



# **PERFIL DE MERCADO SOBRE PREPARACIONES Y CONSERVAS DE PESCADO EN URUGUAY**

**Oficina Comercial del Perú en Montevideo**

**Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú**

**Oficina Ejecutiva de Promoción Económica**

Marzo 2002

**OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN MONTEVIDEO**

Oficina Ejecutiva de Promoción Económica  
Ministerio de Relaciones Exteriores



## INDICE

1. **Acceso al Mercado**
  - 1.1. **Derechos de Importación**
  - 1.2. **Preferencias comerciales otorgadas por Uruguay**
  - 1.3. **Otros gravámenes e impuestos internos a la importación**
  - 1.4. **Normas reguladoras de comercio**
2. **Corrientes de Comercio**
  - 2.1. **Item 1604.13.10.00 Preparaciones y conservas de pescado entero o en trozos (sardinas, sardinelas y espadines en aceite o agua y sal)**
    - 2.1.1. **Importaciones**
    - 2.1.2. **Exportaciones**
  - 2.2. **Item 1604.20.30.00 Preparaciones de y de conservas de pescado (excepto salmones, arenques, sardinas, sardinelas y espadines, atunes, listados y bonitos, caballas y anchoas);**
    - 2.2.1. **Importaciones**
    - 2.2.2. **Exportaciones**
  - 2.3. **Item 1604.20.90.90 Las demás preparaciones y conservas de pescado de sardinas, de sardinelas o espadines (excepto de pescados enteros o en trozos)**
3. **Análisis de la competencia**
  - 3.1. **Item 1604.13.10.00 Preparaciones y conservas de pescado entero o en trozos (sardinas, sardinelas y espadines en aceite o agua y sal)**
  - 3.2. **Item 1604.20.30.00 Preparaciones de y conservas de pescado (excepto salmones, arenques, sardinas, sardinelas y espadines, atunes, listados y bonitos, caballas y anchoas)**
  - 3.3. **Item 1604.20.90.90 Las demás preparaciones y conservas de pescado de sardinas, de sardinelas o espadines (excepto de pescados enteros o en trozos)**
4. **Análisis de la demanda**
  - 4.1. **Perfil del consumidor local**
  - 4.2. **Características del mercado**
  - 4.3. **Volúmenes de importación**



- 4.3.1. **Item 1604.13.10.00 Preparaciones y conservas de pescado entero o en trozos (sardinas, sardinelas y espadines en aceite o agua y sal)**
- 4.3.2. **Item 1604.20.30.00 Preparaciones de y conservas de pescado (excepto salmones, arenques, sardinas, sardinelas y espadines, atunes, listados y bonitos, caballas y anchoas)**
- 4.3.3. **Item 1604.20.90.90 Las demás preparaciones y conservas de pescado de sardinas, de sardinelas o espadines (excepto de pescados enteros o en trozos)**
- 5. **Análisis de la oferta**
  - 5.1. **Características de la oferta**
  - 5.2. **Marcas en el mercado**
- 6. **Recomendaciones a los exportadores**
- 7. **Conclusiones**
- 8. **Listado de Importadores**



El presente perfil de mercado está referido específicamente a las siguientes líneas arancelarias de la partida NCM 16.04 “Preparaciones y conservas de pescado, caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado”, que son las de mayor relevancia en lo que respecta a importaciones efectuadas por Uruguay y de particular interés para el Perú:

- 1604.13.10.00 Preparaciones y conservas de pescado entero o en trozos (sardinas, sardinelas y espadines en aceite o agua y sal);
- 1604.20.30.00 Preparaciones y conservas de pescado (excepto salmones, arenques, sardinas, sardinelas y espadines, atunes, listados y bonitos, caballas y anchoas); y
- 1604.20.90.90 Las demás preparaciones y conservas de pescado de sardinas, de sardinelas o espadines (excepto de pescados enteros o en trozos).

## 1. Acceso al Mercado:

### 1.1 Derechos de Importación:

Item	Ad Valorem CIF %	Derecho Específico %	Base Imponible
1604.13.10.00	16.00	No aplicable	Valor en aduana
1604.20.30.00	16.00	No aplicable	Valor en aduana
1604.20.90.90	16.00	No aplicable	Valor en aduana

### 1.2 Preferencias comerciales otorgadas por Uruguay:

- 1604.13.20.00 Preparaciones y conservas de pescado entero o en trozos (sardinas, sardinelas y espadines en aceite o agua y sal)

