
Estudio de Mercado Lana en Uruguay

Mayo 2011

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>	4
1. Arancel General:	4
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
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	7
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	7
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	8
1. Estadísticas 2010	8
2. Estadísticas 2009	8
3. Estadísticas 2008	9
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	9
1. Potencial del producto.	9
1.1. Formas de consumo del producto.	11

1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.).....	11
1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....	11
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....	11
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.	11
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución</i>	<i>12</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i>	<i>12</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i>	<i>13</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>13</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones.....</i>	<i>14</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>14</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i>	<i>15</i>

PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

[51011100](#) - Lana esquilada

[51052910](#) - Tops

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

51011 - Lana sucia, incluida la lavada en vivo:

5102 - Pelo fino u ordinario, sin cardar ni peinar

510529 - Tops de lana peinada.

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

510111 – Lana sucia, esquilada

5105291011 – Lana peinada tops.

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:

Tasa global arancelaria (TGA)

Es un arancel global resultado de la suma de dos tributos: recargos (adicional y mínimo) e IMADUNI (Impuesto Aduanero Único a la Importación). La TGA se publica cada año con el Arancel Externo Común del MERCOSUR (es importante destacar que recargos e IMADUNI son los tributos negociables en el ámbito del MERCOSUR). Su liquidación se realiza sobre el valor en aduana, salvo casos especiales que determina el PE en que se toman fictos oficiales. En este caso, (con certificado de origen MERCOSUR Chile) la TGA es 0%

Los productos procedentes de extrazona sujetos al régimen general de importación tributarán una Tasa Global Arancelaria (TGA) equivalente al Arancel Externo Común (AEC).

El arancel vigente para ítems 510111011 corresponde 0% para zona y extrazona.

Para los códigos 5101111012 al 5101111019 pagaría extrazona un 8%.

Para los códigos 5105291011 al 5105291019 pagaría extrazona un 10%.

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

Chile – 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.

A partir del 1/01/2009 entra en vigencia el acuerdo todos los productos quedan en cero con la excepción del azúcar y el trigo.

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Uruguay concede las siguientes ventajas arancelarias, según acuerdo:

- Los integrantes del MERCOSUR poseen una preferencia del 100%.
- Tratado de Libre Comercio entre MERCOSUR y el Estado de Israel, / 2009.
- Tratado de Libre Comercio entre Uruguay y México /2004
- Se otorgan preferencias porcentuales, con respecto al arancel de aduanas vigentes del país importador,

El código 5101111000

Argentina, Ecuador, Colombia, Bolivia, Brasil y Paraguay 100%, Venezuela 73%

El código 5105291000

Argentina, Ecuador, Colombia, Perú, Venezuela, Bolivia, Brasil y Paraguay 100%

4. OTROS IMPUESTOS:

La importación de bienes a Uruguay se encuentra gravada por los siguientes aranceles y tributos.

IMEBA

Impuesto a la enajenación de los bienes agropecuarios; a lanas y cueros ovinos y bovinos - 2,5% más adicionales: 2‰ (Impuesto adicional del 2‰ (dos por mil) creado por el artículo 8º del Título 9) más 4‰ Impuesto adicional del 4‰ (cuatro por mil) creado por el artículo 9º del Título 9. Solo en la 1era enajenación. **Si entra en admisión temporaria no se paga este impuesto.**

I.V.A. importación 22 % Sobre CIF + RECARGOS (DEDUCIBLE).

I.V.A. adelanto 10 % Sobre CIF + RECARGOS (DEDUCIBLE).

La lana sucia esta exenta de I.V.A.

TASA CONSULAR

Las importaciones son el hecho generador de la Tasa Consular de conformidad con el artículo 37 de la Ley N° 17453, de 28/02/2002. Esta tasa se aplica sobre el valor CIF de los bienes importados, y su alícuota está fijada actualmente en el 2%. **Excepciones:** están exceptuados de la Tasa Consular la introducción de bienes al territorio nacional en régimen de admisión temporaria; la importación de bienes de capital de uso exclusivo en los sectores industrial, agropecuario y pesquero y las importaciones de petróleo crudo.

