

ESTADOS UNIDOS



FICHA PAÍS

Las exportaciones a Estados Unidos crecieron 42% en 2015, convirtiéndose en el tercer destino de las exportaciones en el año. Carne bovina y celulosa fueron los principales productos exportados

Junio 2016

Inteligencia competitiva

Índice

Resumen ejecutivo	2
Economía	4
Intercambio comercial entre Uruguay y Estados Unidos	8
Aranceles de entrada a Estados Unidos	12
Sistema Generalizado de Preferencias	12
Ley de Modernización de la Inocuidad Alimentaria de Estados Unidos	13
Canales de distribución	13
Principales puntos de entrada	14
Precios de fletes internacionales	14
Embalaje y Etiquetado	15
Promoción: Comunicación y Estrategias	17
Guía Básica para el exportador	19
Listado de importadores	19
Inversiones estadounidenses en Uruguay	19
Páginas web de interés:	20
Anexo 1 - Arancel	21
Anexo 2 - Indicadores Económicos	21
Anexo 3 – Oportunidades comerciales	22

Resumen ejecutivo

El presente informe exhibe un panorama de la actualidad económico-comercial de Estados Unidos, sus relaciones comerciales con Uruguay y las oportunidades con las que cuentan nuestros productos de ser exportados hacia dicho destino.

En el mismo hallarán un análisis de los aranceles aduaneros aplicados, los canales de distribución, principales puntos de entrada y precios de fletes internacionales, así como también la forma correcta para el embalaje y etiquetado de los productos que tienen a Estados Unidos como su destino final. Además se presentan tips de cómo negociar con empresarios estadounidenses y por último las inversiones norteamericanas en Uruguay.

En primer lugar, se examina el comercio entre Estados Unidos y el mundo. En el último lustro, las exportaciones estadounidenses presentaron una tendencia creciente que terminó en 2015, cuando las exportaciones totales se redujeron un 7%. Por otro lado, las importaciones experimentaron un desarrollo similar, con una retracción en 2015 de 4%, en comparación al año anterior.

El comercio con Estados Unidos es muy significativo para Uruguay. En el último año, las exportaciones a este destino crecieron 42% con respecto a 2014, lo que significó una variación promedio anual de 26% en el último lustro. Estados Unidos tuvo una participación de 7% en las exportaciones uruguayas, lo que le permitió ser el tercer destino de las mismas en 2015. Las exportaciones se concentran principalmente en carne bovina, celulosa y cueros.

Asimismo, se identificaron diversos sectores en los que Uruguay tiene potencial para aumentar sus ventas a Estados Unidos, los principales son: elaboración de productos alimenticios, bebidas y tabaco, fabricación de sustancias y productos químicos, y fabricación de productos textiles y prendas de vestir.

Acerca de Estados Unidos

- El nombre oficial del país es Estados Unidos de América. Está formado por 50 estados, más el Distrito de Columbia (D.C.), también comprende una serie de dependencias territoriales en el océano Pacífico (Guam, Islas Marianas, etc.) y en el mar de las Antillas (Islas Vírgenes), así como el Estado Libre Asociado de Puerto Rico¹.
- Con 9,83 millones de km² y con más de 316 millones de habitantes, es el tercer país más grande tanto en área total como en población². Es una de las naciones del mundo étnicamente más diversas y multiculturales, producto de la inmigración a gran escala.
- Es la economía nacional más grande del mundo, con un PIB estimado de US\$ 17.947 millones del año 2015, por lo que representa aproximadamente una quinta parte del PIB global nominal³.
- Estados Unidos es la federación más antigua del mundo. En el sistema federalista estadounidense, los ciudadanos están generalmente sujetos a tres niveles de gobierno: federal, estatal y local; los deberes del gobierno local comúnmente se dividen entre los gobiernos de los condados y municipios⁴.
- Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Estados Unidos se encuentra en octavo lugar del Índice de Desarrollo Humano (IDH), siendo clasificado con desarrollo humano muy alto⁵.
- Para las estadísticas de Doing Business en la clasificación “Facilidad para hacer negocios”, Estados Unidos se ubica en séptimo lugar.
- Actualmente el Presidente es Barack Obama y el Vicepresidente es Joseph Biden. El 8 de noviembre de 2016 se llevarán a cabo nuevas elecciones.