País otorgante	Acuerdo ALADI	Beneficiarios	Margen Preferencia
Uruguay	AAP.CE** N° 58	Perú	100 %
Uruguay	AAP.CE N° 18	Argentina, Brasil, Paraguay	100 %
Uruguay	AAP.CE N° 59	Colombia	77% (a partir 1/1/2010)
Uruguay	AAP.CE N° 59	Ecuador	100%
Uruguay	AAP.CE N° 59	Venezuela	66% (a partir del 1/1/2010)
Uruguay	AAP.CE. N° 62	Cuba	33% (preferencia fija)
Uruguay	AAP.CE N° 60	México	50% (excepto con salsa de tomate)
Uruguay	AAP.CE N° 60	México	100% (con salsa tomate)
Mercosur	AAP.CE N° 35	Chile	100%

\*\* Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica



- **1604.20.30.00 Preparaciones y conservas de pescado (excepto salmones, arenques, sardinas, sardinelas y espadines, atunes, listados y bonitos, caballas y anchoas)**

País otorgante	Acuerdo ALADI	Beneficiarios	Margen Preferencia
Uruguay	AAP.CE** N° 58	Perú	100 %
Uruguay	AAP.CE N° 18	Argentina, Brasil, Paraguay	100 %
Uruguay	AAP.CE N° 59	Colombia	77% (a partir 1/1/2010)
Uruguay	AAP.CE N° 59	Ecuador	100%
Uruguay	AAP.CE N° 59	Venezuela	66% (a partir del 1/1/2010)
Uruguay	AAP.CE. N° 62	Cuba	33% (preferencia fija)
Uruguay	AAP.CE N° 60	México	50% (excepto con salsa de tomate)
Uruguay	AAP.CE N° 60	México	100% (con salsa tomate)
Mercosur	AAP.CE N° 35	Chile	100%

\*\* Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica

- **1604.20.90.90 Las demás preparaciones y conservas de pescado de sardinas, de sardinelas o espadines (excepto de pescados enteros o en trozos).**

País otorgante	Acuerdo ALADI	Beneficiarios	Margen Preferencia
Uruguay	AAP.CE** N° 58	Perú	100 %
Uruguay	AAP.CE N° 18	Argentina, Brasil, Paraguay	100 %
Uruguay	AAP.CE N° 59	Colombia	77% (a partir 1/1/2010)
Uruguay	AAP.CE N° 59	Ecuador	100%
Uruguay	AAP.CE N° 59	Venezuela	66% (a partir del 1/1/2010)
Uruguay	AAP.CE N° 62	Cuba	100%
Uruguay	AAP.CE N° 60	México	50% (excepto con salsa de tomate)
Uruguay	AAP.CE N° 60	México	100% (con salsa de tomate)
Mercosur	AAP.CE N° 35	Chile	100%

\*\* Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica

De lo reseñado anteriormente, se desprende que los productos comprendidos en las citadas líneas arancelarias originarios tanto el Perú como de los países del Mercosur, del cual Uruguay forma parte, se benefician de un margen de preferencia del 100%, lo cual significa el acceso libre de derechos al mercado local. Asimismo, gozan de una preferencia arancelaria del 100% Chile en virtud del Acuerdo de Complementación Económica suscrito con el Mercosur y Ecuador como resultado de la aplicación del



programa de liberación bilateral con Uruguay (PL) del ACE N° 59 firmado entre los países de la Comunidad Andina (excluido Perú).

En el caso del Perú, las preferencias arancelarias para las posiciones bajo análisis se incorporaron al Acuerdo de Complementación Económica N° 58, habida cuenta que las mismas figuraban en el Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación N° 33, instrumento jurídico bastante antiguo –de 1987-, por lo que en las negociaciones del referido ACE se limitó a trasladar el denominado “Patrimonio Histórico” de la vieja Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC), instituida por el Tratado de Montevideo 1960, para incluirlo en los mecanismos previstos en la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) creada a través del Tratado de Montevideo de 1980.

En lo que respecta al Mercosur, al integrar Uruguay la referida unión aduanera, los productos originarios del esquema de integración regional reciben un tratamiento en franquicia y aplican a las importaciones procedentes de extrazona el derecho aduanero previsto en el Arancel Externo Común (AEC), salvo que medie una preferencia pactada en un acuerdo comercial específico o esté incluida en las respectivas listas de excepciones.

