sistema tributario uruguayo comprende impuestos indirectos y directos, rigiendo en términos generales el principio de la fuente.

Los principales impuestos indirectos aplicados en Uruguay a las empresas, son el Impuesto a la Renta por actividad Económica (IRAE) a una tasa del 25%, y el

Impuesto al Patrimonio (IP), al 1,5%. Se grava solo la renta de fuente uruguaya y no se otorga crédito fiscal por impuestos aplicados en el extranjero, salvo de existir convenios para evitar la doble tributación⁷.

El principal impuesto directo en el caso de las personas físicas es el IRPF. El IRPF es un impuesto personal y directo que grava las rentas obtenidas por personas físicas residentes en Uruguay, siendo la tasa creciente con la renta obtenida. Serán residentes aquellas personas físicas que permanezcan en Uruguay más de 183 días durante el año civil, que radiquen en el país el núcleo principal o la base de sus actividades, o que tengan en el país el centro de sus intereses vitales o económicos.

Las rentas de fuente uruguaya obtenidas por personas físicas o jurídicas no que no residan permanentemente en el país se encuentran alcanzadas por el Impuesto a las Rentas de los No Residentes (IRNR). El IRNR se aplica a tasas proporcionales oscilan entre el 3% y el 12% dependiendo del tipo de renta.

Los principales impuestos indirectos incluyen el IVA y el IMESI. La tasa básica del IVA es del 22%, existiendo una tasa mínima del 10% aplicable sólo a ciertos productos y servicios. Las exportaciones y la circulación de la mayor parte de los productos agropecuarios están sujetas al régimen de tasa cero, por el cual se devuelve el crédito fiscal. El Impuesto Específico Interno (IMESI) grava la primera enajenación a cualquier título realizada por los productores o importadores, de ciertos productos, no alcanzando a las exportaciones. Los principales productos abarcados por este impuesto son los combustibles, tabacos, bebidas, cosméticos y automóviles, siendo la tasa variable.

⁷Uruguay XXI: Promoción de Inversiones y Exportaciones. Sistema tributario

Sistema Arancelario

Los aranceles que gravan la importación al territorio aduanero uruguayo, se rige por Dirección Nacional de Aduanas

En el caso de la exportación argentina de pastas alimenticias partida 1902, los tributos que aplican a la exportación son: Reintegros (RE) y Derechos de exportación (DE) presentados en la siguiente tabla:

Sistema arancelario exportaciones argentinas partida 1902

Partida arancelaria	RE	DE
1902	6%	0%

Fuente: Elaboración propia según PCRAM

Dentro de las sub partidas las únicas que presentan un reintegro de exportación diferente correspondiente al 5% son

- 1902.11.00.900E “Las demás -- Que contengan huevo -- Pastas alimenticias sin cocer, rellenar ni preparar de otra forma: PASTAS ALIMENTICIAS, INCLUSO COCIDAS O RELLENAS (DE CARNE U OTRAS SUSTANCIAS) O PREPARADAS DE OTRA FORMA, TALES COMO ESPAGUETIS, FIDEOS, MACARRONES, TALLARINES, LASAÑAS, ÑOQUIS, RAVIOLES, CANELONES; CUSCÚS, INCLUSO PREPARADO.”

- 1902.20.00.900G – Las demás
- 1902.30.00.900W – Las demás
- 1902.40.00 .000L – Cuscús

Dentro de los Reintegros, el beneficio va aumentando a medida que se cumplan los siguientes requisitos y condiciones:

- Reintegro adicional del 0,5 % para aquellos productos que revistan la condición de ecológicos, biológicos u orgánicos, debidamente certificados y autorizados por el organismo competente, en los términos de la Ley 25.127, de Producción Ecológica, Biológica u Orgánica, y su norma reglamentaria y complementaria. A los fines de acreditar tal condición ante la DGA, el interesado deberá gestionar a través del sistema de Trámite a Distancia (TAD) la solicitud de:
 - a) constancia de producto orgánico emitida por la Dirección de Calidad Agroalimentaria del SENASA;
 - b) certificado de producto con Sello “ALIMENTOS ARGENTINOS, UNA ELECCIÓN NATURAL” o con una DENOMINACIÓN DE ORIGEN o INDICACIÓN GEOGRÁFICA emitido por la SUBSECRETARÍA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS de la SECRETARÍA DE AGREGADO DE VALOR del MINISTERIO DE AGROINDUSTRIA.

En este sentido, el productor que esté interesado en iniciar dicho trámite deberá visualizarlo en la plataforma de trámites a distancia. Para ello, previamente se deberá adherir el servicio en la página de AFIP. Una vez ingresado en la plataforma deberá dirigirse a “Nuevo Trámite” y podrá utilizar

el buscador para encontrar el trámite “Certificado de Reintegro” que se encuentra en el grupo Ministerio de Agroindustria.

- Reintegro adicional del 0,5 % para aquellos productos que cuenten con una Denominación de Origen o una Indicación Geográfica, debidamente registrada por la SECRETARÍA DE AGREGADO DE VALOR del MINISTERIO DE AGROINDUSTRIA, de conformidad con lo dispuesto por la Ley 25.380, su modificatoria y complementarias.

A los fines de acreditar tal condición ante la DGA, el interesado deberá gestionar a través del sistema de Trámite a Distancia (TAD) la solicitud de:

- a) constancia de producto orgánico emitida por la Dirección de Calidad Agroalimentaria del SENASA;
 - b) certificado de producto con Sello “ALIMENTOS ARGENTINOS, UNA ELECCIÓN NATURAL” o con una DENOMINACIÓN DE ORIGEN o INDICACIÓN GEOGRÁFICA emitido por la SUBSECRETARÍA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS de la SECRETARÍA DE AGREGADO DE VALOR del MINISTERIO DE AGROINDUSTRIA.
- Reintegro adicional del 0,5 % para aquellos productos que cuenten con el derecho de uso del Sello "ALIMENTOS ARGENTINOS UNA ELECCIÓN NATURAL", y su versión en idioma inglés, "ARGENTINE FOOD A NATURAL CHOICE", debidamente autorizados por la SECRETARIA DE AGREGADO DE VALOR del MINISTERIO DE AGROINDUSTRIA, de conformidad con lo dispuesto por la Ley 26.967.

A los fines de acreditar tal condición ante la DGA, el interesado deberá gestionar a través del sistema de Trámite a Distancia (TAD) la solicitud de:

- a) constancia de producto orgánico emitida por la Dirección de Calidad Agroalimentaria del SENASA;
- b) certificado de producto con Sello “ALIMENTOS ARGENTINOS, UNA ELECCIÓN NATURAL” o con una DENOMINACIÓN DE ORIGEN o INDICACIÓN GEOGRÁFICA emitido por la SUBSECRETARÍA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS de la SECRETARÍA DE AGREGADO DE VALOR del MINISTERIO DE AGROINDUSTRIA.

Para esto, el productor que esté interesado en iniciar dichos trámites deberá visualizarlo en la plataforma de trámites a distancia. Para ello, previamente se deberá adherir el servicio en la página de AFIP.

Una vez ingresado en la plataforma deberá dirigirse a “Nuevo Trámite” y podrá utilizar el buscador para encontrar el trámite “Certificado de Reintegro” que se encuentra en el grupo Ministerio de Agroindustria.

Sistema arancelario exportaciones argentinas partida 1905

Partida	RE	DE
arancelaria		
1905	4%	0%

Dentro de las subpartidas, la única que presenta un Reintegro correspondiente al 5% es:

- 1905.32.00 “Barquillos y obleas, incluso rellenos («gaufrettes», «wafers») y «waffles» («gaufres») *- Galletas dulces (con adición de edulcorante) ; barquillos y obleas, incluso rellenos («gaufrettes», «wafers») y «waffles» («gaufres») *: PRODUCTOS DE PANADERÍA, PASTELERÍA O GALLETERÍA, INCLUSO CON ADICIÓN DE CACAO; HOSTIAS, SELLOS VACÍOS DE LOS TIPOS UTILIZADOS PARA MEDICAMENTOS, OBLEAS PARA SELLAR, PASTAS SECAS DE HARINA, ALMIDÓN O FÉCULA, EN HOJAS, Y PRODUCTOS SIMILARES.