¹ Fuente: CIA World Factbook

² Ibídem

³ Fuente: WEO - FMI

⁴ Fuente: CIA World Factbook

⁵ Fuente: Datos extraídos del Informe sobre Desarrollo Humano 2015 – PNUD.

Economía

Estados Unidos es la primera economía del mundo con un PIB de US\$ 17.947 millones en el año 2015 según el FMI, lo que equivale aproximadamente una quinta parte del PIB mundial.

La crisis internacional de 2008 afectó a Estados Unidos, y generando decrecimientos económicos por dos años seguidos, en 2008 y 2009. El crecimiento se reinició en el año 2010 como consecuencia de algunas medidas tomadas por el gobierno, un fuerte impulso del consumo privado y el aumento de las exportaciones, produjeron un crecimiento del PIB del 2,5% ese año, y manteniendo crecimientos interanuales. Según estimaciones de FMI el crecimiento se mantendrá para el 2016⁶.

El país no posee un banco central propiamente dicho, la mayoría de las funciones normalmente encomendadas a un banco central convencional son desempeñadas por el Sistema de la Reserva Federal, que es administrado por doce bancos de implantación regional. Su máximo órgano rector es la Junta de Gobernadores de la Reserva Federal.

La economía estadounidense se caracteriza por tener un alto valor agregado en sus productos, las empresas norteamericanas son líderes en industrias como la aeroespacial y farmacéutica. Históricamente, el país ha tenido una posición muy fuerte dentro de la industria química, en la producción de automóviles, así como en las industrias de alta innovación y metalmecánica.

Por otro lado, el presente contexto global ha generado la relocalización de los procesos de producción intensivos en mano de obra hacia América Latina y Asia, siendo ejemplo de esto la desaparición casi total del sector textil en dicho país. Esto generó la pérdida de la participación del sector industrial dentro del PIB de la economía estadounidense. De todas formas es importante mencionar que dentro del sector industrial se mantuvo en el país el eslabón de la cadena de producción que agrega innovación, investigación y contenido tecnológico.

Participación sectorial del PIB estadounidense, año 2015⁷.

Sector	Part. En el % PIB
Agrícola	1,6
Industrial	20,8
Servicios	77,6

En materia agrícola Estados Unidos produjo en 2015 US\$ 135.711 millones⁸ en los que destacan: maíz, soja, y trigo. El país es uno de los principales productores de soja del mundo, junto a Brasil, Argentina y China.

En lo relativo a servicios, destacan los sectores inmobiliarios, profesionales y financieros, representando 13%, 12%, y 7% del PIB respectivamente.

⁶ Fuente: Fondo Monetario Internacional - FMI

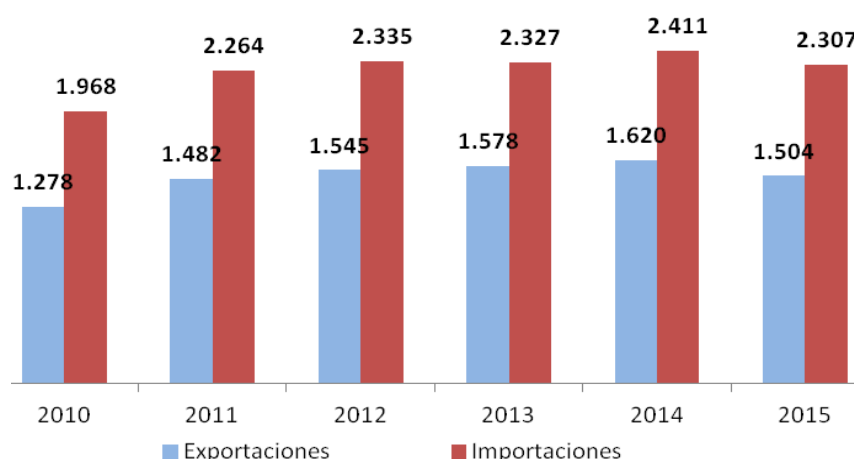
⁷ Fuente: CIA World Factbook - Estimaciones