**1.3 Otros gravámenes e impuestos internos a la importación.-** Los impuestos internos y otros derechos o cargas que el importador deberá pagar en ocasión del despacho de importación son los siguientes:

- Impuesto al Valor Agregado (IVA): 22% aplicado sobre la suma del valor normal en aduana más el arancel aduanero;
- Régimen de Anticipo del Impuesto al Valor Agregado (IVA): 10% aplicado sobre la suma del valor en aduana más el arancel aduanero;
- Impuesto Específico Interno (IMESI): No aplicable en estos casos;
- Tasa Consular: 2% ad valorem CIF hasta el 31/12/09;
- Tasa por Servicios Extraordinarios de la Dirección Nacional de Aduanas: gravamen específico por franjas de valores calculado sobre el valor de cada permiso de importación. La tarifa es la siguiente:

De 500	a 1,000	US\$ 12
De 1,001	a 2,000	US\$ 30
De 2,001	a 8,000	US\$ 48
De 8,001	a 30,000	US\$ 108
De 30,001	a 100,000	US\$ 240
De 100,001	en adelante	US\$ 600

- Tasa por Servicios Preferenciales de la Dirección Nacional de Aduanas: 0,2 ad valorem CIF. La tasa se aplica con un límite máximo de hasta US\$ 50.

**1.4 Normas reguladoras de comercio.-** De la revisión de medidas realizada en base a la información contenida en los Diarios Oficiales arroja los siguientes resultados para los productos comprendidos en las partidas arancelarias referidas anteriormente:

- Decreto N° 141 de 02/04/92.- Requisitos relativos al etiquetado;



- Decreto N° 315 de 05/07/94 y su modificatoria Decreto N° 63/96, Reglamento Bromatológico Nacional.- Registro, certificación sanitaria u otros requisitos para proteger la salud de las personas;
- Decreto 315 de 05/07/94 y su modificatoria Decreto N° 63/96, Reglamento Bromatológico Nacional.- Requisitos relativos al etiquetado;
- Decreto N° 213 de 18/6/97.- Autorización Previa emitida por el Instituto Nacional de Pesca (INAPE) para proteger la salud de las personas;
- Decreto N° 213 de 18/6/97.- Presentación del certificado sanitario oficial extendido o validado por la autoridad competente del país de origen, indicando el medio de transporte y lugar de entrada al territorio nacional de la mercadería;
- Decreto N° 149 de 7/05/97.- Autorización Previa para proteger la salud de las personas; y
- Decreto N° 149 de 7/05/97.- Inspección sanitaria o extracción de muestras para proteger la salud de las personas.

## 2. Corrientes de Comercio

### 2.1 Item 1604.13.10.00 Preparaciones y conservas de pescado entero o en trozos (sardinias, sardinelas y espadines en aceite o agua y sal)

#### 2.1.1 Importaciones

	2005		2006		2007		2008		2009*	
	US\$	%								
Brasil	450,590 39.22		434,847 56.19		600,343 60.87		301,614 32.20		531,397 41.97	
Ecuador	190,811 28.89		157,042 20.29		277,033 28.09		364,417 38.90		498,656 39.38	
Tailandia	0 0.00		0 0.00		31,956 3.24		74,743 7.98		142,876 11.28	
España	17,817 2.70		29,511 3.81		45,228 4.59		28,878 3.08		44,307 3.50	
Perú	0 0.00		145,739 18.83		23,456 2.38		165,956 17.72		32,204 2.54	
Marruecos	0 0.00		0 0.00		0 0.00		0 0.00		6,570 0.52	
ZF Montevid.	0 0.00		0 0.00		2,552 0.26		0 0.00		4,381 0.35	
Alemania	1,162 0.18		3,544 0.46		3,094 0.31		1,118 0.12		4,335 0.34	
Estonia	0 0.00		3,204 0.41		0 0.00		0 0.00		0 0.00	
ZF Florida	0 0.00		0 0.00		2,606 0.26		0 0.00		0 0.00	
<b>TOTAL</b>	<b>660,380</b>	<b>100</b>	<b>773,887</b>	<b>100</b>	<b>986,268</b>	<b>100</b>	<b>936,726</b>	<b>100</b>	<b>1'266,156</b>	<b>100</b>

\*Preliminar Ene-Oct.



Fuente: Aduanas Uruguay  
Elaboración: Embajada del Perú

En el cuadro precedente se puede apreciar un continuo crecimiento en los valores de importación efectuados por Uruguay, habiéndose más que duplicado las compras en el período 2005/2009.

De otra parte, a partir de 2007 se aprecia una mayor diversidad de abastecedores, pero en todo el período bajo análisis la mayor participación de mercado siempre ha sido liderada Brasil y Ecuador con un porcentaje cercano al 80% en promedio, y bastante más lejano España que, además de la distancia geográfica, no se beneficia de ninguna preferencia comercial. Adicionalmente, la línea de conservas procedentes de dicho país está orientada al segmento con mayor poder adquisitivo y no está destinada al consumo masivo como es el caso de las originarias de Brasil.