TASA ADUANERA (Tasa por servicios preferenciales y aduaneros)

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: 0,2% (dos por mil) con un límite máximo de U\$S 50.- (cincuenta dólares americanos).

Base imponible: el valor CIF del respectivo Permiso de Importación.

De conformidad con el Decreto N° 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 N° 16.320/92, art. 170; Decreto N° 667/92; y Decreto N° 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\$ 1.000US\$ 12
De US\$ 1.001 hasta	US\$ 2.000US\$ 30
De US\$ 2.001 hasta	US\$ 8.000US\$ 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

La comisión del despachante 1 y ½ % que se paga como honorario.

Tasa por servicios extraordinarios (TSE)

Se aplica en función de tarifas a cobrar de acuerdo al valor declarado en los permisos de importación.

Tasa fija en U\$S a cobrar por despacho de acuerdo a la siguiente escala.

De U\$S 500 hasta	U\$S 1.000	U\$S 12
De U\$S 1.001 hasta	U\$S 2.000	U\$S 30
De U\$S 2.001 hasta	U\$S 8.000	U\$S 48
De U\$S 8.001 hasta	U\$S 30.000	U\$S 108
De U\$S 30.001 hasta	U\$S 100.000	U\$S 240
De U\$S 100.001 en adelante	U\$S 600

Guía de tránsito USD 6,35 fijo por cada operación de despacho

Admisión temporaria

La importación de insumos para la industria de exportación está sujeta a un régimen que permite la importación

sin pago de aranceles. Gracias a este mecanismo, las empresas manufactureras pueden introducir libres de aranceles las materias primas, insumos, partes, piezas, y productos intermedios que utilicen para fabricar productos que luego se exporten. También quedan alcanzados por este régimen los productos que se consuman en el proceso productivo sin incorporarse al producto terminado que se exporte, así como los envases y material de embalaje.

Debe operar bajo este régimen debe obtenerse autorización previa y los productos finales deben exportarse dentro de un plazo de 18 meses.

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

No existe ningún impedimento para traer lanas.

REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

En el formulario de lanas y cueros se deben especificar precio, origen, peso, detalle de la mercadería, etc. Las exigencias sanitarias son distintas, variando según el país de origen y el estado del producto.

Las certificaciones exigidas son:

- Establecimientos habilitados por el organismo competente del país.
- Animales sanos
- Bolsas limpias
- Sin mezcla de productos

Una vez cumplidos estos requisitos el MGAP otorgara la Resolución, que será enviada al exportador para que la adjunte a la mercadería. A demás, en la aduana se deben presentar los certificados de DGI, BPS, BSE, factura Proforma y NCM.

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

La autorización para importar se debe solicitar en el Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca (MGAP).

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)



IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

1. ESTADÍSTICAS 2010

510111

Lana esquilada, sucia.

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg. Netos)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Brasil	704.769,00	1.603.955,50	46,87
Argentina	641.846,10	1.190.277,38	42,69
Islas Malvinas	19.638,00	182.776,50	1,31
Australia	53.983,00	120.704,90	3,59
Peru	54.380,00	96.188,70	3,62
Mexico	28.950,00	35.608,50	1,93
Total	1.503.566,10	3.229.511,48	100

Fuente: Mercosur Online

No hubo importaciones del código 5105291011 en 2010.

2. ESTADÍSTICAS 2009

510111

Lana esquilada, sucia.

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg. Netos)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Argentina	817.897,00	1.158.856,86	57,83
Brasil	489.657,00	845.124,02	42,17
Total	1.307.554,00	2.003.980,88	100

Fuente: MERCOSUR online

No hubo importaciones del código 5105291011 en 2009.

3. ESTADÍSTICAS 2008

510111

Lana esquilada, sucia.

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg. Netos)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Argentina	578.164,00	736.609,36	77,59
Brasil	127.514,00	212.713,97	22,41
Total	705.678	949.323,33	100

Fuente: MERCOSUR online

5105291011

Tops de lana peinada.