Dentro de los reintegros, los beneficios van aumentando a medida que se cumplan los requisitos y condiciones previamente nombrados en la partida 1902. También algunos productos especiales dentro de cada subpartida presentan reintegros diferentes, estamos hablando de

- Golosinas- Chocolate Blanco, en envases inmediatos de contenido neto inferior o igual a 1 kg un reintegro del %4,5

Sector Alimentario

Cambio de hábitos que afectan al consumo de alimentos

Una de las causas claves, además de lo económico, que llevaron al cambio de hábitos a la hora de consumir, sobre todo alimentos, es la salud. El 75% de la población está tomando acciones al respecto.

Se estudia diseñar una contra cultura en defensa de la alimentación sana, con predominio de frutas y verduras, aguas y yogures claves para combatir enfermedades crónicas no transmisibles. El ministro de Salud Pública puso énfasis en la necesidad de trabajar en los cambios de hábitos de los uruguayos para evitar el desarrollo de enfermedades, como la obesidad, hipertensión, diabetes, afecciones cardiovasculares y otras ya que las últimas encuestas indican que los uruguayos vienen disminuyendo el consumo de frutas y verduras.

Por ello se avanza en el Programa de Alimentación Saludable a nivel escolar, logrando avances en algunos de estos aspectos que tienen un fuerte componente cultural, donde el hogar y el sistema educativo juegan un papel importante. Hay toda una cultura de la comida rápida, de saciar el apetito e interpretarlo como una alimentación adecuada.

Siguiendo la lógica anterior, surgen negocios específicos para distintos nichos de mercado, por ejemplo empresas que venden productos naturales y orgánicos.

El promedio de ventas de alimentos ultra procesados en América Latina creció un 26,7%, pero en Uruguay aumentó a 146%. Lamentablemente Uruguay se destaca por el consumo de productos muy procesados y eso es peligroso para la salud.

Por otro lado, existe en Uruguay un desfase entre lo que quieren los consumidores y lo que hacen las empresas en cuanto a compras por internet.

Dentro de los datos más destacados, de acuerdo a un relevamiento hecho en 2014, el 57% de las empresas uruguayas no contaba hasta el momento con un sitio web y menos del 18% tiene redes sociales. En este sentido, apuntó que los consumidores avanzan rápido, que el uso de internet se triplicó en los últimos siete años, que aumentó a dos horas el promedio de uso de internet por día, y que las empresas deberían estar más presentes en esta plataforma para captar a dichos clientes. Más allá de la utilización del e-commerce, que está en aumento, 650.000 personas buscan un producto en internet antes de ir a comprarlo.

Mercado gourmet

Gourmet es un vocablo francés traducido por la Real Academia Española (RAE) como gastrónomo, una persona entendida en gastronomía o aficionada a las comidas exquisitas. El término se utiliza como adjetivo para calificar a aquellas comidas de elaboración refinada.

La calidad de los ingredientes y la forma de preparación de las comidas gourmet es lo que determina que un plato sea considerado como tal o no. Los alimentos gourmet son aquellas preparaciones que han sido elaborados con ingredientes exquisitamente seleccionados, con exhaustivos cuidados de higiene y de las propiedades organolépticas.

Cabe destacar que los productos gourmet no son necesariamente los más caros y exclusivos, sino aquellos que provienen de una respetable recolección o elaboración, independientemente de su precio. Pueden pertenecer a esta clasificación tanto una manzana del mercado como un plato del restaurante más caro de París. (Pérez Porto, J. y Gardey, A. 2009).

Actualmente, la población uruguaya cuenta con un paladar más refinado que hace algunos años; como causa se puede nombrar al mayor poder adquisitivo y la globalización por lo que demanda productos gourmets.

Empresas uruguayas también han sabido captar este nuevo nicho de mercado. Como por ejemplo, la empresa familiar de pastas caseras “Pastissima”, añadió a su cartera de productos pastas con variedad de rellenos gourmet, como ser cerdo y cilantro; boniato (batata) y jengibre, bondiola y queso bambo, queso de cabra, camarón y mango y cordero al curry.

Enfermedad celíaca en Uruguay

En Uruguay, hay 34.000 personas que tienen la enfermedad. El 90% desconoce que la padece. Uno de cada cien personas es celíaco en este país, y de cada diez diagnosticados siete son mujeres.

La enfermedad es más frecuente entre familiares directos de un paciente celíaco que en la población en general. La predisposición para desarrollar la enfermedad celíaca se hereda. Y puede generarse a cualquier edad: desde la infancia hasta la tercera edad.

Estas personas no pueden comer panificados hechos con trigo, tampoco avena, cebada y centeno, aunque sí pueden consumir harinas de arroz, mandioca, maíz, papa, soja y tapioca.

En el país, fue creada en 1986 la Asociación Celíaca del Uruguay (ACELU), que busca atender y brindar información a los pacientes que la sufren o potencialmente la pueden sufrir. Esta organización brinda en su página web un listado de alimentos libres de gluten.

En 2010, el Poder Ejecutivo aprobó un decreto que indica que los fabricantes de alimentos deben colocar etiquetas en sus productos con un logo que indique que no contienen gluten. El símbolo de advertencia de la espiga, creado en Reino Unido para identificar los alimentos para celíacos de acuerdo a los lineamientos del Codex Alimentarius, ha pasado a ser el distintivo universal.

Actualmente, los productos para celíacos son de un precio superior a los productos convencionales, casi el triple. Mientras que un kilo de harina de trigo 0000 puede comprarse por \$ 30, uno de harina de arroz cuesta en el entorno de los \$ 70. En el caso de las barras de cereales, las aptas para celíacos se compran por cerca de \$ 40 contra los \$ 15 que cuestan varias marcas con gluten. Las diferencias son aún mayores en el caso de las galletitas dulces: \$85 un paquete de 12 unidades gluten-free contra \$ 30 los paquetes de las marcas más conocidas que no son aptas para celíacos ⁸

En el anexo del presente trabajo, se podrán encontrar las tiendas celíacas por rubro en Uruguay.

⁸Para más información sobre listado de precios modelo de productos para celíacos, remitirse a “El Naranja, Tienda de Alimentos” <http://www.elnaranja.com.uy/singluten.html>

Mercados de pasta y panificación

Canales de distribución

El mercado uruguayo se caracteriza por lo general, por disponer de una cadena de distribución de tipo corto, con poco intermediario comercial, salvo casos concretos donde participa un representante y un importador, o un representante, un importador y un distribuidor exclusivo para una región o todo el territorio nacional.

La figura mayormente utilizada en los productos y servicios, tanto de consumo masivo como los de tipo industrial, es la del representante. Esta figura tiene sentido cuando la empresa argentina desea llegar al mercado uruguayo mediante la exportación, ya que si opera con subsidiaria, franquicia o jointventure, dicha figura tiene escasa relevancia.

A su vez se encuentran los canales que realiza la etapa mayorista, generalmente para bienes extranjeros dicha función puede ser cubierta por el propio importador, que, a la vez, distribuye la mercadería, con lo cual se convierte en importador-distribuidor.

El hecho de manejar pequeños volúmenes de compra hace que los márgenes de intermediación sean elevados, entre los sectores de bienes de consumo y alimentación donde podemos mencionar las pastas y los panificados, la importación se realiza a través de importadores-distribuidores que toma las distribuye a nivel nacional o en una región.

Dado su tamaño, el distribuidor adquiere un papel de exclusividad para todo el territorio nacional. Este distribuidor exclusivo combina su función comercial con la logística y distribuye bienes complementarios, que requieran de mismos canales o

sistemas de transporte, como mercaderías destinadas a quioscos o que necesiten de cadena de frío.

La distribución al por menor está en un proceso de transformación, el pequeño comercio (tienda de barrio) tiene un peso mayoritario en el país. Sin embargo, en Montevideo y Punta del Este, que son los dos núcleos urbanos con mayor poder adquisitivo, existen algunas cadenas de supermercados y centros comerciales.

Canales de comunicación

Los canales de comunicación más utilizados actualmente son la televisión y el internet, abarcan la mayor parte de la inversión publicitaria.

En lo que respecta a la televisión, particularmente el cable ha crecido con rapidez, y actualmente es la principal plataforma en más de la mitad de los hogares. Ha cubierto las brechas de las señales terrestres, especialmente en áreas cercanas a las fronteras con otros países y zona remotas y, de esta manera, ha establecido la televisión como el medio de comunicación universal definitivo.