Es el caso del Perú, es del caso destacar que las colocaciones en el mercado uruguayo muestran una tendencia errática, habiendo logrado su mejor comportamiento en 2008 donde se llegó a cubrir un 18.83% de la demanda interna.

### 2.1.2 Exportaciones:

En el período bajo análisis Uruguay no ha registrado colocaciones de conservas de pescado entero o en trozos comprendidos en esta partida arancelaria, en los mercados externos.

**Item 1604.20.30.00 Preparaciones y conservas de pescado (excepto de pescados enteros o en trozos).**

### 2.2.1 Importaciones

	2005		2006		2007		2008		2009*	
	US\$	%	US\$	%	US\$	%	US\$	%	US\$	%
Perú	633,386	99.56	913,519	100.00	356,935	98.41	2'917,874	98.26	1'801,730	100.00
España	2,796	0.44	0	0.00	5,772	1.59	15,359	2.83	0	0.00
Argentina	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1,733	0.06	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>636,182</b>	<b>100</b>	<b>913,519</b>	<b>100</b>	<b>362,707</b>	<b>100</b>	<b>2'969,685</b>	<b>100</b>	<b>1'801,730</b>	<b>100</b>

\*Preliminar Ene-junio.

Fuente: Aduanas Uruguay  
Elaboración: Embajada del Perú

El cuadro anterior muestra un comportamiento creciente de las importaciones uruguayas en los años primeros cuatro años de la serie estadística y luego las compras externas caen en 2009, aun cuando son datos parciales a junio.



En este segmento de mercado, el predominio del Perú es casi absoluto, constituyendo prácticamente el único abastecedor de un producto que es consumido en Uruguay en forma masiva en los sectores medio-bajo y bajo, dado su costo relativamente barato y alto rendimiento proteico, más aún en épocas donde el comprador promedio está viendo recuperado progresivamente su poder de compra y ahora realiza un consumo “más inteligente y cauto”, en donde el precio tiene una influencia decisiva y se antepone incluso a la marca.

### 2.2.2 Exportaciones:

En el período bajo análisis Uruguay no ha registrado colocaciones de conservas de pescado desmenuzado en los mercados externos.

2.3 Item 1604.20.90.90 Las demás preparaciones de y conservas de pescado de sardinas, de sardinelas o espadines (excepto de pescados enteros o en trozos)

### 2.3.1 Importaciones

	2005		2006		2007		2008		2009*	
	US\$	%	US\$	%	US\$	%	US\$	%	US\$	%
Argentina	441,000 69.12		372,000 22.45		571,000 26.06		166,000 6.40		2,000	0.32
Chile	192,000 30.09		364,00 21.97		344,000 15.70		816,000 31.48		292,000	46.20
Ecuador	0	0.00	8.000	0.48	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Perú	0	0.00	867,000 52.32		1'269,000 57.92		1'590,000 61.34		294,000	46.51
Francia	5,000	0.79	46,000 2.78		7,000 0.32		20,000 0.78		44,000	6.96
<b>TOTAL</b>	<b>638,000</b>	<b>100</b>	<b>1'657,000</b>		<b>2'191,000</b>	<b>100</b>	<b>2'592,000</b>	<b>100</b>	<b>632,000</b>	<b>100</b>

\*Preliminar Ene-Jun

Fuente: Aduanas Uruguay

Elaboración: Embajada del Perú

El cuadro precedente muestra un crecimiento de las importaciones locales, con excepción de 2009 que tiene datos preliminares a junio. Es importante anotar que en este rubro el Perú ha mantenido una participación de mercado del 50 por ciento en promedio, con colocaciones que han ido en crecimiento especialmente en el trienio 2006-2008, período en el cual las exportaciones casi se duplicaron. La principal competencia proviene de Argentina y Chile que cubren casi la otra mitad del mercado importador.