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg. Netos)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Luxemburgo	395,00	12.92138	100,00
Total	395,00	12.921,38	100,00

Fuente: MERCOSUR online

V ■ POTENCIAL DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO

Las lanas finas y superfinas tienen cada vez mayor demanda en el mundo debido a sus notables bondades, que la hacen una fibra amigable y apropiada para su variable uso en todos los climas. La lana de oveja, fibra 100% natural, tiene una participación de un 2% del mercado mundial de fibras textiles. Por lo tanto podemos afirmar que estamos frente a un nicho de mercado cuyos clientes finales buscan productos exclusivos y de alta gama. Con el fin de ajustar las lanas a los requerimientos de la demanda, el sector de producción de ovejas Merino ha realizado una gran mejora genética, pero continúa innovando para poder competir con otras fibras destinadas a la alta gama de productos y prendas de vestir.

Gracias a estas mejoras y a la competitividad que adquiere cada vez más la lana uruguaya, se hace más importante en el mercado mundial. Éste es quien fija el precio, que cada vez es más elevado. Sin embargo, el balance del año 2010 para el lanar presenta un desencuentro entre los excelentes precios para estos productos y los volúmenes de producción, que no han acompañado la demanda. Esto se debe a que hubo un descenso del stock ovino,

generando un ajuste a la baja en los volúmenes de producción que se ubican en los mínimos históricos para el rubro. Para junio de 2010, el stock cayó el 9%, significando 7,70 millones de cabezas, 928 mil lanares menos que un año atrás, según DICOSE (Dirección de Contralor y Semovientes).

Año	Total de ovinos
2010	7.709.527
2009	8.637.291
2008	9.394.758
2007	10.322.776
2006	11.089.304

Fuente: DICOSE

La producción de lana está estrechamente vinculado a la evolución del stock y las predicciones preliminares para el 2010 la ubican en 30 millones de kilos, 15% menos que en 2009. Sin embargo, la industria lanera aumentaría los volúmenes exportados a partir del incremento de la importación de materia prima. La CMPP (Cámara Mercantil de Productos del País) ubicó el cierre de la zafra comercial 09/10 con un volumen exportado del 12% arriba que en la zafra anterior.

El precio promedio de los tops llegó en 2010 a US\$ 5,6 por Kg., lo que significa un 28% más que el promedio de 2009. Sin embargo, el grado de continuidad de la subida será determinado por el paso en el cual la economía mundial se recupera y el nivel de competición de fibras alternativas, como el poliéster y el algodón. Estos han incrementado su demanda en los últimos años, desplazando a la lana. El área mundial de algodón se espera que aumente en un 8% a 32,6 millones de hectáreas en la campaña 2010/11, impulsado por un aumento significativo de los precios de este. Además, en los últimos dos años un mejor precio de la carne ovina de Australia y China repercutió en una disminución de la población de ovinos, disminuyendo así la oferta mundial de lana, por lo que los precios aumentaron. Con la recuperación en la economía se espera que la demanda global de lana mejore, lo que permitirá mantener los precios por encima de los anteriores periodos.

Asimismo, si bien la competencia mundial de lana es fuerte, Uruguay es un fuerte productor, ocupando un lugar importante en el mercado. La producción de lana se lleva a cabo en alrededor de cien países en todo el mundo, generándose aproximadamente 2,2 millones de toneladas anuales. Sin embargo, la producción lanar ha disminuido en el mundo, por lo que la demanda ha crecido últimamente. Los mayores países consumidores de lana en el momento son China Hong Kong, Estados Unidos, Japón, Italia, Alemania, Turquía y Reino Unido.

Uruguay actualmente, gracias a la baja capacidad de la industria local, importa la mayor parte de la lana sucia que utiliza, proveniente de Australia, cuyos precios incrementaron en más del doble, Perú, Argentina, Brasil, Alemania e Inglaterra.

Uruguay se vería muy beneficiado si encontrara nuevos productores a los cuales pueda comprarles lana sucia a menor precio. Consultando con los productores uruguayos se notó que hay un gran interés en importar lana chilena, y que se verían muy beneficiados si se lograra un acuerdo con la producción de este país.