Los medios televisivos se usan para tener más alcance al público objetivo y conseguir una difusión más rápida de lo que ofrece cada empresa. Actualmente, se utilizan propagandas muy creativas y dinámicas para llamar la atención del consumidor y poder captar a futuros compradores.

En el sector de pastas, las publicidades que más predominan son las que denotan un entorno familiar, hogareño y de unión; otorgándole así un sentido categórico a las mismas.

En tanto, la radio ha perdido audiencias, con una reducción del 10% del volumen total de oyentes entre los años 2000 y 2009. Tal disminución representa una pérdida neta para el entorno noticioso en general, en tanto ésta se concentra en la banda

AM donde dominan los formatos de noticias e información radial (en contraposición a la banda FM orientada al contenido musical). La publicidad de productos alimenticios, como sus lugares de venta se transmite mayormente por banda AM.

A su vez, los diarios impresos han experimentado una modesta disminución, cayendo la circulación total de diarios en un 4 por ciento entre los años 2002 y 2009.

Y como contrapartida, desde fines del 2011 el consumo de noticias a través del Internet sobrepasó al de noticias impresas, fenómeno que se explicaría por el incremento significativo del número de hogares que poseen al menos una computadora personal, que alcanza entonces al 60% de la población, universo en el cual más de dos tercios de la cual contaba con conexión de banda ancha a fines de 2011.

Lo cierto es que hoy las redes sociales son las protagonistas en la comunicación. Son las más eficientes a la hora de difundir un producto o una marca ya son el medio de comunicación más masivo. Por este motivo, es importante tener presencia en al menos una red social, y poseer un sitio web completo donde se enlisten las categorías de productos ofrecidos con información relevante sobre los mismos, información organizacional, y datos de contacto.

Para publicitar un producto actualmente no solo se utilizan estrategias de marketing y comunicación que incluyen propagandas y avisos en las redes, sino también el uso de sorteos que incentivan a la gente a conocer más sobre el producto, informar sobre descuentos y promociones en la compra de pastas y panificados en distintos puntos de ventas, o días específicos. Además, se incluyen tanto en las redes como en los sitios web de las empresas ciertos recetarios o formas de preparar las pastas e innovar con los panificados para brindarle al público un beneficio adicional e incentivarlo a la compra de los mismos.

Ferias Internacionales

Uruguay asiste a las siguientes ferias internacionales en el sector alimentos:

- Aliment.AR: Es un punto de encuentro internacional, que involucra a toda la región con el objetivo de promover la inserción agroindustrial en el mundo, fortaleciendo las cadenas de valor, fomentando la innovación y productividad de sus actores, y estimulando la generación de nuevas empresas proveedoras de alimentos con alto valor agregado y calidad de exportación en un mismo tiempo y espacio. Se realiza en Buenos Aires - Argentina.
- APAS: La mayor feria de supermercados del mundo reúne en un solo lugar supermercadistas, mayoristas y minoristas de Brasil y del Exterior, para generar network y realizar negocios; además de fortalecer los lazos de relaciones entre los participantes. Se realiza en San Pablo – Brasil
- Anuga: Es una feria que está destinada a quienes toman las decisiones (Gestión, la compra/adquisición, gestión de almacén, ventas y mercadeo) de los sectores de la alimentación y la industria de bebidas. Es de las más importantes del mundo del sector. En el 2017 se realizó en Colonia - Alemania
- Foodex: Desde 1976 se realiza anualmente, es la feria más grande no solo de la región asiática, ya que se realiza en Tokio - Japón, sino también en el círculo del Pacífico y es la tercera más grande del mundo. Es el primer paso para el mercado asiático y también genera la oportunidad de extender relaciones comerciales entre expositores y visitantes.

Panificación

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), una mala nutrición puede reducir la inmunidad y la productividad, aumentar la vulnerabilidad a las enfermedades y alterar el desarrollo físico y mental.

Esto ha hecho pensar en la necesidad de ingerir comida saludable, de ahí que en el mercado exista una notable oferta de alimentos funcionales elaborados con ingredientes naturales, bajos en grasa y que, además, benefician el organismo. Los productos de panadería y pastelería no son ajenos a esta tendencia. Se puede incluir panes libres de grasas trans, preparados con ingredientes como la harina de centeno o avena, o granos como el amaranto o la cebada, y si quiere explorar más allá en sus recetas, pruebe componentes como la inulina o el omega 3, que fortalecen el sistema inmune y regulan el sistema digestivo. Sin embargo, para lograr que esta tendencia tenga el éxito deseado es necesario que los clientes estén informados sobre los beneficios del pan. Estas tendencias se pueden implementar mediante publicidad en el local, lo cual atraerá más consumidores y, por lo tanto, más ganancias.

Estas son las principales características de cada uno de los tipos de pan más comunes:

- Blanco: Tradicional. Muy rico en hidratos de carbono, llena de energía, contiene proteínas, zinc, magnesio, potasio, niacina y vitamina B6 y B2.
- Avena: Aporta vitamina B. Mejora el tránsito intestinal, reduce el colesterol y regula el nivel de azúcar. Previene el hipotiroidismo.
- Maíz: Tiene fibra, calcio y mucho potasio. Además fortalece el cabello y las uñas. Tiene alto contenido de yodo.

- Pasas: Muy rico en azúcares y fibra. Tiene más grasa que el resto de los panes. Además, las pasas son un antiácido natural y son buenas para la vista.
- Integral: Se hace a partir de harinas no refinadas, con más fibras. Tiene vitaminas del grupo B y minerales.
- Centeno: Contiene mucha fibra y, por su contenido ácido, mejora la circulación. Previene enfermedades cardiovasculares y ayuda a la elasticidad de los vasos sanguíneos.

Tendencias de consumo de panificados

De acuerdo al Centro de Industriales Panaderos del Uruguay (CIPU), actualmente en Uruguay el pan concentra un consumo per cápita anual de 55 kilos, lo que ubica al país en tercer lugar en la región, por detrás de Chile y Argentina. El pan es un alimento básico en la mesa de los uruguayos, en total, la industria del panificado comercializa 255 millones de kilos al año.

Una buena parte del consumo lo acaparan la flauta y la baguette, que en las panaderías concentran un 70% de las ventas de la categoría. Aunque los integrales han crecido en participación, a causa del mayor interés del público por cuidar su dieta y su salud, aún mantienen un modesto 15% en las panaderías. Al año, se consumen siete millones de kilos de pan de molde, lo que representa el 3% del total del panificado.

El pan industrial es consumido principalmente por los niveles socioeconómicos medios y altos debido a los precios que se fijan. Hay una gran controversia entre los productos panificados industriales y los artesanales no solo por la diferencia de precios sino que la gran oferta industrial de panificados provoca que cada vez menos se asista a una panadería en busca de un producto.

Hoy en día debido a la tendencia de lo saludable, muchas personas deciden prescindir de ellos con la idea de bajar de peso, esto ha llevado a una consecuente disminución de la demanda de los productos panificados y un aumento en la demanda de productos saludables.

Alimentarse sanamente o probar nuevos sabores son algunas de las razones que motivan a muchos consumidores a la hora de comprar sus alimentos, y es debido a esta tendencia en alimentación que se están incorporando cada vez más de estos ingredientes para satisfacer las necesidades del cliente en la elaboración de los panificados, por ejemplo con la adición de semillas de lino, chía, sésamo, etc.

Pastas

La pasta puede ser fresca o seca, existiendo también variedades que se caracterizan por ser rellenas.

- Spaghetti (espaguetis), alargados y con sección circular
- Tagliatelle (tallarines), similares a los espaguetis pero con sección rectangular o plana. Sus medidas oscilan los 7 mm y 8 mm de ancho
- Vermicelli similares a los espaguetis pero más delgados
- Pappardelle, es una banda plana de hasta 2,5 cm de ancho
- Fettuccine, alargada y plana, de 6 mm de ancho
- Linguine, similar a los fettuccini, pero de 3 mm de ancho
- Capellini, cabellos de ángel alargados de sección circular, pero muy delgados
- Ziti, espaguetis gruesos ahuecados en el centro

- Bucatini, similar a los ziti pero menos gruesos
- Capelli d' angelo („cabello de ángel“), muy delgado y de rápida cocción
- Macarrones (maccheroni), con forma de tubo estrecho, ligeramente curvo o recto
- Rigatoni, pasta tubular con estrías paralelas, levemente curva, de 3,5 cm de largo
- Tortiglioni, pasta tubular con estrías levemente enroscadas, recta
- Penne, (plumitas) con forma de tubo corto, estriado en su cara exterior y cortado al sesgo
- Gnocchi (ñoquis), pasta de puré de patatas y harina, con forma ovalada
- Fusilli, hélice, forma de pajarita o tornillo de Arquímedes
- Rotini, similar a los fusilli pero más cortos
- Farfalle, con forma de mariposa y bordes dentados
- Coditos, con forma tubular y semicircular
- Dedales pasta tubular muy corta, empleada para el minestrone
- Lengua de pájaro, pasta en forma de granos de arroz, empleada mayormente en consomés

Pastas rellenas:

También hay pastas en forma de loncha, utilizadas para preparar los canelones y lasañas, platos que se acompañan con carne picada, bechamel, verduras u otros rellenos y salsas.