### 3. Análisis de la competencia

#### 3.1 Item 1604.13.10.00 Preparaciones y conservas de pescado entero o en trozos (sardinas, sardinelas y espadines en aceite o agua y sal)

Como ha sido señalado anteriormente, la principal competencia proviene de Brasil y Ecuador. A título ilustrativo y referencial, para el 2008, el precio unitario promedio CIF fue de US\$ 15.83 por caja de 50 unidades y de aproximadamente US\$ 0.33 por lata de 130 grs. A efectos comparativos, se debe señalar que en el año 2008 el valor CIF promedio por kilo neto ha sido el siguiente:

- Perú : US\$ 1.47
- Brasil : US\$ 1.91
- Ecuador: USD 1.55
- España : US\$ 2.32

Como se observa, el precio promedio el kilo neto peruano es bastante competitivo, no obstante tener que enfrentar la competencia de exportadores localizados en un país vecino como Brasil que le proporciona una ventaja de poder trasladar su mercadería con costos de fletes menores, insumos con un costo inferior, como es el caso del envase (lata), así como con tiempos de entrega más rápidos por la utilización de transporte carretero. En el caso de la conserva española, de mayor precio, ya fue mencionado que la misma se orienta a un segmento de consumidores más sofisticado, con mayor poder de compra, pero igualmente con un porcentaje de participación de mercado mucho más pequeña.

#### 3.2 Item 1604.20.30.00 Preparaciones de y conservas de pescado (excepto salmones, sardinelas y espadines, atunes, listados y bonitos, caballas y anchoas)

En el caso de las preparaciones y conservas de pescado comprendidas en esta posición arancelaria, el Perú ha marcado un precio unitario CIF referencial aproximado de US\$ 12.49 por caja de 50 unidades y aproximadamente US\$ 0.90 por lata de 170 grs. de contenido. El precio promedio por kilo neto durante el 2008 ha sido aproximadamente de US\$ 1.53

Como ha sido señalado con anterioridad, el Perú no tiene competencia en este rubro y tiene un dominio del mercado desde hace varios años. No obstante, es importante asegurar a los importadores locales el aprovisionamiento permanente de las conservas peruanas para evitar cualquier reorientación de la demanda hacia otros abastecedores – muy probablemente Brasil o algún país del Asia como Tailandia-, cuyos costos pueden ser competitivos, aun cuando la calidad y presentación son inferiores al producto peruano.

#### 3.1 Item 1604.20.90.90 Las demás preparaciones y conservas de pescado de sardinas, de sardinelas y espadines (excepto de pescados enteros o en trozos)

Como ha sido mencionado precedentemente, la principal competencia proviene de Brasil y Ecuador. A título ilustrativo y referencial, para el 2008, el precio unitario promedio CIF aproximado es de US\$ 11.83 por caja de 50 unidades y de



aproximadamente US\$ 0.80 por lata de 130 grs. A efectos comparativos, se debe señalar que en el 2008 el valor CIF promedio por kilo neto ha sido el siguiente:

- Perú : US\$ 1.48
- Argentina : US\$ 1.86
- Chile: USD 1.69

Como puede ser observado, el precio promedio del kilo neto peruano también es bastante competitivo, no obstante tener que enfrentar la competencia de exportadores, uno localizado en un país socio en el Mercosur (Brasil) y a las conservas chilenas, que les permite exportar con menores costos de fletes, insumos con un costo inferior, como es el caso del envase (lata), así como con tiempos de entrega más rápidos por la utilización de transporte carretero.

#### **4. Análisis de la demanda:**

**4.1 Perfil del consumidor local.-** Tras la profunda recesión que sacudió al país entre 2002 y 2005, los consumidores han debido ajustar hoy en día sus gastos en alimentación a un presupuesto más realista por el deterioro de su capacidad de compra, la que ahora comienza a revertirse. De todas formas, esta situación ha determinado que el consumidor asuma una actitud más racional y cuidadosa al momento de efectuar sus compras, debiendo anteponer el precio a la marca.

De las entrevistas sostenidas con importadores locales, éstos han señalado que la franja de consumidores de los productos bajo análisis, el precio resulta determinante, teniendo en consideración que el Uruguay se ha convertido más en un “mercado de precios” que de “calidad”. En este sentido, ubicar los productos baratos en los puntos de venta con menor visibilidad en una góndola ya no es una opción. Generar ofertas y reducir ganancias, son dos aspectos que se manejan en todas las cadenas de supermercados y almacenes –principal canales de distribución y de venta minorista- con el fin de mantener la fidelidad de los clientes, lo cual obliga a los importadores a tener que ajustarse a las nuevas condiciones del mercado.

En lo que respecta a las preferencias del consumidor local de conservas de pescado, especialmente los del segmento medio y bajo, el comprador medio está más acostumbrado al consumo de graded de sardinas, sea con agua y sal o con aceite vegetal.