⁸ Fuente: [USDA](http://www.usda.gov)

Intercambio comercial de Estados Unidos con el mundo⁹

Estados Unidos es históricamente una economía abierta, abogando siempre por la apertura comercial propia y a nivel global. Es además un miembro activo de la OCDE y la OMC, y esto se ve reflejado en su tasa de apertura comercial¹⁰, que alcanzó 30% en 2014, debido esencialmente a las importaciones, lo que genera - como muestra el siguiente gráfico-, que la matriz de comercio internacional estadounidense muestre un desempeño deficitario.

Gráfico N°1 - Intercambio comercial de bienes entre Estados Unidos y el resto del mundo.
Datos en US\$ miles de millones.



En materia de exportaciones, Estados Unidos presenta una alta participación de la región, siendo sus principales socios comerciales Canadá y México, ambos integrantes del Tratado de Libre Comercio de América del Norte. México es el destino más dinámico de las exportaciones estadounidenses, las mismas crecieron 4,5% promedio anual en los últimos 5 años. Sin embargo, Canadá se mantiene como principal destino de las exportaciones estadounidenses, con 18,6% del total exportado en 2015. En tanto, los cinco principales mercados de destino de las colocaciones estadounidenses abarcaron la mitad de las exportaciones totales.

Tabla N°1 - Principales destinos de exportación de EEUU. Datos en US\$ miles de millones

Países	2013	2014	2015	Part. % 2015
Canadá	301	312	280	18,6%
México	226	240	236	15,7%
China	122	124	116	7,7%
Japón	65	67	62	4,2%
Reino Unido	47	54	56	3,7%
Total	1.578	1.620	1.504	100%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de TradeMap

⁹ Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Trade Map.

¹⁰ Por apertura comercial se entiende la suma de las exportaciones e importaciones sobre el PIB. $(X+M)/PIB$ / Fuente: Banco Mundial – último dato disponible

El análisis por producto de las exportaciones muestra claramente el alto valor agregado que poseen los bienes exportados por Estados Unidos, determinado por el desarrollo del eslabón tecnológico del país, dentro de la cadena industrial. Asimismo, del análisis se desprende una relativa concentración de los cinco principales productos de exportación, que engloban 16% del total exportado.

El análisis del comercio de petróleo muestra a las claras que Estados Unidos lleva a cabo un proceso de refinamiento mediante el cual importa petróleo crudo, y exporta petróleo procesado. Las exportaciones se dirigen casi exclusivamente a Canadá, que es a su vez el principal origen de importaciones de este producto. El arancel cero en el comercio del bloque permite que Estados Unidos lleve adelante este proceso de refinamiento de petróleo canadiense sin mayores limitaciones.

Por otro lado, un cuarto de las ventas de automóviles se dirigen a Canadá, pero también aparecen como destinos relevantes China, Alemania y Arabia Saudita.

Tabla N°2 - Exportaciones de los principales productos. Datos en US\$ miles de millones

Países	2013	2014	2015	Part. % 2015
Petróleo, excepto crudo	112	110	75	5,0%
Automóviles	57	62	55	3,7%
Autopartes	43	43	44	2,9%
Teléfonos	31	34	35	2,3%
Circuitos y microestructuras electrónicas	35	34	33	2,2%
Total	1.578	1.620	1.504	100%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de TradeMap

En tanto, las importaciones del país provienen principalmente de China, seguidas de Canadá, México y Japón. Esto permite apreciar una menor dependencia –respecto a las exportaciones– con la región. De todas formas, los principales orígenes de las importaciones de Estados Unidos también poseen una alta concentración, lo que explica que los cinco principales proveedores de Estados Unidos representen casi el 60% del total de las compras.

Las importaciones desde China se focalizan en bienes tecnológicos, como teléfonos, computadoras y televisores, entre otros. Por otro lado, las compras en Canadá están centradas en petróleo y automóviles.