Se usan también discos de masa fina, de entre 8 y 13 cm de diámetro, cortados a mano o con máquinas cortadoras o troqueladoras, utilizados para conformar empanadas de diferentes rellenos.

Al igual que en las pastas sin relleno, en las pastas con relleno existen numerosos tipos aparte de los mencionados, algunos de los cuales son:

- Ravioli, con forma de paquetito cuadrado
- Tortellini, con forma de rollito anudado dentro del cual se incluye un relleno de carne, queso parmesano u otros ingredientes
- Tortelloni, son similares a los tortellini pero más grande y rellenos con requesón y espinaca
- Panzerotti, rellenos con queso, jamón y otros ingredientes y con forma de media luna
- Cappelletti, son una pasta rellena en forma de pequeño sombrero
- Agnolotti, raviolis con borde redondeado

Variedades dietéticas de pastas:

En su formulación se cambian unos ingredientes por otros en función de patologías o etapas de la vida.

- Pasta para niños: es una mezcla de harina predigerida, leche en polvo y azúcares
- Pasta para diabéticos: una parte del almidón es sustituida por proteínas, u otro ingrediente, con el fin de reducir el contenido de carbohidratos

- Pasta para enfermos renales: las proteínas son reemplazadas por los carbohidratos, para bajar el nivel proteico, pero consiguiendo un alimento energético
- Pasta para hipertensos: se amasa con agua destilada y sin sal
- Pasta para personas con obesidad o sobrepeso: el almidón es sustituido por sustancias no asimilables
- Pasta para celíacos: no contiene gluten. Se elaboran a base de harina de maíz o arroz, agua y almidón de maíz

Aporte a la nutrición:

La pasta aporta 370 kcal cada 100 g. El principal aporte a la nutrición es el hidrato de carbono, un 13 % de proteína y un 1,5 % de grasas y minerales. Las pastas de colores aportan también algunas vitaminas del grupo B, ya que en su preparación se utilizan hortalizas tales como espinacas (verde), zanahoria (naranja), tomate (rojo o naranja). Si no se añade nada, la pasta queda de color crudo (ligeramente amarillento). De igual forma en la zona mediterránea de Europa, se prefiere el uso de aceite de oliva, tomate, pimienta, pescado y sal marina, para la preparación de ésta. Si la pasta contiene huevo, esta posee más proteína.

Packaging:

- Ravioles, Raviolones, Panzottis, Sorrentinos, Agnelottis, Canelones, Lasagnas: En cajas de cartón. En el caso de los ravioles, raviolones y panzottis envasados de a una plancha. Existe la posibilidad de entregarlos dentro de bolsas individuales envasadas al vacío con atmósfera modificada o en bandejas termo selladas.

- Fideos y ñoquis: En bolsas envasadas al vacío con atmósfera modificada.

Tendencias de consumo de pastas

La pasta forma parte de la alimentación de los uruguayos, y se consume tanto fresca como seca, con impronta artesanal pero cada vez más industrializada. El fenómeno es una de las tendencias en materia de alimentos envasados detectada en Uruguay por la consultora Euro monitor que presentó un reporte con las top 5 tendencias en alimentos envasados en 15 países de América. El valor de ventas de pastas envasadas en Uruguay sumó US\$ 144,5 millones a fines de 2013, un 62% más que en 2007. El periodo, la brecha entre fresca/congelada y seca se amplió. La primera vende tres veces más que la seca y llega a US\$ 107,9 millones.

"La preferencia por la pasta está firmemente establecida entre los consumidores uruguayos y es costumbre tener pasta para almuerzos de domingo de la familia, especialmente los ravioles, cappelletti, tortellini y otras alternativas de rellenos, así como comer ñoquis los días 29 de cada mes o con la pasta de los jueves", destaca Euro monitor que, a su vez proyecta escaso potencial de crecimiento a futuro.⁹

Análisis de intercambio comercial internacional

Pastas (1902)

En el siguiente cuadro se presentan los países de los cuales Uruguay importó productos correspondientes a la partida 1902.

⁹Recuperado vía <http://www.elpais.com.uy/economia/gente-negocios/venta-pasta-limitadas-opportunidades-crecer.html>

Exportadores	Valor importada en 2016 (miles de USD)	Participación de las importaciones para Uruguay (%)	Cantidad importada en 2016	Unidad de medida	Valor unitario (USD/ unidad)
Mundo	4740	100	3646	Toneladas	1300
Italia	1617	34,1	1102	Toneladas	1467
Argentina	1585	33,4	1094	Toneladas	1449
Brasil	843	17,8	944	Toneladas	893
Bolivia	233	4,9	317	Toneladas	735
Tailandia	128	2,7	60	Toneladas	2133
China	70	1,5	42	Toneladas	1667
Rumania	67	1,4	33	Toneladas	2030
Francia	42	0,9	18	Toneladas	2333
México	37	0,8	14	Toneladas	2643
Estados Unidos	36	0,8	8	Toneladas	4500
Chile	29	0,6	4	Toneladas	7250

España	29	0,6	9	Toneladas	3222
Australia	18	0,4	3	Toneladas	6000
Grecia	5	0,1	1	Toneladas	5000
Taipei Chino	1	0	1	Toneladas	1000

Fuente: Trademap (2017).

Uruguay importa mayoritariamente de Italia, Argentina y Brasil con 1617, 1585 y 843 miles de dólares respectivamente.

Comparación importaciones argentina - mundo

En el siguiente cuadro podemos visualizar lo que representa argentina en las importaciones uruguayas en comparación al resto del mundo, detalladas en subpartidas.

Valor FOB USD				
Sub partida	2015		2016	
	Del Mundo	Argentina	Del Mundo	Argentina
1902.11	610.119	-	499.024	-
1902.19	1.761.937	69.629	2.364.945	547.254
1902.20	1.121.887	901.489	1.074.335	938.584
1902.30	260.394	-	468.556	-
1902.40	39.795	5.985	56.263	4.800
TOTAL	3.794.132	977.103	4.463.123	

Fuente NOSIS (2016)

Referencias:

- **1902.11:** Pastas alimenticias, incluso cocidas o rellenas (de carne u otras sustancias) o preparadas de otra forma, tales como espaguetis, fideos, macarrones, tallarines, lasañas, ñoquis, ravioles, canelones; cuscús, incluso preparado. --pastas alimenticias sin cocer, rellenar ni preparar de otra forma: --- las demás.
- **19.02.19:** Pastas alimenticias, incluso cocidas o rellenas (de carne u otras sustancias) o preparadas de otra forma, tales como espaguetis, fideos, macarrones, tallarines, lasañas, ñoquis, ravioles, canelones; cuscús, incluso preparado. --pastas alimenticias sin cocer, rellenar ni preparar de otra forma: --- pastas alimenticias rellenas, incluso cocidas o preparadas de otra forma.
- **19.02.20:** Pastas alimenticias, incluso cocidas o rellenas (de carne u otras sustancias) o preparadas de otra forma, tales como espaguetis, fideos, macarrones, tallarines, lasañas, ñoquis, ravioles, canelones; cuscús, incluso preparado. --las demás pastas alimenticias
- **19.02.30:** Pastas alimenticias, incluso cocidas o rellenas (de carne u otras sustancias) o preparadas de otra forma, tales como espaguetis, fideos, macarrones, tallarines, lasañas, ñoquis, ravioles, canelones; cuscús, incluso preparado. –cuscús.
- **19.02.40:** Pastas alimenticias, incluso cocidas o rellenas (de carne u otras sustancias) o preparadas de otra forma, tales como espaguetis, fideos, macarrones, tallarines, lasañas, ñoquis, ravioles, canelones; cuscús, incluso preparado. --tapioca y sus sucedáneos preparados con fécula, en copos, grumos, granos perlados, cerniduras o formas similares.

