
Estudio de Mercado Hortalizas Frescas en Uruguay

Marzo 2012

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Uruguay

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	5
1. Arancel General:	5
2. Arancel Preferencial Producto Chileno:	5
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	5
4. Otros Impuestos:	5
5. Barreras Para – Arancelarias	7
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	7
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	7
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	9
Para producto 070511 (lechugas repolladas)	9
1. Estadísticas 2011	9
2. Estadísticas 2010	9
3. Estadísticas 2009	9
Para producto 070610 (zanahorias y nabos)	9
4. Estadísticas 2011	9
5. Estadísticas 2010	10
6. Estadísticas 2009	10
<i>V. Características de presentación del producto</i>	10

1. Potencial del producto.....	10
1.1. Formas de consumo del producto.....	12
1.2. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....	12
1.3. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....	13
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>13</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista.....</i>	<i>14</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia.....</i>	<i>15</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>16</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones.....</i>	<i>17</i>

PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

07051100 – Lechugas repolladas

07061000 – Zanahorias y nabos

07070000 – Pepinos y pepinillos

07081000 - Arvejas

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

07051100 - Lechugas (*lactuca sativa*) y achicorias, comprendidas la escarola y la endibia (*cichorium spp.*), frescas o refrigeradas.

07061000 – zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifíes, apionabos, rábanos y raíces comestibles similares, frescos o refrigerados.

07070000 – pepinos y pepinillos, frescos y refrigerados.

07081000 – hortalizas de vaina, aunque estén desvainadas, frescas o refrigeradas.

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

0705110000 – Lechugas repolladas

0706100000 – Zanahorias y nabos

0707000000 – Pepinos y pepinillos

0708100000 - Arvejas



SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:

La Tasa General Arancelaria (TGA) para los productos según sus códigos arancelarios son:

- **070511, 070610, 070700, 070810**, es de Ad-Valorem 10% .

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

Según el Cuadragésimo Octavo Protocolo Adicional firmado entre Chile y Uruguay durante el año 2008, se establece el Adelantamiento de los márgenes de preferencia previstos en el ACE 35 otorgados por Chile a Uruguay y por Uruguay a Chile.

Chile tiene una preferencia del 100% en **todos** estos productos, excepto el trigo y la azúcar.

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

- Para los países del Mercosur, Bolivia y Ecuador la preferencia arancelaria es de 100 %.
- Colombia hay un 91 % de preferencia arancelaria en los productos 070511 y 070700, y un 80% en los productos 070610 y 070810.
- México tiene un 50% de preferencia arancelaria en 070511 y un 100% en los restantes productos.
- Perú tiene un 44% de preferencia arancelaria en los productos 070610 y 070700, y un 100% en los restantes productos.
- Venezuela tiene un 80% de preferencia arancelaria en todos estos productos.

4. OTROS IMPUESTOS:

Es importante presentar el certificado de origen ante aduana, para que se aplique el acuerdo –Chile-Uruguay con arancel 0% .

Impuesto Aduanero Único a la Importación (IMADUNI) y Recargos: Este impuesto y recargos constituyen la Tasa General Aduanera,

Tasa Consular: Esta tasa se aplica sobre el valor CIF de los bienes importados, y su alícuota está fijada actualmente en el 2%.

Impuesto al Valor Agregado: Señala el Decreto 220/998, que el impuesto a la circulación de bienes agropecuarios en su estado natural, no será incluido en la factura o documento equivalente permaneciendo en suspenso a los efectos tributarios hasta tanto se transforme o altere la naturaleza de los mismos.

Impuesto al Valor Agregado Adicional: Según Decreto 220/998, a los contribuyentes del Impuesto al Valor Agregado no le corresponderá realizar un anticipo, en el caso que sean importaciones de bienes exonerados o con **Impuesto al Valor Agregado en suspenso**, que corresponde a este caso.

Anticipo Impuesto a las Rentas de Actividades Económicas: Las empresas o personas naturales importadoras de semillas no pagan anticipo de IRAE debido a que pueden someterse a otro régimen tributario de Impuesto a la Enajenación de Bienes Agropecuarios (IMEBA). (solo el código 070610 – zanahoria)

Tasa por Servicios Aduanero:

La Tasa por Servicios Aduaneros es equivalente al 0,2% del valor CIF del permiso de importación, calculado en base al tipo de cambio vendedor, con fecha de cierre el día anterior en la que dicho documento fuere presentado, cuyo monto no debe exceder -por límite máximo legal- los US\$ 50, esto percibido por la Dirección Nacional de Aduanas ([Ley N° 16.320, artículo 170](#)).

