Estudio de Mercado Carne de Cerdo en Uruguay

Julio 2013

Documento elaborado por la Representación Comercial de Prochile en Uruguay

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA

Gobierno de Chile
www.gob.cl

I. Tabla de contenido

I. TABLA DE CONTENIDO....2

II. RESUMEN EJECUTIVO....3

1. Estrategia recomendada (en base a análisis FODA)....3

1.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el producto....3

1.2. Recomendaciones para el proveedor nacional....3

2. Análisis FODA....4

III. Acceso al Mercado....4

1. Arancel general en Uruguay....4

2. Arancel preferencial producto chileno....5

3. Otros impuestos y barreras no arancelarias....5

4. Requisitos y barreras de ingreso....6

5. Barreras para arancelarias....7

6. Requerimientos de etiquetados....8

IV. Potencial del Mercado....9

1. Producción local y consumo....9

2. Importaciones del producto últimos 3 (tres) años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado....10

V. Canal de Distribución y Agentes del Mercado....11

1. Estructura de comercialización....11

VI. Consumidor/Comprador....12

1. Formas de consumo del producto....12

2. Temporadas de mayor demanda / consumo del producto....13

3. Principales zonas o centros de consumo del producto....13

4. Comentarios de los importadores....13

VII. Precios de referencia....13

1. Retail (US$) y mayorista....13

VIII. Estrategias y campañas de promoción utilizadas por la competencia....14

IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado....15

X. Ferias y eventos locales a realizarse en el mercado en relación a los productos....15

XI. Fuentes de información *(Links)*....16

II. RESUMEN EJECUTIVO

El consumo de carne porcina en Uruguay ha aumentado notablemente, pasando de 14 kg per cápita, cuando históricamente se consumían 8 kg per cápita. Dada la variabilidad de la producción local, afectada por diversos factores, como precios, costos de alimentación del animal y otros, incrementó significativamente las importaciones.

Chile es el 6º país exportador mundial de carne de cerdo, según ranking internacional. Esto lo ha logrado por la existencia de una estrategia orientada a responder las necesidades de cada mercado. En Uruguay, Chile es conocido por poseer buena calidad, en especial en carne de cerdo. Según las estadísticas de importaciones de Uruguay en el año 2012 compro 20 mil toneladas aproximadamente los cuales el 87% compro a Brasil, y a Chile, teniendo la 2da posición, compró solo el 6% aproximadamente, lo que implica que existe potencial de mercado. No obstante, es importante destacar que existe gran presión con el factor precio.

1. Estrategia recomendada (en base a análisis FODA)

1.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el producto

El consumo de carne porcina en Uruguay ha aumentando año tras año. Las importaciones en el año 2012 fueron más de 59.000 millones CIF. De Chile, solo se compra el 5% aproximadamente y es reconocido por poseer mejor calidad.

1.2. Recomendaciones para el proveedor nacional

La estrategia de entrada al mercado se podría resumir en;

- Producto: calidad, embalaje, corte;
- Precio : competitivo y razonable, ajustados a los precios medios del mercado;
- Plaza : producto llegue al lugar adecuado, en el momento y en las condiciones adecuadas;
- Promoción: realización de degustaciones, charlas acerca de la calidad y beneficios del producto, entre otros).

Por lo tanto, lo más recomendable es seguir la norma calidad-precio, dado a que son aspectos fundamentales a la hora de tomar decisiones.