Consultados los productores chilenos, estos manifestaron que efectivamente existe un interés en exportar lana sucia hacia Uruguay. La Asociación Ganadera de Magallanes actualmente exporta principalmente a China y Europa, difiriendo el precio por kilo entre ambos destinos, siendo US\$ 2.78 hacia China y US\$ 5.34 hacia Europa. La venta es a través de carta de crédito, por lo que se facilita el pago a los compradores.

Pero no solo el menor precio generaría beneficios para los productores uruguayos, sino que saben que la lana chilena es de excelente calidad, sobre todo la del sur del país, por lo que habría un interés mayor ya que esto permite mayor competitividad.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

La lana que se produce en Uruguay es exportada íntegramente a distintas partes del mundo en forma de tops, para luego ser usada por los compradores.

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

No se aplican nuevas tecnologías a la presentación y comercialización del producto, ya que las ventas de tops son directamente con el cliente.

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

La lana chilena está muy bien conceptuada por los productores uruguayos, quienes prefieren la lana del sur chileno por su excelente calidad. Estos sugieren que se establezcan mejores tratados para la comercialización de la lana chilena, ya que de haberlos, se verían muy beneficiados.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

Como éste producto se exporta a todo el mundo, las temporadas no cambian mucho el consumo, que se mantiene parejo a lo largo del año.

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

Este producto es exportado desde Uruguay a diversas partes del mundo. Los más importantes compradores son Europa y Asia, principalmente Irán, China, Japón, Corea, Alemania, Reino Unido y Turquía.

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

El importador busca adquirir directamente la lana con el productor, consiguiendo el mejor precio del mercado y evitando de esta manera los intermediarios.

Luego de tener la mercadería puede ser en zona franca o admisión temporaria,

- a) en algunos casos lavan la peina y la exportan
- b) en otros la exporta sucia tal como llega.

El importador compra lana sucia, la lava y la peina y la vende al exterior los precios se los rige el mercado.

Los tops de lana producidos en Uruguay son exportados en contenedores que se entregan directamente al comprador.



VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Precio del mercado lanero uruguayo

<http://www.sul.org.uy/mercados/pmu.pdf>

Mercado lanero australiano remates especial de lana neocelandesa

<http://www.sul.org.uy/mercados/informe.pdf>

Precios de lana vellón en Australia – Base sucia
<http://www.sul.org.uy/mercados/est.pdf>

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Publicitan en la revista Twist / WOOL RECORD para ofrecer la lana al mundo.
<http://www.inteletex.com/Newsindex.asp?mode=filter&filter=publication&id=7>

Las empresas exportadoras participan en Ferias Internacionales y/o hacen misiones comerciales.

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

La lana se selecciona, se lava y es procesada en peinaduras donde se utiliza maquinaria de última tecnología para resaltar las características del producto y obtener tops que cumplan con las más altas exigencias del mercado.



X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

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

- hacer un análisis previo de mercado (precios, definición del lugar geográfico de mayor competitividad),
- obtener un contacto inicial con los importadores,
- conocer los requisitos para la importación (sanitarios, registros sanitario y de marca).

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

Expo Prado 2011: del 7 al 18 de setiembre de 2011 –
Predio de Exposiciones y Eventos Rural del Prado.
Oficina de Exposiciones
Eventos, exposiciones, remates, conferencias, etc.
Asociación Rural del Uruguay
Contacto: Tel. (0598) 2336 6560 / 63

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

Por más información contacto@zonaeventos.com

XIII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Visitar la página de ALADI para ver los acuerdos y aranceles:

http://www.aladi.org/nsfaladi/textacdos.nsf/textacdos2004?OpenPage&ExpandSection=1&AutoFramed#_Section1

La página Web información general, productos y estadística

<http://www.mercosuronline.com/>

<http://www.uruguayxxi.gub.uy/>

<http://www.ine.gub.uy/>

<http://dpc.mrree.gub.uy/>

Secretaria Uruguayo de la Lana (SUL)

www.sul.org.uy

Documento Elaborado por: Ana Vidal / avidal@echileuy.com.uy