De otro lado, se ha constatado que es bastante escasa la demanda por conservas de pescado en salsa de tomate, lo mismo que para las conservas de anchoas. Asimismo, en los contactos establecidos con importadores locales se ha determinado que existe un mercado pequeño para las “exquisiteces” (calamar, pulpa de centolla, camarones, cangrejos, entre otros), salvo en Punta del Este que podría representar un nicho de mercado excelente en temporada estival por la gran afluencia de turistas extranjeros, especialmente argentinos y brasileños, con gran poder adquisitivo y gustos exigentes y refinados.



## 4.2 Características del mercado

Los envases con mayor demanda y potencial en el mercado interno son: ¼ club de 130 gramos; redondo con 170 gramos de contenido en aceite natural; oval en aceite vegetal de 425 gramos de contenido; y tall en agua y sal de 450 gramos de contenido.

El mayor consumo de conservas se verifica en los últimos meses del año y hasta semana santa (semana de turismo en Uruguay), en tanto las mismas se utilizan para la preparación de platos frescos, sean con ensaladas o mezcladas con arroz que constituye un menú sustancioso y nutritivo para los sectores de menores ingresos.

En esa medida, si bien los importadores realizan adquisiciones durante todo el año, hay una tendencia a concentrar las compras entre noviembre y diciembre y primeros meses del año.

## 4.3 Volúmenes de importación

### 4.3.1 Item 1604.13.10.00 Preparaciones y conservas de pescado entero o en trozos (sardinas, sardinelas y espadines en aceite o agua y sal)

	2005	2006	2007	2008	2009*
Kilos netos	378,323	456,894	492,238	472,870	500,255

\*Preliminar Enero-Octubre.

Fuente: Aduanas Uruguay

Como en el caso de los valores de importación, la curva de volúmenes de compra fue ascendente –con excepción del 2008 año en el que se percibe el impacto de la recesión económica global, en particular a partir del tercer trimestre del año- hasta el 2009 cuando comienza la fase de recuperación.

No obstante, a medida que se vaya consolidando la reactivación económica y los salarios reales se recuperen progresivamente, es de prever que las importaciones seguirán un curso creciente, teniendo en cuenta que el consumo de este tipo de productos está interiorizado en el consumo básico de sectores medios y bajos de la población.

### 4.3.2 Item 1604.20.30.00 Preparaciones y conservas de pescado (excepto salmones, arenques, sardinas, sardinelas y espadines, atunes, listados y bonitos, caballas y anchoas)

	2005	2006	2007	2008	2009*
Kilos netos	493,076	599,860	268,306	1'851,018	1'085,984

\* Preliminar Enero-Octubre

Fuente: Aduanas Uruguay

En lo que respecta al ítem precedente, en particular el graded de sardinas, también se aprecia un crecimiento de los niveles de consumo del rubro en cuestión, el cual casi se triplica en el 2008 y muestra niveles interesantes en el presente año, faltando completar los datos de 2009.



Teniendo en consideración que este producto tiene una demanda elevada en el mercado interno, incluso mayor que la de conservas de pescado entero o en trozos, también era de esperar una franca recuperación de las compras externas que en 2005, por citar un año posterior a la crisis, si situaba en alrededor de medio millón de kilos netos.

#### **4.3.3 Item 1604.20.90.90 Las demás preparaciones y conservas de pescado de sardinas, de sardinelas o espadines (excepto de pescados enteros o en trozos)**

	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009*</b>
Kilos netos	4,058	699,161	948,990	364,983	47,078

\* Preliminar Enero-Octubre

Fuente: Aduanas Uruguay

En lo que respecta a las demás preparaciones y conservas de pescado, se observa un comportamiento oscilante, con volúmenes significativos importados en los años 2006 y 2007, pero declinante en 2008 y con una acentuada disminución en los primeros diez meses del presente año.

### **5. Análisis de la oferta:**

#### **5.1 Características de la oferta**

La oferta local sustentada en producción interna es inexistente, razón por la cual la oferta de conservas es íntegramente satisfecha con importaciones. En estas circunstancias, el consumo aparente equivale a las adquisiciones que se efectúan desde el exterior.

#### **5.2 Marcas en el mercado**

El mercado interno ofrece a los consumidores diversas marcas, la mayor cantidad de ellas propiedad de las empresas importadoras y las menos con marcas de origen. En todo caso, es importante señalar que existe una tendencia marcada a utilizar las marcas de los importadores y distribuidores (marcas blancas), razón por la cual es preferible utilizar esta opción como parte de la estrategia de penetración y posicionamiento en este mercado.

En el caso de las conservas procedentes de Brasil hay dos marcas conocidas: Coqueiro y Gomes da Costa, mientras que de España proviene la marca Calvo. El resto de conservas son comercializadas con marcas propias de los importadores, para lo cual los exportadores realizan el trabajo de envasado y etiquetado, señalando el origen del pescado con el que fue procesado.