Tabla N°3 - Principales orígenes de importación de EEUU. Datos en US\$ miles de millones

Países	2013	2014	2015	Part. % 2015
China	459	486	503	21,8%
Canadá	337	354	301	13,0%
México	283	297	297	12,9%
Japón	142	138	135	5,8%
Alemania	116	126	126	5,5%
Total	2.327	2.411	2.307	100%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de TradeMap

El análisis por producto muestra nuevamente un alto contenido tecnológico en los bienes transados, siendo los automóviles el principal producto de importación. Dados los estándares de calidad exigidos en el país para los vehículos, los principales cinco orígenes de las importaciones de vehículos son mercados con altas tecnologías aplicadas a la industria automotriz: Canadá, Japón, Alemania y México lideran como orígenes de los automóviles.

Pese a ser un importante productor de petróleo, las importaciones de crudo superaron los US\$ 133 mil millones en 2015. Canadá se presenta como el principal proveedor del producto, ocupando cerca de 38% del total importado, mientras que otros grandes productores como Arabia Saudita, Venezuela y México son otros proveedores de crudo relevantes.

Tabla N°4 - Principales productos importados por Estados Unidos. Datos en US\$ miles de millones

Países	2013	2014	2015	Part. % 2015
Automóviles	155	156	169	12%
Petróleo crudo	279	253	133	7%
Teléfonos	90	96	102	4%
Computadoras	83	82	81	4%
Autopartes	59	64	66	4%
Total	2.327	2.411	2.307	100%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de TradeMap

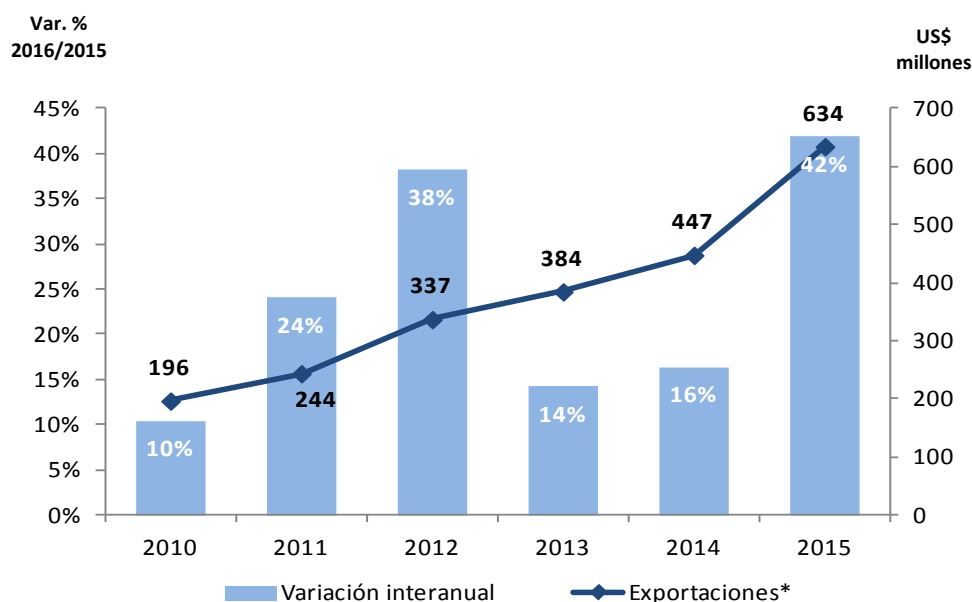
Intercambio comercial entre Uruguay y Estados Unidos¹¹

Estados Unidos aparece entre los principales 10 destinos de las exportaciones uruguayas de la última década, habiendo sido en 2005 el principal destino de exportación de bienes. Las exportaciones anuales a este destino, mostraron cierta desaceleración en 2008 - producto de la crisis internacional - y una recuperación, que tiene como punto máximo un fuerte impulso en el año 2015, alcanzando los US\$ 634 millones, cifra 42% superior a la de 2014. Este crecimiento permitió coronar una variación promedio anual de 26% en el último lustro, además de posicionar a Estados Unidos como tercer destino de las colocaciones uruguayas en 2015, con una participación de 7% del total.