2. Análisis FODA

• **Acordar con entidades del Estado para facilitar la entrada de carne de cerdo con hueso.**		**Factores Internos**	
		Fortalezas Fácil acceso al producto, puntos de ventas variados. Conocimiento del mercado. Acuerdo comercial ACE 35 Sanidad del producto	**Debilidades** Competencia: Brasil es el principal exportador con más del 50 % del total de las importaciones. La carne porcina brasileña está posicionada en el mercado Producto congelado.
Factores Externos	**Oportunidades** Regulación a favor. Existe una alta demanda de importación por estos productos. Tendencias favorables en el mercado. Alto consumo del producto per cápita.	Utilizable un 100%. Buena calidad del producto.	Poder competir ofreciendo bajos costos asociado a la corta distancia entre Chile y Uruguay.
	Amenazas Fluctuaciones en el dólar. Presión por el factor precio. Clima.	• Stock de alimento disponible por demanda del exterior (problemas climáticos sequía, etc.) • Reducir costos del alimento (granos) para no encarecer la carne.	Procurar formas de reducir el precio de forma de continuar compitiendo en el mercado.

III. Acceso al Mercado

1. Arancel general en Uruguay.

0203 – Carne porcina fresca, refrigerada o congelada

020329 - DEMAS CARNE PORCINA, CONGELADA.

La Tasa Global Arancelaria (TGA) para este producto, corresponde a un 10%. Ésta se encuentra constituida por los impuestos de IMADUNI y RECARGO.

2. Arancel preferencial producto chileno.

0203 – Carne porcina fresca, refrigerada o congelada

020329 - LA DEMAS CARNE PORCINA, CONGELADA

Chile y Uruguay firman un acuerdo en el año 2008 Cuadragésimo Octavo Protocolo Adicional - en el que establece el adelantamiento de los márgenes de preferencia previstos en el ACE 35, obteniendo el 100% de preferencia en todos los productos, exceptuado el trigo.

3. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

Estos productos importados están gravados con los siguientes Impuestos:

IMADUNI Y RECARGO - Son los dos componentes del recargo a la importación que se aplica en Uruguay. En este caso, si la mercadería es de origen Chile (con certificado origen MERCOSUR Chile) o MERCOSUR (con certificado origen Protocolo 18) tiene de TGA 0%. En caso contrario (extrazona), la TGA es 20%

IVA IMPORTACION - Corresponde a un 10% sobre el valor CIF.
Aplicado sobre el valor normal de aduana más el arancel de importación.

ANTICIPO IVA IMPORTACIÓN - Corresponde a un 19% sobre el valor CIF.
Artículo 115° del Decreto N° 220/998, de 12 de agosto de 1998.

EXTRAORDINARIO - Tasa fija en US$ a cobrar por despacho de acuerdo a la escala de alícuota de permiso de importación de la tasa aduana.

TASA ADUANA - La Aduana cobra las siguientes tasas sobre el Permiso de Importación, existiendo en ambos casos un monto fijo como tope de las mismas.
a) Por ingreso del Documento Único de Importación (DUI) al Centro de Cómputos de la Aduana:
Alícuota: 0,20% (dos por mil) con un límite máximo de US$ 50.- (cincuenta dólares americanos).
Base imponible: el valor CIF del respectivo Permiso de Importación.

De conformidad con el Decreto Nº 667/92, la tasa prevista se abonará en todos los casos aunque los bienes comprendidos en el permiso se hallen exentos del pago de tributos a la importación.
Normas legales: Ley Nº 16.320/92, art. 170; Decreto Nº 667/92; y Decreto Nº 540/94.

b) Por la solicitud del Permiso de Importación
Alícuotas: corresponden a la siguiente escala de valores del Permiso de Importación:
De US$ 500 hasta US$ 1.000..... US$ 12
De US$ 1.001 hasta US$ 2.000..... US$ 30
De US$ 2.001 hasta US$ 8.000..... US$ 48
De US$ 8.001 hasta US$ 30.000.....US$ 108
De US$ 30.001 hasta US$100.000.....US$ 240
De US$ 100.001 en adelante.....US$ 600

TASA CONSULAR La Aduana cobra las siguientes tasas sobre el Permiso de Importación, hecho generador de la Tasa Consular de conformidad con el artículo 37 de la Ley Nº 17453, de 28/02/2002. El Decreto de 27/06/07 fijó la alícuota de la Tasa Consular aplicable al valor CIF de los bienes importados, correspondiente a un 2%.