### **6. Recomendaciones a los exportadores.**

A continuación se formulan algunas recomendaciones importantes a los exportadores peruanos para incorporarlas en sus estrategias de venta y comercialización de conservas de pescado el mercado uruguayo:

- Cumplir estrictamente los contratos y asegurar garantía de suministro para no afectar la imagen del exportador peruano.



- Cotizar FOB, ya que importador uruguayo consigue fletes más baratos por vía marítima.
- Resaltar calidad, precio competitivo y presentación del producto peruano.
- Tomar contacto directo con importadores a través visitas empresariales, con apoyo de esta Embajada.
- Para bajar costos ofertar sin “fast open” y sin envase de cartón. Sólo con etiqueta, de preferencia con marca del importador.
- Utilizar entre dos o tres agentes de distribución como máximo y no otorgar derecho de exclusividad en la comercialización del producto.
- Consolidar carga en contenedores, ofreciendo la posibilidad de que los importadores uruguayos puedan incluso distribuir hacia el sur del Brasil.
- Iniciar negocios, en un comienzo, a través de carta de crédito a la vista e irrevocable.

## 7. Conclusiones

A la luz del análisis realizado en el presente perfil de mercado se pueden arribar a la conclusión principal de que existe un potencial interesante de expansión para las exportaciones peruanas de preparaciones y conservas de pescado en el mercado uruguayo.

Adicionalmente, se ha comprobado que el tamaño de las unidades contenidas en la conserva peruana es más grande y sabrosa que la procedente de Brasil que es el directo competidor al que se podría disputar una mayor participación de mercado.

De lo que se trata es de atender una demanda interna que está recuperando progresivamente su poder de compra, con un producto de precio muy competitivo, con una presentación adecuada y simple que contribuya a la disminución de costos que busca el importador local y, sobretodo, asegurándole una garantía de suministro durante todo el año que es una de sus preocupaciones permanentes.

En el caso de las conservas del grated de sardinas, las posibilidades de crecimiento son igualmente atractivas, teniendo en consideración que se trata de un producto de consumo masivo a bajo costo, con alto rendimiento proteico y muy interiorizado en los hábitos de consumo de la población con menores recursos.

Finalmente, en función de los volúmenes de exportaciones que pudieran manejarse teniendo en cuenta las condiciones del mercado (oferta y demanda de los productos antes citados), cabría tener muy presente la posibilidad de utilizar el puerto de Montevideo como centro de distribución y comercialización de conservas peruanas. Es importante destacar que el Puerto de Montevideo ofrece ahora condiciones bastante competitivas en materia de costos y logística que puede resultar provechoso no solamente para la comercialización de este producto y otros más de nuestra oferta exportable en el mercado uruguayo sino con proyección al resto de mercados del Mercado Común del Sur – MERCOSUR.

## 8. Listado de importadores

EMPRESA: AUGUSTO COELHO IMPORTADORES S.A.

DIRECCION: Avda. Gral Rondeau 1822

TELEFONO: (00598-2) 9241675



FAX: (00598-2) 9241676  
EMAIL: [acisa@adinet.com.uy](mailto:acisa@adinet.com.uy)  
CONTACTO: Lilian Muslera Encargada de Negocios con el Exterior

EMPRESA: SUPERMERCADO DISCO DEL URUGUAY S.A.  
DIRECCION: Jaime Zudáñez 2627  
TELEFONO: (00598-2) 7117250  
FAX: (00598-2) 7117903  
EMAIL: [gamps@disco.com.uy](mailto:gamps@disco.com.uy)  
CONTACTO: Gerardo Camps, Gerente de Importaciones

EMPRESA: ALTAMA S.A.  
DIRECCION: Carlos Quijano 1219  
TELEFONO: (00598-2) 9013139  
FAX: (00598-2) 9013139 Anexo 10  
EMAIL: [altama@altama.com.uy](mailto:altama@altama.com.uy)  
CONTACTO: Francisco Rodríguez, Gerente Comercial

EMPRESA: SOLDADO HNOS. S.A.  
DIRECCION: Yapeyú 460, Montevideo  
TELEFONO: (00598-2) 3090022  
FAX: (00598-2)3090022 Anexo 117  
EMAIL: [soldo@soldo.com](mailto:soldo@soldo.com)  
CONTACTO: Juan Gabriel Soldo, Director