De conformidad con el Decreto N° 667/992, 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.

Tasa por Servicios Extraordinarios:

Esta tasa se aplica en función de tarifas a cobrar de acuerdo al valor declarado en los permisos de importación.

Se constituye de una tasa fija en US\$ a cobrar por despacho de acuerdo a la correcta escala, cuyo valor de la alícuota corresponde a la siguiente tabla:

Rango en U\$S	Correspondiente en U\$S
500 – 1.000	12
1.001 – 2.000	30
2.001 – 8.000	48
8.001 – 30.000	108
30.001 – 100.000	240

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

El Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca asigna cupos de importación como manera de protección a la producción, esto cupos varían según el producto.

Los cupos aumentan o disminuyen dependiendo de épocas de cosecha y cantidades de cosecha, difieren todos los años. Esta normativa se realiza solo para productos que Uruguay produce,

REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Las gestiones de importación deberán ser efectuadas por un importador o despachante de aduana que se encuentren con registro vigente en el Registro Único de Operadores (RUO).

El registro en el RUO se realiza completando las fórmulas:

- ❖ 134A para el registro del operador (identificación del representante legal, domicilio legal constituido y declaración de las actividades para las que se registra).
Esta fórmula requiere certificación notarial de la información proporcionada.
- ❖ 134B para la acreditación de gestores.
- ❖ 134C para la acreditación de despachantes de aduana.

Luego se debe gestionar una solicitud de autorización Fitosanitaria de ingreso. La solicitud de importación requiere que el usuario indique en los siguientes datos:

- ❖ Producto a ser importado
- ❖ País de origen
- ❖ Volumen a importar
- ❖ Unidades en que se expresa el volumen
- ❖ Depósitos en que se almacenará la frontera en caso de resultar intervenida la partida
- ❖ Importador
- ❖ Despachante de aduana

De acuerdo al tipo de producto se solicita información adicional específica. En este caso se deberá indicar si las hortalizas vienen a raíz desnuda o protegidas con un sustrato. En el caso de que vengan acompañadas de un sustrato se solicita al usuario que indique una breve descripción de la composición y método de producción del mismo. Estas solicitudes serán enviadas al Departamento de Cuarentena, para que una vez analizada la descripción

que el usuario provee sobre el sustrato se determinen las condiciones en que se permitirá su ingreso.

En el caso de que no existan antecedentes se deberá someter a los productos a un Análisis de Riesgo de Plagas (ARP) para poder luego establecer los requisitos fitosanitarios de ingreso. Para poder realizar el ARP se debe mandar una solicitud dirigida al director de la Dirección General de Servicios Agrícolas del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca (MGAP), en el cual se deberá indicar.

- ❖ Datos completos del importador.
- ❖ Datos completos del exportador.
- ❖ País de origen del material.
- ❖ Descripción del producto que se desea importar:
 - Nombre científico (género y especie).
 - Variedad.
 - Parte vegetal (planta, estaca, estaca con raíz, fruto, etc.).
 - Método de obtención del material.
 - Uso propuesto (consumo, propagación).
 - Presentación (natural, elaborado, etc.).

En el caso de los productos 070511 (lechuga repollada) nunca han ingresado desde origen chileno, motivo por el cual se debe realizar un Análisis de Riesgo de Plagas (ARP) para poder establecer los requisitos fitosanitarios de ingreso.

Para la importación del fruto natural del pepino y arveja los requisitos fitosanitarios son los siguientes:

- 1) La mercadería deberá venir acompañada por el certificado Fitosanitario (o por el Certificado Fitosanitario de Re-exportación si corresponde).
- 2) Sujeto a inspección Fitosanitaria al ingreso.
- 3) Sujeto a Análisis Oficial al ingreso.

Otros requisitos no Fitosanitarios:

- 1) Requiere Certificado de Calidad que especifique que el envío cumple con los requisitos establecidos en los Decretos N° 929 del 30/12/88 y N° 355 del 08/08/90.
- 2) Los bultos que componen el envío deberán estar identificados con el N° de AFIDI.

IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

070511 (LECHUGAS REPOLLADAS)

1. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Peso neto (kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Argentina	62.700	26	100
Total	62.700	26	100

2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Peso neto (kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Argentina	17.100	6	100
Total	17.100	6	100

3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Peso neto (kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Argentina	34.000	10	100
Total	34.000	10	100

Fuente: MERCOSUR Online

070610 (ZANAHORIAS Y NABOS)

4. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Peso neto (kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Argentina	1.336.000	485	79,66
Chile	324.300	116	19,19
Brasil	6.000	7	1,15
Total	1.666.300	609	100

5. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Peso neto (kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Argentina	1.132.200	351	69,91
Chile	0	0	0
Brasil	487.400	191	30,09
Total	1.619.600	543	100

6. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Peso neto (kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Argentina	1.779.000	530	60,19
Chile	115.376	50	3,9
Brasil	1.061.100	455	35,9
Total	2.955.476	1.036	100

Fuente: MERCOSUR Online.

Uruguay no importó productos de la partida 070700 (pepinos y pepinillos) y 070810 (arvejas) en los años de estudio.

V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Uruguay tiene un territorio, con una superficie de 176.215 km² y una población de más de tres millones de habitantes. La Agricultura es una de las principales actividades productivas del país, ya que representa un alto porcentaje del PIB.

Datos de la Dirección Nacional de Estadísticas Agropecuarias (MGAPDIEA) indican que el sector granjero ocupa casi el 2% de la superficie agropecuaria de Uruguay, con unas 23.000 hectáreas dedicadas a la horticultura y concentradas en un 80% en el sur del país y un 20% en el litoral norte. La producción hortofrutícola aporta un 15% del valor bruto agropecuario y se caracteriza por estar desarrollado casi en su totalidad por productores familiares.

La excepción está en el cultivo de papa, con productores más especializados, de creciente inversión, altos rendimientos y concentración del área sembrada.

El mayor volumen de producción de hortalizas es de papas, tomates, cebollas, zanahorias, boniatos y zapallos. Las de hortalizas de hoja como la lechuga, la espinaca y la acelga no tienen un gran volumen de producción, por lo cual se necesita un mayor volumen de estos productos para abastecer al mercado interno. Según Datos del Mercado Modelo, el 3,5% de la oferta de frutas y hortalizas frescas son importaciones.

Otro dato a conocer sobre la industria agropecuaria Uruguaya es que aproximadamente el 75% de las transacciones nacionales agropecuarias se realizan en el Mercado Modelo (mayorista), esto lo convierte en una referencia de fijación de precios.

Según un estudio realizado por el Grupo Consultor Uruguayo INTERCONSULT con respecto a los atributos que los mayoristas desean obtener cuando compran los bultos se destacan los siguientes:

- ❖ Información sobre el peso exacto de cada bulto.
- ❖ Rotulado (fecha de envasado facilitaría mucho manejo en cámaras y acondicionamiento).
- ❖ Producto con calidad (calibre, defectos, peso neto, variedad, etc.) controlada o verificada y estandarizada.

Estos atributos le facilitan al mayorista el acondicionamiento y almacenamiento de los productos de una manera más eficiente, además los controles de calidad hacen que los productos sean más homogéneos.

La demanda interna de hortalizas se caracteriza por darle mucha importancia a la calidad, luego a la apariencia y en un tercer lugar al precio, según estudios realizados por Pacpymes (Programa de Apoyo a la Competitividad de Pequeñas y Medianas Empresas).

El 78% de los consumidores prefieren las hortalizas frescas, mientras que el restante 22% se divide entre congeladas, industrializadas y semi preparadas. De estos datos podemos ver que el consumidor uruguayo se inclina por los productos frescos y naturales, de una buena calidad, sin necesidad de preparaciones previas.

En Uruguay hay un gran incremento en la promoción de la salud a través del consumo de hortalizas, se ha participado en congresos, como el “Congreso Panamericano de Promoción del consumo de frutas y hortalizas” en 2007 apoyado por la OMS (Organización Mundial de la Salud) y la OPS (Organización Panamericana de Salud). Además se han realizado experiencias en municipios sobre el consumo de hortalizas apoyado por OPS, con el objetivo de promocionar una alimentación saludable a través del consumo de frutas y hortalizas. Según estudios realizados por el Programa Nacional de Nutrición del Ministerio de Salud Pública, el consumo de frutas y hortalizas es aproximadamente de unos 250 gramos por persona, por día, cantidad que es inferior a los 400 gramos recomendados por la OMS.