Exportadores argentinos a Uruguay

Los principales exportadores argentinos en la categoría de pastas alimenticias, al mercado uruguayo en el período de 2015-2017 son los siguientes:

Posiciones 1902	Total	FOB	Total	FOB	Total	FOB
Exportadores	USD		USD		USD	
Probables	2015		2016		2017	
Cafes La Virginia S A	422.822		528.528		181.210	
Molinos Ararat Srl	5.985		4.800		6.450	
Molinos Tres Arroyos S A	-		496.299		159.833	
Villa D Agri S R L	493.108		405.116		460.379	
Canepa Hnos. S.A	17.672		-		-	

Fuente: NOSIS (2017)

Importadores uruguayos

Los principales agentes importadores uruguayos de la partida 1902 desde Argentina período 2015-2017 son los siguientes:

Importador	Valor CIF	Valor	CIF	Valor	CIF	Sub	Descripción
	2015	2016		USD		partida	comercial
Inst. Botánico La Selva SRL.	433.414	448.944		376.219		1902.20	Pastas alimenticias
Labrezza SA	547.461	570.669		484.755		1902.19	Ñoquis y tallarines. Pasta seca

				1902.20	Ravioles 4 quesos, de carne y verdura, ricota, queso y espinaca. Capelletis 4 quesos, pollo, carne y espinaca Ravioles 4 quesos Sorrentinos ricota, mozzarella y jamón.
Unilever	-	560.260	418.603	1902.19	Fideos (en bolsones)
Uruguay SCC SA					
Ta Tá SA	19.370	-	16.306	1902.19	Fideos de sémola
Exsul SRL	-	-	13.198	1902.19	Fardo de paquetes de fideos
Martinez Callero Nelson Gabriel	6.446	5.021	11.614	1902.40	Cuscús

Fuente de elaboración propia en base a PentaTransaction (2017)

La partida que mayor importación presentó fue la 1902.20.00 correspondiente a pastas alimenticias rellenas o cocidas con un valor CIF USD 802.605 seguido de 1902.19.00, “pasta alimenticias sin cocer ni rellenar que no contengan huevo” en un

valor de 451.158 USD CIF y por último 1902.40.00 correspondiente a pastas alimenticias - cuscús con un valor significativamente inferior con 11.614 CIF USD.

El mayor importador en cuanto a valor CIF USD fue LABREZZA SA con 436.591, y Unilever Uruguay SCC S.A. Las principales marcas importadas son Knorr, Giacomo, Villa D'agri, Pastamanía

Panificación (1905)

En el siguiente cuadro se presentan los países de los cuales Uruguay importó productos correspondientes a la partida 1905 .

Exportadores	Valor importada en 2016 (miles de USD)	Saldo Comercial en 2016 (miles de USD)	Participación de las importaciones para Uruguay (%)	Cantidad importada en 2016	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Arancel medio (estimado) aplicado por Uruguay
Mundo	48832	-45137	100	21756	Toneladas	2245	
Argentina	24225	-24127	49,6	9362	Toneladas	2588	0
Brasil	15849	-14872	32,5	9513	Toneladas	1666	0
México	1248	-1098	2,6	295	Toneladas	4231	0

Bolivia	1183	-1158	2,4	882	Tonela das	1341	0
Estados Unidos	1160	-1040	2,4	188	Tonela das	6170	18
Chile	930	-494	1,9	234	Tonela das	3974	0
España	877	-877	1,8	382	Tonela das	2296	18
Polonia	537	-537	1,1	141	Tonela das	3809	18
Italia	443	-443	0,9	91	Tonela das	4868	18
China	328	-328	0,7	65	Tonela das	5046	18
Bulgaria	228	-228	0,5	50	Tonela das	4560	18
Alemania	214	-214	0,4	63	Tonela das	3397	18
Paraguay	194	1609	0,4	83	Tonela das	2337	0
Reino Unido	193	-193	0,4	47	Tonela das	4106	18
Hungría	161	-161	0,3	72	Tonela	2236	18

ía					das		
----	--	--	--	--	-----	--	--

Fuente TradeMap 2016.

Exportadores argentinos a Uruguay

Los principales agentes exportadores argentinos hacia el Uruguay, correspondiente a Panificación, pastelería y galletería respecto a 2015-2017 son los siguientes:

Posiciones 1905	Total FOB USD	Total FOB USD	Total FOB USD
Exportadores probables	2015	2016	hasta 23/07/17
Axis Logistica S.A.	403.754	-	143.887
Dulcypas S A	-	360.789	-
Arcor S A I C	570.732	542.274	-
Compañía Americana De Alimentos S.A.	-	529.940	92.625
Compañía De Alimentos Fargo S.A	413.802	673.877	84.865
Mc Cain Argentina S.A	2.314.315	1.322.568	427.079
Mondelez Argentina Sociedad Anonima	4.957.599	4.313.694	2.168.562
Bagley Argentina S.A.	7.200.956	6.146.132	818.793
Pepsico De Argentina Sociedad De Responsabilidad Limitada	6.622.369	5.728.695	2.702.492

Importación Sudamérica

Se seleccionaron determinados países de Sudamérica con respecto a variables específicas como distancia, cantidad y valor importado y el arancel aplicado por cada uno de ellos. En base a estas variables, se confeccionó el siguiente cuadro.

Importadores	Valor importado en 2016 (Miles de USD)	Cantidad importada en 2016	Unidad de cantidad	Valor Unitario (USD/Unidad)	Participación en las importaciones mundiales (%)	Distancia de los países proveedores (km)	Arancel equivalente aplicado por el país (%)	Clasificación en la facilidad de hacer negocios
Brasil	50.330	12.370	Toneladas	4.069	0,2	9.152	17,1	123
Uruguay	48.832	21.756	Toneladas	2.245	0,2	2.225	17,1	90
Paraguay	44.492	20.337	Toneladas	2.188	0,1	1.539	17,2	106
Perú	24.278	10.149	Toneladas	2.392	0,1	4.284	0	54
Bolivia	21.664	11.960	Toneladas	1.811	0,1	1.989	13,1	149
Argentina	9.859	2.774	Toneladas	3.554	0	4.777	17,1	116

			adas					
--	--	--	------	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia según Trademap

En el 2017, el orden de las importaciones sud americanas de panificación de mayor a menor según valor FOB USD, con sus respectivos exportadores es el siguiente, denotando la importancia y dependencia de Uruguay de las importaciones de estos productos teniendo como principal socio a Argentina:

Países Importados	Valor FOB USD Importado	Países exportadores/Valor FOB				
		Italia	Argentina	EEUU	Colombia	Chile
Brasil	26.054.603	1.240.770	1.992.231	421.398	562.060	11.940
Uruguay	23.952.256	115.728	10.643.100	141.320	-	213.593
Paraguay	22.487.538	85.566	8.938.343	8.932	-	1.594.253
Perú	10.555.265	322.551	485.353	1.048.856	1.797.450	30.974
Bolivia	8.595.406	3.174	2.083.947	283.454	88.279	432.588
Argentina	8.328.689	114.517	-	155.397	26	769.669