Nota: Si la mercadería es importada por vía marítima, debe pagar PROVENTOS ante la Administración Nacional de Puertos.
Para mayor detalle ingresar a: **www.anp.com.uy/colonia/tarifas/default.asp#Item141DI**

4. Requisitos y barreras de ingreso.

La tramitación correspondiente a la importación de este producto se detalla a continuación:

1. **Elevar Solicitud de Importación**
2. **Comité de Importaciones** Evalúan la situación sanitaria del país exportador
3. **Del registro de productos, rótulos y etiquetas**
4. **De la Resolución de la DGSG** aprueba la autorización o rechaza la importación solicitada
5. **De la solicitud del Pase de Frontera** documento oficial que autoriza el ingreso de la mercadería
6. **Del Ingreso de la mercadería en el Punto de Frontera.**
   Los documentos que deben presentarse ante la IVO del Punto de Frontera son los siguientes:
   - PEDIDO DE SERVICIO:
   - PASE DE FRONTERA:
   - CERTIFICADO SANITARIO INTERNACIONAL DEL PAÍS DE ORIGEN:
   - DECLARACIÓN JURADA
   - CONOCIMIENTO DE EMBARQUE
   - RESOLUCIÓN DE LA DGSG:

7. **Del arribo de la mercadería al depósito declarado.**
   El Médico Veterinario a cargo del depósito declarado, procederá a la inspección documental de la mercadería importada, que será complementado con el control de identidad y físico del producto.- Los documentos a controlar son:
   - PASE SANITARIO INTERNO
   - PASE DE FRONTERA (VÍA 2)
   - CERTIFICADO SANITARIO INTERNACIONAL DE ORIGEN (ORIGINAL):
   - RESOLUCIÓN DE LA DGSG
8. **De la Re-inspección del producto**
   Los controles de identidad y físicos, se registran en la Planilla de Re-inspección de Mercadería Importada (Form. Reinsp./001).

9. **De la Solicitud de Liberación**
   Puerto de Montevideo la liberación de la mercadería utilizando el formulario (Form. C/L001)
   - CERTIFICADO SANITARIO INTERNACIONAL:
   - PASE SANITARIO INTERNO al Puerto de Montevideo.
   - ANÁLISIS DE LABORATORIO

10. **De la liberación de la mercadería en depósito autorizado.**

En los depósitos autorizados con IV permanente, una vez cumplido el control documental (Punto 7), la Re-inspección del producto (Punto 8), y habiendo recibido el Comunicado de Liberación (Form. C/L001) (Punto 9)

11. **De la culminación de la importación**

Cumplida la importación, el expediente se remite a la DCCI para su archivo. Si desean realizar otra importación amparada en la misma Resolución, la operativa se reinicia en el punto 6.

5. Barreras para arancelarias.

Estamos trabajando para poder tener una autorización más amplia pero, por el momento, la autorización para la importación de CARNE, CUERO Y/O GRASA DE CERDO CONGELADA es solo **SIN HUESO.**

- **Deben presentar** certificación oficial que acredite que:
  • Que proceden de predios y zonas libres de Aujeszky y Peste Porcina;
  • Que los animales fueron sacrificados en frigoríficos o mataderos oficialmente habilitados y registrados como exportadores hacia Uruguay,
  • Que los animales, al día de su faena no presentaron síntomas de enfermedades infecciosas;
  • Que los productos provienen de animales originarios de establecimientos que estén dentro de un Programa de Control de Residuos Biológicos y que no contienen residuos de medicamentos veterinarios, pesticidas, ni contaminantes ambientales en valores superiores a los límites de tolerancia establecidos por la Legislación Uruguaya;
    • La mercadería- carne, cueros o grasa de cerdo- proviene de establecimientos productores y elaboradores habilitados y controlados por el S.A.G., dentro de un Programa Oficial de Control que incluye entre otros parámetros residuos de DIOXINAS, y que por muestreos realizados al azar se estima que no contiene residuos con valores superiores a los límites de tolerancia.
    • La carne, cueros y grasa provienen de carcasas que han sido sometidas a investigación de Trichina spp. Mediante método de digestión artificial con resultado negativo.
    • Los productos son aptos para consumo humano.