La Sociedad Uruguaya de Hortifruticultura ha tomado estas iniciativas para que la demanda por las hortalizas en Uruguay aumente, contando con el apoyo del MSP (Ministerio de Salud Pública).

La estacionalidad de este tipo de producto también constituye un factor importante en su comercialización ya que según la estación la producción de algunas especies aumenta y otras disminuyen, lo que significa que a medida que nos acercamos a la estación de cosecha los precios bajan y si nos alejamos de la época de cosecha los precios

aumentan. Esto influye también en los filtros de otorgación de cupos previamente mencionados, el gobierno asignará cupos de importación de ciertas especies hortalizas en época en que no haya cosecha de producción nacional uruguaya, y a su vez los cupos se verán disminuidos o anulados en las épocas de cosecha.

El **Ministerio de Agricultura y Pesca** tiene un Proyecto Producción Responsable: Manejo Integrado de los Recursos Naturales y la Biodiversidad **Objetivo del proyecto** Promover la adopción de sistemas de manejo integrado de los recursos naturales y la biodiversidad, sostenibles desde el punto de vista social, económico y ambiental.

En sistemas agrícolas bajo riego, Producción Responsable financia actividades dirigidas a mejorar el manejo de los recursos naturales. Entre las prácticas financiadas se incluyen:

- Inversiones en prácticas mejoradas en manejo de suelos bajo riego
- Tecnología de riego para mejorar la eficiencia de uso del agua
- Inversiones para expandir la diversificación de los cultivos de alto valor, como hortalizas y frutales
- Inversiones para consolidar y expandir las áreas de agricultura de riego desarrolladas en PRENADER

Por otra parte esta la intervención del IPES que es una organización que busca mejorar la seguridad alimentaria y nutricional que promueve y facilita la inclusión de la Agricultura en la gestión territorial y la planificación física, el aprovechamiento de residuos orgánicos para la producción de insumos, la diversificación y optimización de las fuentes de agua para el riego, el fortalecimiento de cadenas productivas, la creación y/o fortalecimiento de organizaciones de productores y la mejora en el acceso a capital.

Una de las Áreas Temáticas del IPES es la gestión de residuos se refiere al control y manejo de todo el ciclo de los residuos, desde la generación, separación en la fuente, almacenamiento, recolección selectiva, transporte, tratamiento, reciclaje, transferencia hasta la disposición final; utilizando tecnología adecuada y procedimientos que impliquen el menor impacto negativo.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Las hortalizas se pueden consumir en estado fresco, cocido o conservado, la calidad de la mayoría de las hortalizas está vinculada a su estado fresco y natural, ya que de esta manera es que aportan las fibras, minerales y vitaminas que son importantes para la dieta humana.

Por otra parte existe un pequeño consumo que viene en aumento de hortalizas en forma industrializada, ya sean congeladas o pre cocidas.

1.2. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES

Los importadores se enfocan mucho en la relación calidad – precio, dándole más importancia a la calidad porque el mercado uruguayo es muy exigente en este sentido.

Este tipo de productos son importados más que nada de Brasil y Argentina debido a costos de flete. Además el importador comenta que en Argentina están más preparados para el mercado Uruguayo. Menciona que conoce la oferta Chilena, algunos consideran que falta disposición y rapidez para concretar los negocios.

1.3. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO

Sobre épocas de consumo, se tiende a consumir más hortalizas en verano, pero también depende del producto, ya que las zanahorias por ejemplo mantienen su consumo durante todo el año.

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

De la producción total de hortalizas en el Uruguay se destina un 94% al mercado interno, un 5 % a la industria y un 1% para exportaciones (fuente: MGAP).

De estos datos podemos concluir que la mayor parte del consumo de hortalizas se dirige a los hogares, por lo cual el minorista es fundamental en la cadena de distribución, ya que es el que llega a los hogares.

Como ya comentamos, el 75% de las transacciones nacionales agropecuarias se realizan en el Mercado Modelo (Mayorista), esto demuestra que es un agente importante dentro de la distribución de productos.