El crecimiento de Estados Unidos como destino se explica no solo por crecientes colocaciones de carne bovina, sino también por el impulso de otros productos como celulosa, cítricos, cueros, miel, entre otros. De hecho, Estados Unidos se posicionó en 2015 como el primer destino de las exportaciones de cítricos, frutas no cítricas y miel.

El comercio con este país está respaldado por un acuerdo de facilitación de comercio¹², firmado en 2007 y con vigencia desde 2008. Este acuerdo macro fija ciertas condiciones en cuanto a valoración, despachos, sanciones, cooperación y administración del riesgo, entre otras, que buscan acelerar, facilitar y promover el comercio y las inversiones entre ambos países.

Gráfico N°2 - Exportaciones uruguayas a Estados Unidos. Datos en US\$ millones.



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de DNA, Montes del Plata y del Nuevo Sistema de Nueva Palmira

¹¹ Fuente: Elaborado por URUGUAY XXI en base a datos de la DNA del Ministerio de Economía y Finanzas (República Oriental del Uruguay).

Nota (*): Incluye exportaciones desde Zonas Francas

¹² [Ley N° 18.761](#) – Que reglamenta el Protocolo al acuerdo marco sobre comercio e inversión con los Estados Unidos de América sobre facilitación de comercio.

Al analizar la oferta exportable de Uruguay a este destino, la misma se compone principalmente de productos primarios o manufacturas con poco valor agregado, aunque en 2015 los dispositivos médicos ocuparon el quinto lugar en el ranking de productos colocados en el mercado estadounidense. El 57% de las colocaciones en ese destino correspondieron a alimentos y bebidas, que aumentaron un 23% en comparación al 2014.

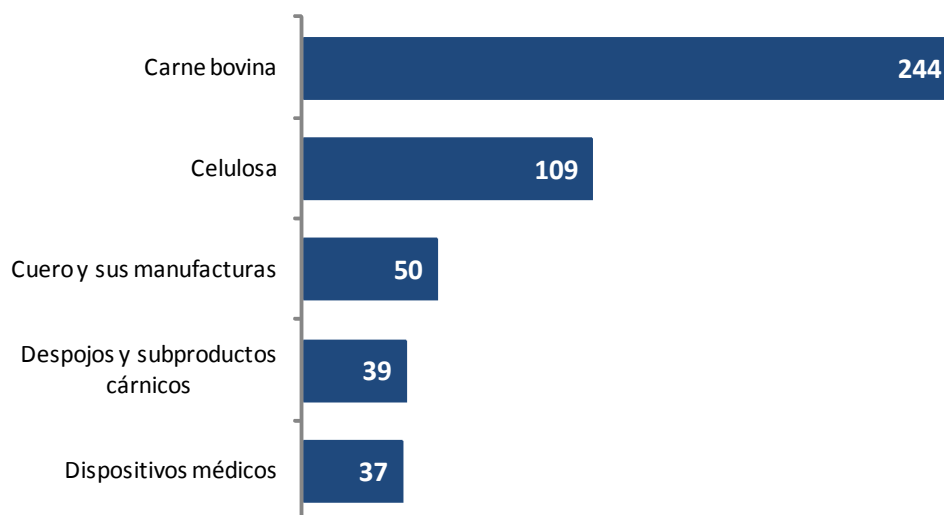
La carne bovina es el principal impulsor de las ventas a dicho destino, respaldada por una cuota de entrada en el mercado exenta de aranceles¹³. Uruguay ocupó en 2015 el tercer lugar como proveedor de carne bovina congelada a Estados Unidos. Parte de las exportaciones uruguayas cuentan con el diferencial del protocolo "Never Ever 3"¹⁴ los que son complementados por carne para industria (*trimming*) y para el mercado *Kösher*.

Otros productos vinculados a la ganadería han tenido desempeños positivos en el último lustro, como es el caso de los cueros, destinados principalmente a la tapicería; y también despojos y subproductos cárnicos.

Asimismo, la celulosa ha ganado lugar como producto uruguayo en el mercado estadounidense, con exportaciones a partir de 2014, por US\$ 22 el primer año, pasando a US\$ 109 millones en 2015.