- En el certificado oficial, deberá constar además, el día, mes y año de la producción, que coincidirán con los datos que lucen en los rótulos de los envases, y una marca de embarque que deberá ser única e irrepetible.

- Además el importador deberá cumplir con los siguientes requisitos:
  El importador deberá gestionar la emisión del Certificado de Liberación en un plazo no mayor a los 10 días hábiles, que se contarán desde el día de la inspección.
  Vencido ese plazo, el Servicio de Inspección Veterinaria Oficial realizará una nueva inspección de la mercadería aún no liberada.
  • En caso de tratarse de trimmings, deberá realizarse verificación de especie.-
  • Proceso, envases –si corresponde- deberán estar habilitados por la División de Industria Animal;
  • La monografía deberá estar aprobada por la Autoridad Sanitaria del país exportador y se deberá presentar documentación que lo acredite;
  • Presentar fotocopia de resolución de la habilitación del depósito autorizado por la División de Industria Animal vigente;
  • Previo a la liberación se tomará una muestra de carne, que será enviada a DINATEN para control de radioactividad;
  • Previo a la liberación la Inspección Veterinaria Oficial podrá remitir muestras a Laboratorio Oficial para determinación presencia de contaminantes ambientales.
  • Culminar con el trámite de liberación de la mercadería.
  • Los envases primarios y secundarios deberán ser destruidos a fin de evitar su reutilización.

- El importador deberá comunicar a la División Industria Animal, con una anticipación mínima de cinco días hábiles la llegada de la referida mercadería, acompañada de la siguiente documentación: a) certificado sanitario extendido por las autoridades del país de origen (con las especificaciones en idioma español); b) indicar medio de transporte, día de llegada y lugar de depósito de la mercadería autorizada; c) copia de la presente resolución.

- La presente resolución tendrá una validez por única vez por sesenta (60) días y caducará en caso de cambiar la situación sanitaria del país exportador.

- Por Administración Documental notifíquese a la firma interesada, haciéndole entrega de la presente resolución.

- Pase a sus efectos al Departamento de Control de Comercio Internacional.

Algunas Resoluciones de la DGSG establecen la condición de realizar un examen de laboratorio, previo a la liberación de la mercadería.

- **Análisis Microbiológico**
- **Análisis de Radioactividad**
- **Análisis de Identificación de Especie**

Nota: Para mayor información respecto al trámite de importación y las regulaciones sanitarias, recomendamos revisar la normativa vigente:

1. Ley N° 3.606 del 13 de abril de 1910.
2. Decreto 369/983 del 7 de octubre de 1983.
3. Ley 16082 del 18 de octubre de 1989.
4. Decreto Reglamentario 224/990 del 30 de mayo de 1990.
5. Resolución de la Dirección General de Servicios Veterinarios del 24 de julio de 1992.
6. Decreto del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca
7. Ministerio de Economía y Finanzas del 12 de enero de 1993.
8. Decreto Ministerial 33/94 del 26 de enero de 1994
9. Decreto Ministerial del 10 de febrero de 1994
10. Decreto 261/94 del 7 de junio de 1994
11. Resolución de la División de Industria Animal del 7/9/998

6. Requerimientos de etiquetados.

Decreto 369/83

Sección Xi Sellado, Marcado, Etiquetado, o Rotulado de Carnes, Subproductos, Derivados Cárnicos

- **art. 337. Requisitos de las etiquetas.**
- **art. 338. Normas sobre información de las etiquetas.**
- **art. 339. Aprobación de las etiquetas.**