En la cadena de distribución de hortalizas en general el importador va directamente al Mercado Modelo (Mayorista) este gestiona directamente con los minoristas (almacenes, ferias, etc.), en el caso de los supermercados, puede existir un distribuidor y/o importador.

El margen de comercialización desde el importador al consumidor final no baja del 70%, este aumentará dependiendo del canal de distribución que se opte por tomar.

VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Precios en el Mercado Modelo Marzo 2012

Producto	Calibre	Categoría	Unidades	Precio
Zanahoria	Grande	Primera	US\$ / KG	1,0
Zanahoria	Grande	Segunda	US\$ / KG	0,66
Zanahoria	Mediano	Segunda	US\$ / KG	0,41
Lechuga	12 plantas	Especial	US\$ / Cajón	9,4
Lechuga	12 plantas	Primera	US\$ / Cajón	7,9
Pepino	Mediano	Especial	US\$ / KG	1,0
Pepino	Mediano	Primera	US\$ / KG	0,71
Nabo	Mediano	Primera	US\$ / Doc.	20,5
Nabo	Mediano	Segunda	US\$ / Doc.	13,3

Precios consumidor final EN SUPERMERCADO (Tipo de cambio 19,50)



Kg . \$47.- DOLARES 2,41



Atado \$28.-DOLARES 1,43



Kg \$33 DOLARES 1,69

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

El mercado uruguayo de hortalizas como lo hemos demostrado tiene una demanda muy exigente en cuanto a la calidad de los productos, y luego el precio. Es por esto que la principal estrategia es identificar a los productos de origen chileno como productos de alta calidad de manera de explotar esa característica del mercado. (Ej: productos sin uso de fungicidas, orgánicos, etc.)

Algunas empresas uruguayas han empezado a comercializar las hortalizas envasadas para generar una imagen de marca, y que los consumidores identifiquen los productos de forma más rápida, creando una lealtad hacia la marca. Esta es una buena estrategia, que está basada en el Packaging, se podría crear un envase donde se puedan identificar a los productos chilenos como homogéneos en su calidad.

Debemos tener en cuenta que puede existir alguna desventaja de esta estrategia, la mayoría de los consumidores no están acostumbrados a comprar hortalizas envasadas ya que dan la sensación de que no son tan frescas y naturales como las otras.

Sobre la promoción de los productos, no es común promocionar este tipo de productos en publicidad, es por esto que se debería aprovechar las campañas que están realizando el Ministerio de Salud Pública, junto con la OMS, y la Sociedad de Hortifruticultura del Uruguay, para aumentar el consumo de hortalizas poniendo como base que son una parte fundamental de una buena alimentación.

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Frescas

Zanahoria



Lechuga



Pepinos



Nabos



Envasada



Bandeja de zanahoria envuelta con papel film, lavadas.



Zanahorias cortadas y peladas en envase de plástico



Pepinos en bandeja



Lechugas en bolsas.

X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Primeramente se recomienda realizar un estudio de mercado para ver la situación actual del país con respecto a la demanda del producto y el nivel de importaciones que tiene el país, analizando la flexibilidad y rango de precios de estos productos y la conveniencia de exportación a Uruguay, conociendo la competencia que existe dentro del mismo.

Esto debe ser acompañado con reuniones:

- La Dirección General de Servicios Agrícolas del Ministerio de Ganadería, que es una de las encargadas de realizar los filtros de otorgación de cupos.
- Mercado Modelo que el mayorista más importante,
- Supermercados, y/o importadores, para estar en contacto con posibles compradores.

XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

La feria específica para estos productos son las ferias barriales que se realizan una vez por semana en distintas zonas. Los feriantes pueden ser productores y/o compradores del Mercado Modelo.

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

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Servicios Agrícolas del Ministerios de Ganadería, Agricultura y Pesca. <http://www.mgap.gub.uy/DGSSAA/index.htm>

Sociedad Uruguaya de Hortifruticultura. <http://www.suhfuruguay.org.uy/>

Mercado Modelo (Mayorista). <http://www.mercadomodelo.net/>

Frutos del Litoral. <http://www.frutosdelitoral.org.uy/inicio>

Documento Elaborado por: Ana Vidal / avidal@prochile.gob.cl