Desde julio de 2013, los productos cítricos uruguayos tienen acceso al mercado estadounidense. Este mercado es de suma relevancia por el tamaño y por los precios que pueden alcanzar los bienes. También es importante tener en cuenta los impuestos al ingreso de esta mercadería son menores en comparación con los cobrados por los principales mercados receptores de cítricos.

Gráfico N°3 - Principales exportaciones uruguayas a Estados Unidos. Año 2015 - US\$ millones



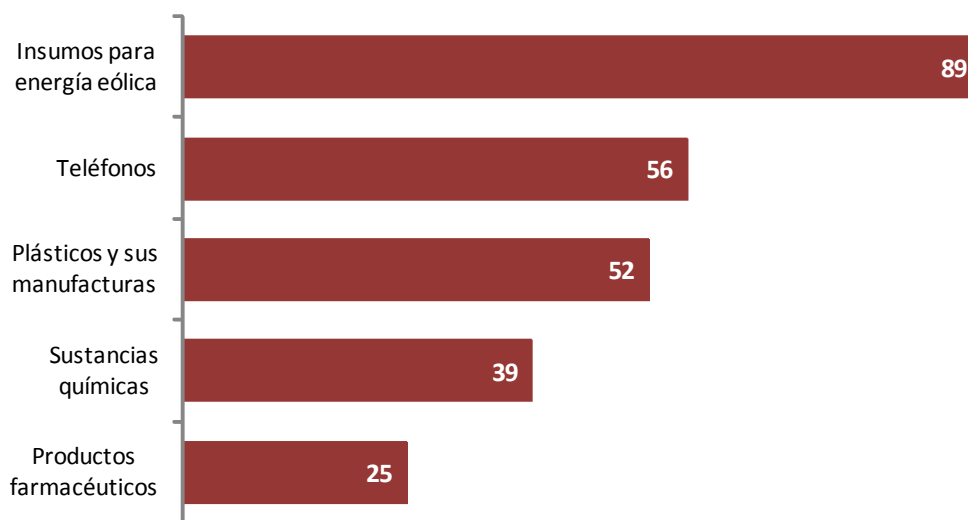
Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de DNA, Montes del Plata y del Nuevo Sistema de Nueva Palmira

¹³ Uruguay cuenta con una cuota de 20.000 toneladas anuales de carne de calidad libre de arancel, además de exportar otras 25.000 toneladas pagando arancel (4.4 cents/kg según [HTS](#)).

¹⁴ El protocolo consiste en exportaciones de carne sin antibióticos, hormonas ni proteínas de origen animal.

Por otro lado, Estados Unidos fue el cuarto origen de las importaciones uruguayas en 2015, pese a que las compras en ese país se retrajeran 22% con respecto al año anterior. Destacaron las compras de insumos para generadores de energía eólica, -contextualizados en una política nacional de desarrollo de energías renovables- y otros productos de alto valor agregado como teléfonos. También han tenido un desarrollo positivo las compras del sector plástico, sobre todo gracias a las compras de resinas de PVC, que son utilizadas en insumos hospitalarios, entre otros usos.

Gráfico N°4 - Principales importaciones uruguayas desde Estados Unidos. Año 2015 - US\$ millones



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de DNA, Montes del Plata y del Nuevo Sistema de Nueva Palmira

Oportunidades para incrementar las ventas al mercado estadounidense

A través de una metodología basada en el Índice de Complementariedad Comercial¹⁵ se analizan las ventajas comparativas que tiene Uruguay con Estados Unidos.

Posteriormente, se consideran los aranceles de ingreso desde Uruguay, asimismo el análisis de los flujos comerciales entre Uruguay y Estados Unidos para el período 2010-2015, lo que ayuda a analizar las oportunidades que pudieran tener algunos de los productos uruguayos en el mercado estadounidense.

Objetivo: identificar la complementariedad comercial entre ambos países, determinando un conjunto de sub partidas con potencial de exportación a este mercado.