Link http://www.mgap.gub.uy/DGSG/DIA/Decreto%20369-983%20(Reglamento%20Oficial)%20con%20actualizaciones.pdf

Sobre la normativa de rotulación existen dos decretos:

1) Decreto 369/83 decreto anterior
2) Decreto 117/006 sobre Rotulación de alimentos.

http://www.msp.gub.uy/uc_608_1.html
Decreto 117/006 sobre rotulación de alimentos-parte4
Decreto 117/006 sobre rotulación de alimentos-parte3
Decreto 117/006 sobre rotulación de alimentos-parte2

Ejemplo de rotulación

IV. Potencial del Mercado

1. Producción local y consumo

Si bien Uruguay es conocido por ser un país ganadero, en los últimos años comienza a tener una mayor explotación en la agricultura, lo que trajo aparejado una disminución en el rendimiento de la industria frigorífica.

Aunque hay que destacar la importante capacidad de producción cárnica instalada en la industria frigorífica para el consumo interno y externo. Uruguay es gran exportador y consumidor de carne vacuna. En lo que respecta a carne porcina, muestra ciertas características diferenciales dado que está dominado por la importación, teniendo un destino mayoritariamente industrial, del total de kilogramos expedidos para el mercado interno, más de un 75 % tiene como destino la industria.

La baja producción de cerdos en Uruguay corresponde a los costos de alimentación del animal, lo encarece el proceso de producción. Actualmente, importar carne de cerdo o comprarla en Uruguay tiene el mismo precio. Por ejemplo; el valor CIF de importación es de $69 (por kg) y si se produce en Uruguay el precio seria de $40 por kg de cerdo gordo en pie a lo que hay que agregarle el costo de la mano de obra, con lo cual superaría el precio de lo importado. Es por esta razón que los industriales prefieren importar el producto congelado, dado que se ahorran el costo de la mano de obra. Aunque la razón principal, según comentarios de importadores, por lo que no se produce suficiente carne porcina en Uruguay son los elevados costos en la alimentación por el alto precio de los granos.

Otro aspecto importante a destacar es que en las chacinerías (fábricas de cecinas) cada vez se está usando menos carne vacuna y más carne de cerdo. Productos como la mortadela, en que antes se mezclaba algo de carne vacuna, hoy se realiza únicamente con cerdo.

Los criterios para la elección de países exportadores de este producto tienen consideraciones tanto técnicas como comerciales. Respecto a las primeras, cabe destacar el status sanitario de origen, significa, que tanto el cerdo en vida como todos aquellos cortes provenientes del mismo, cumplan con los requerimientos básicos establecidos por Uruguay. En lo que se refiere a los aspectos comerciales, los criterios a considerar hacen referencia a la cercanía, tiempos de demora, acuerdos comerciales bilaterales, costos de flete, aspectos culturales, entre otros. Todo ello permite que países como Brasil y Chile se presenten como los más importantes proveedores.

2. Importaciones del producto últimos 3 (tres) años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado.

1. **ESTADISTICAS 2013 / a mayo**

   0203 – Carne porcina fresca, refrigerada o congelada

País de origen	CIF US$ miles	%	Peso Neto (toneladas)	%
BRASIL	28.751	86,2	9.085	81,7
CHILE	1.711	5,13	922	8,33
ESTADOS UNIDOS	1.415	4,24	597	5,37
ESPANA	597	1,79	195	1,74
DINAMARCA	439	1,32	105	0,94
CANADA	438	1,31	214	1,93
Total General:	33.351	100	11.119	100

Fuente: MERCOSUR online

2. **ESTADISTICAS 2012**

   0203 – Carne porcina fresca, refrigerada o congelada

País de origen	CIF US$ miles	%	Peso Neto (toneladas.)	%
BRASIL	53.976	90	18.221	87,8
CHILE	2.757	4,7	1.348	6,49
ESTADOS UNIDOS	1.552	2,6	716	3,45
ESPANA	885	1,5	291	1,4
DINAMARCA	526	0,9	132	0,64
CANADA	143	0,3	51	0,25
Total General:	59.839	100	20.761	100