Fuente: Elaboración propia según NOSIS

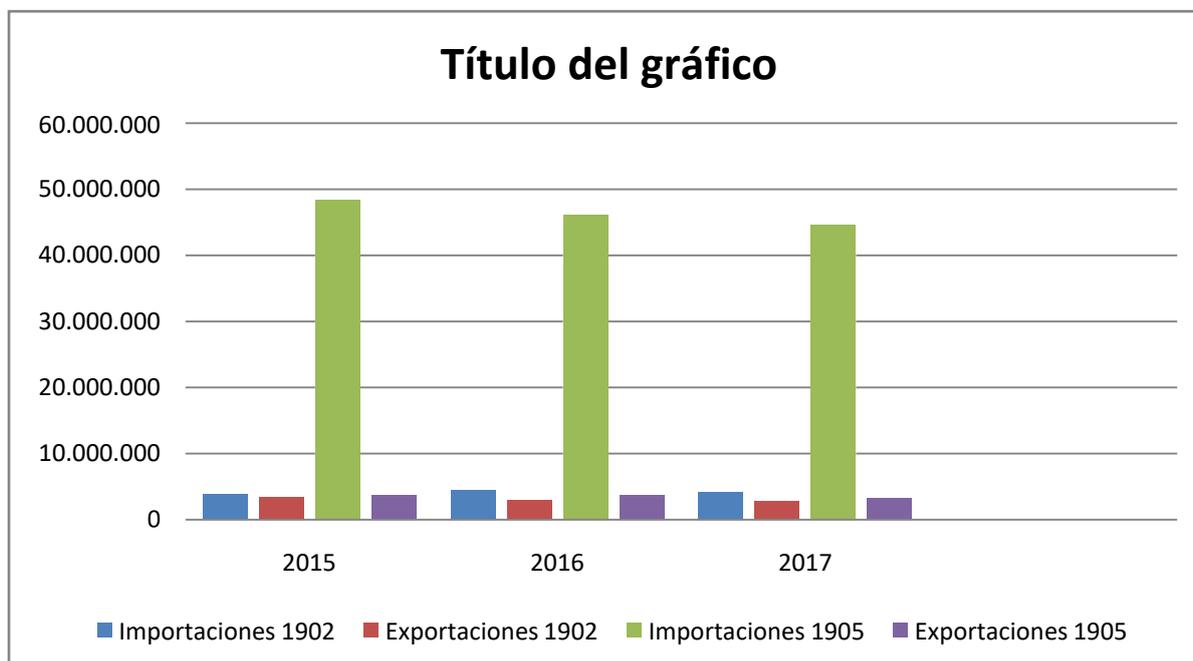
Con respecto a la balanza comercial uruguaya en las posiciones analizadas 1902 y 1905, es claramente deficitaria, ya que en ambas posiciones importa más de lo que

exporta. Sin embargo la posición que más importa son los productos de panificación pastelería y galletería sacando un gran margen a los productos de Pastas alimenticias. Respecto a las exportaciones, también lo que más exporta son los productos correspondientes a la posición 1905, pero sin sacar demasiado margen a la exportación de 1902

Año	Importaciones 1902	Importaciones 1905	Exportaciones 1902	Exportaciones 1905
2015	3.794.132	48.367.170	3.358.951	3.736.771
2016	4.463.124	46.136.300	2.920.140	3.701.452
2017	4.216.706	44.518.748	2.746.859	3.192.084

Fuente: Elaboración propia según Trademap

Exportaciones e Importaciones de Uruguay, partidas 1902-1905



Fuente: Elaboración propia según Penta Transaction

Importadores uruguayos

Importador	Valor CIF USD 2017	Sub partida	Descripción
Oprumin S.A	460.145	1905.20	Panettone. Productos de panadería
		1905.90	Budines. Productos de panadería
		1905.31	Galletitas con y sin cacao.
San Francisco Comercial e Indu	23.362	19.05.20.10	Pan dulce
		1905.31	Galletas dulces
		1905.90	Budines, magdalenas

Nuevo Sol LTDA	368.775	1905.20.10	Pan dulce
		1905.90	Tortas, grisines, budines, madalena
		1905.31	Galletitas
Panificadora Bimbo del Uruguay	429.332	1905.20	Pan dulce
		1905.90	Productos de panadería. Pan congelado
		1905.31	Productos de panadería
Henderson y CIA S.A	135.690	1905.20	Pan dulce
		1905.90	Mantecados y madalenas Pan dulce
		1905.31	Bizcochos dulces de hojaldre
Brocos S.A	749.688	1905.20	Pan Dulce
		1905.31	Galletitas
		1905.32	Galletitas
		1905.90	Mini torta, budin, pasta frola
Roydel S.A	23.319	1905.31.00	Micro galletas
Van Dam S.A	6.392.304	1905.31.00	Galletas, cereal
		1905.32.00	Turrón obleas
		1905.90	Galletas, alfajores, snacks

Mondelez S.A	Uruguay	4.769.029	1905.31	Galletas, alfajores
			1905.90	Galletas, budines
			1905.20	Pan dulce
Papas Chips S.A		5.812.828	1905.31.00	Galletas
			1905.90	Snacks, bulkssnack
			1905.40	Mini tostaditas
Moldes Ruibal S.A		215.455	1905.32.00	Obleaschocobar, waffles, snacks oblea
Trondial S.A		27.370	1905.90	Productos de panadería
Pifenur		29.135	1905.32	Cubanito
Asanova		165.412	1905.32	Obleas
Osverna		57.213	1905.90	Pionono, magdalena y bizcochuelo
Gauchito de Oro		219.694	1905.90	Oreo molida, pan kaiser, cortesía mc cafe
Merfix		273.814	1905.31	Galletitas dulces
SoldoHnos S.A		28.848	1905.31	Galletas
Grutacar S.A		21.794	1905.31	Galletas dulces
Molino Uruguay	Cañuelas	602.570	1905.31	Agri dulce 9 de oro
			1905.90.20	Galletas Cracker
			1905.90.90	Pan Rallado

La Sibarita S.R.L	936.018	1905.90	Pizza
Antilur S.A	244.326	1905.20	Pan dulce
		1905.31	Galletas
Liderlod	2.448	1905.32	Nugatón
		1905.90	Alfajores
LatinFood S.A	3.454	1905.90	Palitos salados
Crufi	58.561	1905.32	Conos
El trival	44.155	1905.20	Panettone, pan dulce
Promol LTDA	253.045	1905.90	Galletas saladas
		1905.31	Galletas dulces
Supermercado Disco del Uruguay	236.231	1905.31	Vainillas
		1905.90	Pan dulce

Fuente de elaboración propia en base a PentaTransaction (2017)

En cuanto a los principales importadores en cuanto al valor CIF en 2017, presentados en el cuadro anterior podemos nombrar a Van Dam SA con 6.392.304 USD, seguido de Papas Chips SA con 5.812.824 USD, Mondelez Uruguay SA con 4.769.029 USD y La Sibarita SA 936.018 USD quien presenta una diferencia sustancial respecto a los demás importadores.

Entre las posiciones analizadas los productos destacados son los de panadería, galletas dulces con adición de cacao, galletas en general y sin adición de cacao y pan de especias y pan dulce. Por otro lado, los de menor importación en cuanto a valor CIF

USD, son barquillos y obleas, pan tostados y productos similares tostados, pan de sándwich y moldes y waffles.

Conclusiones

En función de la información recabada y el análisis realizado se puede observar que el mercado uruguayo se encuentra actualmente preparado para realizar operaciones de comercio internacional.

Uruguay sigue siendo uno de los destinos más interesantes para la inversión en el comercio minorista. Si bien el mercado local mejoró en su atractivo, el riesgo de inversión aumentó. Un gran incentivo de los inversores para radicarse en Uruguay es que es el segundo país de Latinoamérica en la tabla de los países con menor índice de percepción de corrupción (elaborado por la organización Transparencia Internacional), solo detrás de Chile. El sector empresarial es pequeño y cerrado, lo que le otorga una gran importancia a las relaciones personales. Para hacer negocios es fundamental relacionarse con personas o empresas con buena reputación.

En el sector de bienes de consumo y alimentación, la importación se realiza a través de importadores/distribuidores. Uruguay generalmente dispone de pocos intermediarios comerciales generando una cadena de distribución de tipo corto.

Los consumidores a la hora de elegir que comprar analizan una serie de atributos que debe poseer el producto, no solo eligen por precio sino también por calidad y sabor. Actualmente, la oferta tanto de panificados como de pastas en Uruguay es enorme, y las marcas comercializan sus productos en diferentes formatos.

En cuanto a las tendencias del consumo de panificados, Uruguay actualmente se ubica en el tercer lugar en la región por detrás de Chile y Argentina; sin embargo, hoy en día debido a las tendencias saludables se ha disminuido la demanda de productos panificados y ha aumentado la demanda de productos sanos. Dentro de los más

consumidos se destacan el pan flauta y la baguette, los cuales concentran un 70% de las ventas de la categoría en las panaderías uruguayas.

Por otro lado, las pastas forman parte de la alimentación de los uruguayos y se consumen tanto frescas como secas con impronta artesanal pero cada vez más industrializada. Uruguay (8,6%) se ubica cuarto en el nivel de consumo per cápita de pastas al año considerando toda América del Sur y Central. Solo es superado por Argentina (10,4%), Perú (9,3%), y Venezuela (9,2%). Considerando el mundo, Uruguay se ubica en el puesto n° 16 con 7,5 kg. De consumo per cápita por año, al igual que Hungría.