Principales Resultados:

- ❖ En 64 sub-partidas, Estados Unidos tiene una demanda significativa y Uruguay cuenta con una oferta exportable de relevancia¹⁶.
- ❖ Para dichas partidas, existen exportaciones en 2015 por parte de Argentina o Brasil, por lo que no existirían grandes trabas a las exportaciones desde Uruguay.
- ❖ Asimismo, el arancel promedio de estas partidas fue de 2%, con picos en los productos lácteos, algunos tejidos, y la carne bovina congelada (en caso de que entre fuera de cuota).

Oportunidades comerciales en:

El 30% de las sub-partidas identificadas como oportunidades de exportación a Estados Unidos corresponden al sector *Elaboración de productos alimenticios, bebidas y tabaco*. Las principales subpartidas dentro de este sector son: carne bovina, lácteos, preparaciones alimenticias, y arroz, entre otros.

Dentro del sector de *Fabricación de sustancias y productos químicos, y productos de caucho y plástico* algunos de los productos encontrados fueron: medicamentos, insecticidas, manufacturas de plástico, etc.

El listado completo con las partidas analizadas se encuentra en el Anexo 3 de este informe.

¹⁵ Las ventajas comparativas se expresan a través del Índice de Complementariedad Comercial (ICC) que muestra el grado de asociación entre los productos que exporta Uruguay (A), y los que importa Estados Unidos (B) en relación a la participación que tienen dichos productos en el comercio mundial de estos. (Fuente: Oportunidades y amenazas del ALCA para la Argentina – Un estudio de impacto sectorial - Centro de Economía Internacional, diciembre 2002).

$$ICC_{AB}^a = \frac{\frac{X_A^a}{M_{Mm}^a}}{\frac{X_B^a}{M_{Mm}^a}} \cdot \frac{\frac{M_B^a}{M_{Mm}^a}}{\frac{M_A^a}{M_{Mm}^a}}$$

¹⁶ Como criterio para establecer un tamaño mínimo de mercado sólo se consideraron las sub-partidas que Estados Unidos importa por un monto mayor a US\$ 5 millones, y Uruguay exporta por un monto mayor a US\$ 5 mil anuales.

Aranceles de entrada a Estados Unidos¹⁷

Los ingresos procedentes de los derechos de aduana en Estados Unidos representaron entre el 1,1% de los ingresos fiscales totales de este país en los últimos años según la Organización Mundial del Comercio.

Un significativo porcentaje de las importaciones de los Estados Unidos entran en el país libre de derechos, debido a la extendida red de acuerdos comerciales de este país. Otras están sujetas a aranceles de Nación Más Favorecida (NMF) bajos, o son beneficiarios de regímenes preferenciales, como por ejemplo el SGP (Sistema Generalizado de Preferencias).

No obstante, sectores como los del calzado, cuero, textiles y prendas de vestir, presentan aranceles importantes, dado que son sectores sensibles de la economía estadounidense.

En 2014 el promedio de los aranceles aplicados fue de 3,5%, porcentaje relativamente bajo comparado con otros mercados. En tanto, los productos agrícolas están sujetos a un arancel algo mayor (5,1% -aplicado-), mientras que el arancel del resto de los productos es menor al promedio.

La cláusula de la Nación Más Favorecida¹⁸ alcanza a un 39,6% de los bienes agropecuarios, mientras que un 49% de los productos no agropecuarios se ven beneficiados también por esta cláusula.

En el anexo 1 se mencionan los aranceles aplicados a los principales productos uruguayos en el mercado estadounidense.

Sistema Generalizado de Preferencias¹⁹

Uruguay es beneficiario del Sistema Generalizado de Preferencias de Estados Unidos, un programa mediante el cual parte de sus exportaciones ingresan con condiciones favorables.

El SGP entró en vigencia en 1976, y aunque se llevaron a cabo sucesivas renovaciones, actualmente nuestro país se encuentra en periodo de transición hacia perder estas preferencias, siendo efectivo el retiro de Uruguay como beneficiario del SGP a partir del 1° de enero de 2017. Al perder estos beneficios, los productos uruguayos ingresarían aplicándoseles el arancel de Nación Más Favorecida (NMF).

Dentro de los productos que principalmente hicieron uso de este programa se encuentran: cueros para tapicería en un 43%, las carnes en un 22%, -las carnes cuentan con una exoneración extra, en comparación con Brasil y Argentina ya que posee una ventaja de un 5%, con respecto a estos dos países- los quesos en un 3% y los tableros de madera en un 2%.