Fuente: MERCOSUR online

3. **ESTADISTICAS 2011**

   0203 – Carne porcina fresca, refrigerada o congelada

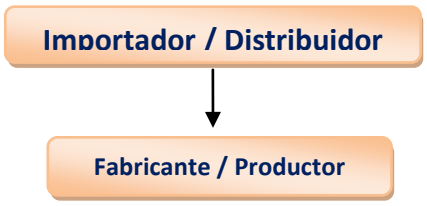
País de origen	CIF US$ miles	%	Peso Neto (toneladas)	%
BRASIL	45.474	88,5	14.062	86,1
CHILE	2.074	4,03	852	5,22
DINAMARCA	1.847	3,59	724	4,44
ESTADOS UNIDOS	1.605	3,12	536	3,29
BELGICA	181	0,35	53	0,32
CANADA	138	0,27	74	0,45
ESPANA	72	0,14	25	0,18
Total General:	51.391	100	16.325	100

Fuente: MERCOSUR online

V. Canal de Distribución y Agentes del Mercado

1. Estructura de comercialización.

El canal de distribución para este producto es muy acotado debido a que es utilizado como insumo para la fabricación de productos elaborados.



En el caso de continuar con el seguimiento del producto, asumiendo su transformación y/o valor agregado por parte del fabricante uruguayo, consideraremos los otros canales de distribución que permiten que el nuevo producto sea accesible para el consumidor final.

a) El importador se contacta con el productor/exportador de origen, de tal forma de solicitarle el pedido de la mercadería. Se intentará adquirir directamente de la empresa productora, para obtener el mejor precio de mercado y evitando en lo posible, la participación de intermediarios.

b) Luego de que la mercadería es recibida por el importador, ésta es distribuida al fabricante. Las demás carnes de porcino congeladas son utilizadas como insumo para la elaboración de otros productos. Luego, estos son ofrecidos a minoristas y otros distribuidores. Entre estos canales de distribución se encuentran: hipermercados, supermercados, carnicerías, almacenes, restaurantes, etc.

c) Consumidor final

En promedio, el margen de comercialización tiene la siguiente fluctuación:

- Entre un 10% a 20% entre el importador y distribuidor mayorista.
- Entre un 20% a 30% entre el minorista y consumidor final.