EMPRESA: DISTRIBUIDORA SAN JOSE S.A.  
DIRECCION: Nicolas Guerra y Santiago Vázquez SAN JOSE  
TELEFONO: (00598-34) 22107  
FAX: (00598-34) 23792 - 22728  
EMAIL: [ventas@cololo.com.uy](mailto:ventas@cololo.com.uy)  
CONTACTO: Marcelino Aldaz, Jefe de Importaciones

EMPRESA: LEOPOLDO GROSS Y ASOCIADOS  
DIRECCION: Venezuela 1211  
TELEFONO: (00598-2) 9246090  
FAX: (00598-2) 9246617  
EMAIL: [jtarrabo@leopoldogross.com.uy](mailto:jtarrabo@leopoldogross.com.uy)  
CONTACTO: Jessica Tarrabo, Jefa de Importaciones

EMPRESA: REGIONAL SUR  
DIRECCION: D. Antonio Larrañaga 3624  
TELEFONO: (00598-2) 5085083  
FAX: (00598-2) 5063621  
EMAIL: [regional@adinet.com.uy](mailto:regional@adinet.com.uy)  
CONTACTO: Graciela Quintana, Gerente de Comercio Exterior

EMPRESA: PONTYN S.A.  
DIRECCION: Capitán Lacosta 4841  
TELEFONO: (00598-2) 2224955  
FAX: (00598-2) 2224956  
EMAIL: [drama@pontyn.com.uy](mailto:drama@pontyn.com.uy)



CONTACTO: Daniel Rama, Director

EMPRESA: NIDERA URUGUAYA S.A.

DIRECCION: Rambla 25 de Agosto 440

TELEFONO: (00598-2) 916 0288

FAX: (00598-2)9162881

EMAIL: nidera@nidera.com.uy

CONTACTO: Alvaro Iglesias, Gerente de Comercio Exterior

EMPRESA: HENDERSON Y CIA S.A. (TIENDA INGLESA)

DIRECCION: Avda. Italia 5820

TELEFONO: (00598-2)6019351

FAX: (00598-2) 6019351 int. 1102

EMAIL: robinh@tinglesa.com.uy

CONTACTO: Robin Henderson, Director

EMPRESA: SAN FRANCISCO COMERCIAL E INDUSTRIAL S.A.

Dirección: Ruta 5 km. 25,500, Las Piedras, Canelones

Teléfono: (00598-2) 3645676

Fax: (00598-2) 3645676

Email: info@sanfrancisco.com.uy

Contacto: Fabián Rodríguez, Jefe de Comercio Exterior.

EMPRESA: FERAL LTDA

Dirección: Buenos Aires 414

Teléfono: (00598-2) 9157143

Fax: (00598-2) 9164882

Email: feral@adinet.com.uy

Contacto: Lea Altman, Directora

EMPRESA: MAR AUSTRAL

Dirección: Dr. Vargas Guillemet 2364, Montevideo

Teléfono: (00598-2) 6960060

Fax: (00598-2) 6960053

Email: hponcedeleon@maraustral.com.uy

Contacto: Hernán Ponce de León, Director

EMPRESA: ARTEVA S.A.

Dirección: Ing. Alberto Coubarere 4068, Montevideo

Teléfono: (00598-2) 3588841

Fax: (00598-2) 3588841

Email: arteva@arteva.com.uy

Contacto: Daniela Bonino, Jefa de Importaciones

EMPRESA: PASADENA SRL

Dirección: Dr. José María Vidal 362, Montevideo

Teléfono: (00598-2) 3040691

Fax: (00598-2) 3040691

Email: mercoventa@arteva.com.uy



Contacto: Mauricio Pardo, Jefe de Comercio Exterior.

EMPRESA: LA BOURGONE S.A.

Dirección: Av. Pedregosa Sierra MZ 716, Maldonado

Teléfono: (00598-42) 482007

Fax: (00598-42) 482007

Email: [bourgogn@adinet.com.uy](mailto:bourgogn@adinet.com.uy)

Contacto: Jean Paul Doundoux, Director

EMPRESA: TARRACO S.A.

Dirección: Miguelete 1842, Montevideo

Teléfono: (00598-2) 9291055

Fax: (00598-2) 9291055

Email: [tarraco@adinet.com.uy](mailto:tarraco@adinet.com.uy)

Contacto: Francisco Calvete, Encargado Departamento Comercial

EMPRESA: MAOSOL S.A.

Dirección: Veracuerto 2947, Montevideo

Teléfono: (00598-2) 52565501

Fax: (00598-2) 5259550

Email: [maosol@maosol.com](mailto:maosol@maosol.com)

Contacto: Pablo Salkind, Director.