Respecto a estos productos, si bien Uruguay diversificó sus mercados en su comercio exterior para no depender tanto de sus socios comerciales, es notable la dependencia de Argentina aún después de aplicarle una suba en el arancel a sus importaciones.

Esta dependencia se encuentra sobre todo en los productos de Panificación y Galletería, no tanto así en las importaciones de Pastas Alimenticias ya que exportan las mismas en igual proporción. En estas últimas, la partida que mayor importación presentó fue la 1902.20.00 correspondiente a pastas alimenticias rellenas o cocidas con un valor CIF USD 802.605 seguido de 1902.19.00, “pasta alimenticias sin cocer ni rellenar que no contengan huevo” en un valor de 451.158 USD CIF y por último 1902.40.00 correspondiente a pastas alimenticias - cuscús con un valor significativamente inferior con 11.614 CIF USD.

El mayor importador en cuanto a valor CIF USD fue LABREZZA SA con 436.591, y Unilever Uruguay SCC S.A. Las principales marcas importadas son Knorr, Giacomo, Villa D’agri y Pastamanía.

En el sector de Panificación, Galletería y Pastelería entre los principales importadores en cuanto al valor CIF en 2017, se encuentran Van Dam SA con 6.392.304 USD, seguido de Papas Chips SA con 5.812.824 USD, Mondelez Uruguay SA con 4.769.029 USD y La Sibarita SA 936.018 USD quien presenta una diferencia sustancial respecto a los demás importadores.

Entre las posiciones analizadas los productos destacados son los de panadería, galletas dulces con adición de cacao, galletas en general y sin adición de cacao y pan de especias y pan dulce. Por otro lado, los de menor importación en cuanto a valor CIF USD, son barquillos y obleas, pan tostados y productos similares tostados, pan de sándwich y moldes y waffles. Las principales marcas importadas son Hogareñas, Maná, Diversión, Tortitas, Nevares, Cerealitas, Oreo.

Cabe destacar que en Uruguay los hábitos alimenticios también se han combinado con los hábitos de uso de la tecnología e internet y las redes sociales, siendo el e-commerce una nueva vía de comercialización de este tipo de productos para el mercado.

Anexo

Importadores 1902

IMPORTADOR	PAGINA WEB	EMAIL	TEL.
LABREZZA S.A.	-	tapasavanti@adinet.com.uy	2362333 2
UNILEVER URUGUAY SCC S.A.	-	consumidor@sac-unilever.com.uy	2525- 2525
ALTAMA S.A.	www.altama.com.uy	altama@altama.com.uy	+598 2 900 8476
OPRUMIN SOCIEDAD ANONIMA	www.oprumin.com	-	598 2200 7040
INST. BOTANICO LA SELVA S.R.L.	www.laselva.com.uy	laselva@laselva.com.uy	(598) 2215040 6
DARCEL S.A.	www.lasacacias.com.uy	lasacacias@lasacacias.com.uy	(598) 2481 6464
LEOPOLDO GROSS Y ASOC. S.A.	www.leopoldogross.com.uy	lgimport@leopoldogross.com.uy	(+598) 2924- 6090
PROMOL LTDA.	www.promol.com.uy	promol@promol.com.uy	+598 2 307 1341

SILCOM S.A.	www.laabundancia.com	silcom@silcom.com.uy	+598 2306 0680
PONTYN S.A.	www.pontyn.com.uy	ventas@pontyn.com.uy y/importaciones@pontyn.com.uy	(598) 2222 4955
GRUTACAR S.A.	-	-	2506373 0
TRONDIAL S A	www.alfajoresnativo.com.uy	info@alfajoresnativo.com.uy/pedidos@alfajoresnativo.com.uy	(+598) 2306 2443
DALFAMAR S A	www.dalfamar.com	info@dalfamar.com	+598. 2622 5229
SUPERM. DISCO DEL URUGUAY S.A.	www.disco.com.uy	info@disco.com.uy	
HENDERSON Y CIA S.A.	www.tinglesa.com.uy	-	(+598) 2916616 1
DISTRIB.DE ALIMENTOS PARAISO L	www.paraiso.com.uy	info@paraiso.com.uy.	(+598) 2292 8338.
DISTRIBUIDORA SAN JOSE S.A.	www.cololo.com.uy	-	4342 2107

SAN FRANCISCO COMERCIAL E INDU	www.sanfrancisco.com. uy	info@sanfrancisco.co m.uy	2323 5676
FERNILAND S A	www.ferniland.com	info@ferniland.com	2605 5577
FRUMIL S A	www.frumil.com.uy	ventas@frumil.com.uy	+ 598 2511005 5
FERAL SOCIEDAD ANONIMA	www.feral.com.uy	ventas@feral.com.uy	+(598) 2512 0272
MERCOVENTA S.R.L.	www.mercoventa.com.u y	info@mercoventa.com. uy	2320- 5470
PAPAS CHIPS S.A.	http://www.pepsico.com .uy/	virginia.arizabalo@pep sico.com	2315551 0
VAN DAM S.A.		jbernhardt@arcor.com. uy	2359701 3
MONDELEZ URUGUAY S.A.	http://www.mondelezint ernational.com	-	+598- 2900300 0
OPRUMIN SOCIEDAD ANONIMA	http://www.oprumin.co m/	-	598 2200 7040
ANTILUR S A	-	oldbull@adinet.com.uy	02 604

			12 60
MERFIX S.A.	-	-	2038038 / 2203 1074
DURULTE S.A.	http://www.durulte.com.uy/	durulte@durulte.com.uy	598 2 5131111
LA SIBARITA S.A.	http://mccain.com.uy/	-	(5982) 364 4364
EL TRIGAL S.A.	http://www.eltrigal.com.uy/	sheppard@eltrigal.com.uy	2209707 0
DISGAL S.A.	-	jpgfiores@eltrigal.com.uy	2200031 2
FORTYLEX S A	http://www.fortylex.com.uy/	contacto@fortylex.com.uy	(+598) 2309 6377
BROCOS S.A	http://www.brocos.com.uy/	brocos@brocos.com.uy	(+598) 2522 3727
MOLINO CAÑUELAS URUGUAY S.A.	http://www.molinocanuelas.com.uy/	info@molam.com.uy	+598 2924 3200
DICASOLD S A	http://www.dicasold.com.uy/	ventas@dicasold.com.uy	2604 1645 / 2600

			2644
PANIFICADORA BIMBO DEL URUGUAY	www.bimbo.com.uy	alejandro.hounie@gru pobimbo.com	2355826 2
BLODWEN S.A	-	blodwen@adinet.com. uy	2480310 8
ALGORTA S.A.	http://www.algorta.com. uy/	algorta@algorta.com. uy	598 2219 9999
SUPERM. DISCO DEL URUGUAY S.A.	http://www.disco.com.u y/	info@disco.com.uy	0800 4242
SAN FRANCISCO COMERCIAL E INDU	http://www.sanfrancisco. com.uy/	info@sanfrancisco.co m.uy	2323 5676
NESTLE DEL URUGUAY S.A.	http://www.nestle.com.u y/	ana.peluffo@uy.nestle. com	+598 2508 0621
SOLDO HNOS. S.A.	http://www.soldo.com.u y/	soldo@soldo.com.uy	+598 2355 0022
REGIONAL SUR S.A.	http://regionalsur.com.u y/	ventas@regionalsur.co m.uy	(00598) 2506 11 49
PIFENUR SA	http://pifenur.com.uy/	info@pifenur.com.uy	2929804 4

BONOMAR SOCIEDAD ANONIMA	http://www.elmundodelasgolosinas.com.uy/	info@elmundodelasgolosinas.com	(+598) 2203 8800
ITACARE SOCIEDAD ANONIMA	http://www.pagnifique.com.uy/	info@pagnifique.com	(598) 2305 1464
OSVERNA S.A.	www.lamallorquina.com.uy	osverna@lamallorquina.com.uy	2514731 1
HENDERSON Y CIA S.A.	http://www.tinglesa.com.uy	comentarios@tiendainglesa.com.uy	0800 3030
FAGRIL SOCIEDAD ANONIMA	-	-	2915 0278
DOMINAL S.A.	www.aromacos.com.uy	elmo@aromacos.com.uy	2902742 9
CASTERA HNOS. S.R.L.	-	-	598 2 3200806
PURATOS DEL URUGUAY S A	http://www.puratos.com.uy/	info@puratos.com.uy	0800- 7500
LATIN FOOD S.A.	-	ventas@latinfood.com.uy	2900 0964
ARYES LTDA.	https://aryes.com.uy/	info@aryes.com.uy	(+598) 2915 9645

Fuente de elaboración propia (2017)

Locales de venta de productos y restaurantes:

Montevideo:

- Alárabi Cocina Inclusiva

San Jose 1084

2903 6600

Restaurante comida mexicana. Medio día y algunas noches con envíos.