VI. Consumidor/Comprador

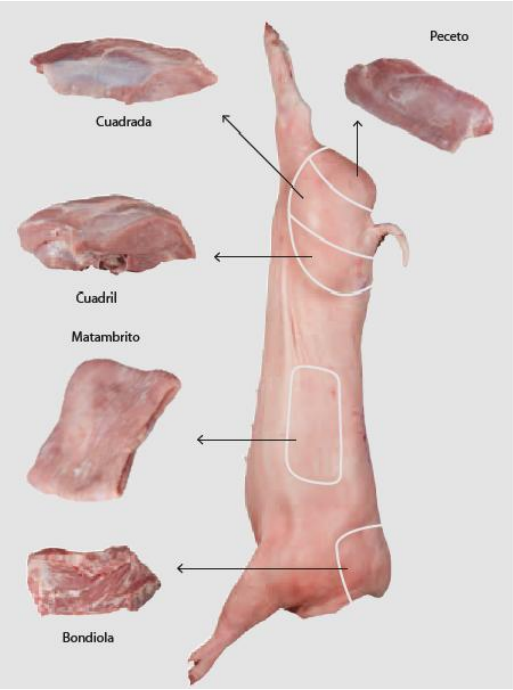
1. Formas de consumo del producto

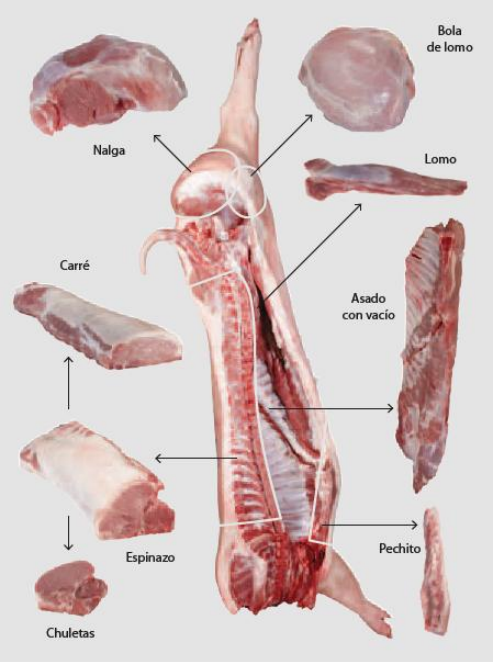
La calidad de la carne de cerdo está definida, al igual que el resto de las carnes, por dos atributos esenciales; la calidad nutricional, es decir su composición química, y la calidad sensorial o sea los atributos de textura, sabor, color, entre otros. La carne de cerdo es de equivalente calidad nutricional que el resto de las carnes.

La carne porcina producida en Uruguay básicamente se comercializa tanto en carnicerías como en supermercados y a un precio similar al de otras carnes, lo que facilita su adquisición y estimula la realización de diferentes formas de preparación. La mayor parte de la matera prima es destinada a la elaboración de productos como mortadela, bondiola, chorizo, longaniza, salchicha, panceta, tocino, grasas, tocino, etc., las cuales dispone el consumidor ya sea envasado al vacío o cortes frescos.

Las formas de consumo de la carne de cerdo en Uruguay varían dependiendo de diversos factores, especialmente precio y calidad.

Cortes de carne





2. Temporadas de mayor demanda / consumo del producto.

Como éste producto satisface una necesidad básica, el consumo se mantiene parejo durante la mayor parte del año. Sin embargo, es importante destacar que en el mes de diciembre, especialmente en Año Nuevo, hay un gran consumo en Uruguay debido a un arraigo cultural tradicional donde se tiene la creencia que comer carne de cerdo el primer día del año, trae suerte.

3. Principales zonas o centros de consumo del producto.

La carne de cerdo se comercializa principalmente en carnicerías y supermercados ya sea como materia prima o cortes congelados como producto elaborado.

Este producto se consume en todo el país, aunque debemos resaltar que en la capital existen mayor concentración de habitante las ofertas comerciales son mayores.

4. Comentarios de los importadores

Según lo conversado con los importadores uruguayos, la carne porcina chilena está muy bien conceptuada y la carne brasileña no tanto, pero en el momento de la evaluación y como la importación es para la industrialización eligen importar de Brasil por su precio más bajo que el procedente de Chile. Los importadores sugieren que se establezcan mejores acuerdos entre los empresarios chilenos y uruguayos para la comercialización, ya que de haberlos, ambas partes se verían beneficiadas

VII. Precios de referencia

1. Retail (US$) y mayorista.

Los precios (FOB) de la carne de cerdo varían, dependiendo de varios factores: entre otros, del tipo de corte, de la limpieza y cantidad de grasa que contenga la carne, del porcentaje que define la cantidad de carne y grasa es visible, etc.,

TIPOS	PRECIOS (FOB)
Carne de cerdo congelada sin hueso	Entre 1 y 5 dólares el Kg
Tocino de cerdo y grasas	Entre 1 y 1.5 dólares el Kg
Paleta (limpia)	Entre 2.75 y 4 dólares el Kg.
Pulpas de bondiola	Entre 3.5 y 5 dólares el Kg.
Recortes	Entre 2.70 y 3 dólares el Kg.
Jamón	Entre 3.5 y 5 dólares el kg.