- Almacén del celíaco

José L. Terra 2220 . Locales: 57 y 58 . Mercado Agrícola de Montevideo

Comidas prontas para llevar e ingredientes para cocinar.

(+598) 2200 51 36

- Amartesana Restó

Carlos F Saez 6695

Restaurante que trabaja con harinas y productos gluten free

(+598) 2605 8210 – Medio día

- Artesanía Pastelera

Tortas, bombones, dulces. Venta en local y por encargo

Rivera 3431 – 9:00 – 18:00 hrs.

099 451 099

- Gluteno

Scoseria 2637 esq. Francisco Aguilar

Exclusivo – Comida preparada para consumir en el local o llevar.

(+598) 2710 9138

- Boom Gluten

Exclusivo: hamburguesas y chivitos

Solo envíos a la noche

093 606 449

- Free-Tacc

Productos envasados y congelados.

Gral Flores 2537 – 9:00 – 18:00

097 585 620

- GO Vegan

Av. Rivera 4183 entre Propios y Donizetti

Productos envasados y congelados, sin gluten y veganos.

(+598) 093 829995

- Gluten Free

Luis Alberto de Herrera 1387

Exclusivo – Rotisería, bizcochos, dulces, etc

Horario: 9:30 – 19:30

- Nutriciencía

Gral. Urquiza 2828, entre Estero Bellaco y Cte. Braga

Exclusivo – Comida para llevar hecha y materia prima para cocinar.

(+598) 2480 2945

- Sano Deleite

18 de Julio 2344 casi Bulevar Artigas

Comida para llevar, vende sin gluten y con gluten. Trabajan en cocinas separadas.

(+598) 2400 17 01

- Sabores e ingredientes

Martín García 1416

Venta de insumos para cocina doméstica e industrial.

(+598) 2929 2002

- La Lupita

Luis de la Torre 565

Comida mexicana preparada con harina de maiz.

(+598) 2712 1966

- La Commedia

Viejo Pancho 2414

Restaurante con menús aptos.

(+598)27068655 – (+598) 095390985

- Porto Vanilla

A. Arocena 1558, Misiones 1351 esq. Sarandi, Av. Bolivia 1401, Av. Gral Paz 1419

Productos panificados, envasados aparte y congelados

(+598) 2604 3770, (+598) 2915 2500, (+598) 2600 6454, (+598) 2601 6365

- Ten

Tacuarembó 1401 esq Guayabos

Exclusivo – Minutas para llevar: milanesas, chivitos, pizzas

092 795 196

Puntos de venta en el resto del país

- Celisano

Salto – Errandnea 61

Tienda de alimentos

Facebook Celisano

(+598) 4734 6661 / 091 821 649

- Del Viejo – Almacén

Exclusivo – Venta de productos preparados dulces y salados

Rio Negro – Villa Fray Bentos – Haedo 1092

099 456 761

Horario: 9:00 – 12:00, 18:00 – 21:00

- Espacio Cero

Maldonado – Florida 892 entre Dodera y Michelini

Venta de productos envasados y congelados.

<https://www.facebook.com/Espacio-Cero>

(+598) 4227 0245

- Ganache Café & Pastelería

Colonia del Sacramento – Real 178

Solo algo dulce para acompañar el café.

www.facebook.com/GanacheColonia

(+598) 4522 6386

- Gluten Out

Minas – Amilivia 531 bis

Tienda de alimentos preparados, rotisería

F/@leacacera16

(+598) 4442 0547

- La Paz Creaciones

La Paz – Canelones – César Mayo Gutierrez 188

Exclusivo – Variedad de alimentos todos libres de gluten para llevar.

Hacen entregas en Montevideo.

<https://www.facebook.com/lapaz.artesanal/?fref=ts>

(+598) 94 598 337

- Sin Gluten

Punta del Este

Restaurante de comidas y panificados.

<https://www.facebook.com/apto.celicos?fref=ts>

(+598) 42494369

Restaurantes con opciones sin tacc

- Artico

Montevideo – Peatonal Sarandí 502

Pescado y ensaladas

(+598) 2915 7349

- Bulebar

Montevideo – Williman 647

Hamburguesas

(+598) 2716 1973 / 091 037 654

- Bye Bye Gltuen

Montevideo – Sarandí 326

(+598) 2914 6268

F/byebyeglutenuy

- Café Contento

Montevideo – Gabriel Pereira 3260

Cafetería, licuados, tartas saladas y algunas cositas dulces

(+598) 2706 6767

- Cafetto Prado

Montevideo – J. Suárez 3640

Cafetería

(+598)2336 7144

- Coma Sano_Cero Gluten

Rocha, La Paloma y Maldonado

Dulce y salado para llevar

(+598)97 351 520

FB: Coma-Sano_Cero- Gluten

- Che Carmelo By Morgan

Carmelo – Av. Roosevelt entre 19 de Abril y Uruguay

Cafeteria – comidas

(+598) 45422591

- De Luca Café

Montevideo – San José 1077

Cafetería con opciones dulces y saladas.

098 957 755

- Don Juan

Colonia – Nueva Helvecia – Treinta y Tres 1138

Cocina mixta – Paltos a la carta

(+598) 4554 5099

- Farola

Montevideo – Gabriel Antonio Pereira 2956

Cafetería con opciones sin gluten – consultar antes de ir

2707 2637

- Garní

Maldonado – Balneario Solís: Calle Ensenada entre Rambla y del esq. Parada 24

Cocina Armenia

(+598) 4432 4301 – 099 612 262

- Irene's Colonia

Colonia del Sacramento

Comida vegana, opciones libres de gluten.

Propios y Rivera

F/<https://www.facebook.com/pages/Irenes-Colonia/1475992912660884>

- La Otra

Montevideo – Tomás Diago 758

Parrilla

(+598) 2711 3006

- La Mostaza

Montevideo – Shopping Tres Cruces

Comidas especiales y ensaladas

(+598) 2401 8599

- Lesti's Gluten Free.

Montevideo – Costa Rica 1685 esq. Rivera, local 11

Comidas para llevar.

(+598) 26058348 – 099 760 067

- Locos de asar

Montevideo – San Jose 1065

Parrilla y sopas

de Martes a Domingo de 11:30 a 00:30 hs

(+598) 2900 8127

- Mas que Pizza

Piriapolis – Tucumán esq. Piria

Pizzeria y minutas.

(+598) 44321515

- Morgan

Montevideo – Bv España 2655 bis esq Luis de la Torre 095 855 866

F/morgancoffee.uy

- One Love

Montevideo – Jose María Montero 2683

Restaurante con opción sin gluten: hamburguesas con pan sin gluten y papas fritas

aptas

(+598) 2716 9185

- Parrillada Montecito

Montevideo – Camino De Los Hormigueros

Parrilla, ensaladas, papas fritas

2707 5434

- Philomene Café

Montevideo – Solano García 2455

Cafetería y alimentos salados y dulces – cocina mixta.

(+598) 2711 1770

- Praga express

Montevideo – Rivera 2101 esq. Salterian

Venta de productos envasados

- Rex

Punta del Este – Ruta 10 Km 101, entre Las Sirenas y Las Estrellas

Chivitos

(+598) 4277 1504

- Sin Pretensiones

Montevideo – Sarandí 366

Restaurante con salado y dulce, cocina mixta cuidada.

2916 9972

Heladerías

- Las Delicias

Montevideo – 21 de Setiembre 2837 y Schroeder 6454

Heladería (avisar en mostrador)

(+598) 27109857 – (+598) 26002477

- Los Trovadores

Montevideo – Gabriel Pereira 3202

Heladería con opción cassatta.

(+598) 2707 51 65 (avisar antes de comprar)

- Vegalatto

Venta de helados en diferentes puntos de venta. Consultar.

095 068 114

<https://www.facebook.com/heladosparatodos/>