Datos proporcionados por importador.

PRECIOS DE CARNICERÍAS Y SUPERMERCADOS AL CONSUMO FINAL

Producto solo del mercado local /algunos cortes, los mas consumidos

COSTILLA DE CERDO $ 180 el kg / US$ 8,57

CARRE DE CERDO $ 183 el kg / US$ 8,71

BONDIOLA DE CERDO AL VACIO $213 el kg /US$ 10.14

Dólar Tipo Cambio / 21

VIII. Estrategias y campañas de promoción utilizadas por la competencia

El canal de distribución de la carne porcina importada es muy acotado ya que los consumidores finales son los frigoríficos uruguayos (producto para elaboración embutidos). Es por esta razón, que las estrategias y campañas de promoción deben ir dirigidas a los frigoríficos, en donde la utilización de canales publicitarios masivos no tiene relevancia.

Para abordar el mercado objetivo, resulta relevante otorgarle prioridad a la fuerza de venta, esto es, comenzar el contacto por parte de los importadores/distribuidores con los establecimientos de faena e industrializadores de carnes, de tal forma de hacerles llegar todo tipo de información relacionada con la potencialidad del producto, sus eventuales mercados, calidad del mismo, entre otras cosas. Mediante vendedores especializados en estas materias, como también la utilización de elementos de merchandising, entrega de catálogos, muestras de productos, acceso al portal web, etc.

Los fabricantes como medio de promoción de sus productos usan radio, televisión, supermercados, ofertas, etc. Bajo la marca de la empresa, luego que el producto esta transformado.

IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

En términos de pasos a seguir para concretar una exportación, se sugiere:

a) Análisis previo de mercado (precios, canales de distribución, promoción, definición del lugar geográfico de mayor competitividad). Es vital el conocimiento de los mercados nacionales e internacionales.
b) Contacto previo con los importadores, o representantes y/o distribuidores formales, disponer de cotizaciones FOB - CIF.
c) Conocimiento de los requisitos para la importación (sanitarios, registros sanitarios y de marca).
d) Previo contacto con la oficina comercial de Prochile.

X. Ferias y eventos locales a realizarse en el mercado en relación a los productos.

No existen ferias internacionales para el mercado de carnes en general.

La Expo Prado, es la feria rural y comercial donde participan países mostrando productos comerciales, culturales, etc. Además, en esta feria existe la exposición ganadera con premiaciones a los mejores animales exhibidos que compiten (vacunos, ovinos, porcinos, etc.)

EXPO PRADO 2013
Organizador(es):Asociación Rural del Uruguay
Lugar: LOCAL DE EXPOSICIONES DEL PRADO
Dirección: Lucas Obes 1011 Montevideo
Fecha: Del 4 al 15 de setiembre
Por más información contactarse: exposiciones@expoprado.com
Temario: Exposición Internacional de Ganadería, Comercial e Industrial

Recomendamos visitar la página Web: **www.zonaeventos.com** e ir a calendario ferias, eventos, congresos.

XI. Fuentes de información *(Links).*

Todo el campo:
http://www.todoelcampo.com.uy/espanol/uruguay_entrega_propuesta_para_iniciar_importaciones_de_carne_australiana-15?nid=1858#.UbH73-dWySo

Uruguay al día:http://www.uruguayaldia.com.uy/consumo-de-carne-de-cerdo-sigue-en-aumento-en-uruguay/

ARU:http://www.aru.com.uy/documentos/Produccion%20porcina%20informe%20ARU%20para%20JD%20Canelones.pdf

AUPC: http://www.aupcerdo.com/article_display.php?id=341 , http://www.aupcerdo.com/article_display.php?id=345

MGAP: www.mgap.gub.uy

INAC: http://www.inac.gub.uy/

INIA: http://www.inia.org.uy

URUGUAY XXI: http://www.uruguayxxi.gub.uy/

INE: http://www.ine.gub.uy/