¹⁷ Fuente: [Reporte de Perfiles comerciales](#) de la Organización Mundial del Comercio, OMC

¹⁸ Una ventaja especial concedida a un país en particular (por ejemplo, la reducción del tipo arancelario aplicable a uno de sus productos), debe ser aplicada con todos los demás Miembros de la OMC, salvo excepciones.

¹⁹ El SGP es un beneficio que se otorga unilateralmente, brindando exenciones arancelarias y de otros derechos aduaneros para un listado determinado de productos. Los productos uruguayos beneficiados en Estados Unidos está disponible en el siguiente link (Los productos que aplican son los que tienen la letra A, en la columna Special). Los productos sujetos a cuotas no resultan elegibles para el programa para los montos que excedan dichas cuotas.

Ley de Modernización de la Inocuidad Alimentaria de Estados Unidos²⁰

La FDA (Administración de Medicamentos y Alimentos) de Estados Unidos implementa desde 2011 nuevas normas con respecto a la ley de Modernización de la Inocuidad Alimentaria - ("*Food Safety Modernization Act*"). La norma exige que los alimentos importados sigan la misma norma de inocuidad alimentaria que los alimentos producidos en el país.

Las normas que fueron propuestas para regular la Inocuidad Alimentaria son:

1. Estándares de Inocuidad de los Productos Agrícolas
2. Controles Preventivos para Alimentos de Consumo Humano
3. Programa de Verificación de Proveedores Extranjeros
4. Certificación de Terceros Acreditados
5. Controles Preventivos en las instalaciones de Alimentos para Consumo Humano y Animal.
6. Desarrollar e implementar planes de Inocuidad de los alimentos.

La idea originaria de estas normas es generar un marco preventivo, debido a que más del 15% de los alimentos en Estados Unidos son importados, y dentro de las cuales el 45% y 20% corresponden a frutas y verduras frescas respectivamente. Los consumidores estadounidenses aspiran a que los alimentos provenientes del exterior tengan el mismo nivel de protección en criterios de salud pública que los alimentos producidos internamente en su país.

La FSMA no se aplica a carnes, aves y huevos procesados, los cuales son regulados por el Departamento de Agricultura de los EE.UU. (USDA)

Canales de distribución

El consumidor norteamericano promedio muestra mayor interés en la calidad del producto que en su precio. El diseño del mismo es también un factor muy importante, por lo que no solo debe ser adaptado a las costumbres y cultura norteamericana sino que también debe ser innovador y llamativo.

En el caso de los alimentos, los distribuidores cumplen un rol muy significativo, ya que en muchos casos estos también desempeñan la función de importadores, y llegan a pequeños comercios minoristas. Es importante mencionar que los productos uruguayos, por ejemplo galletitas, dulce de leche y mermeladas, utilizan este medio para llegar a sus clientes, esto se debe principalmente a que no son productos de consumo masivo, sino que los consumidores más frecuentes de estos tipos de bienes son los latinos.

La carne, en tanto, es normalmente distribuida por los mismos importadores, ya que se trata de un producto con mayor desarrollo y mejor posicionamiento a nivel internacional.

Dentro del sector vestimenta, es clave contar con un representante local para lograr un mayor acceso a este mercado ya que los locales de ropa imponen muchas veces ciertas condiciones que son difíciles de cumplir.

²⁰ Fuente: [Ley de modernización de la Inocuidad alimentaria](#) - FDA

El marketing directo, especialmente a través del comercio electrónico se ha incrementado de forma significativa dentro de Estados Unidos, y este último significó el 7,3% de las ventas totales, marcando un crecimiento de 15% en 2015 con respecto a las compras online de 2014, mientras que el crecimiento experimentado por el total de ventas fue de 1,4% en el mismo período. Las ventas totales a través de este canal fue de US\$ 341 mil millones, lo que ha repercutido en el crecimiento de uso de tarjetas de crédito.

Actualmente, el canal minorista se está viendo transformado a causa de la aparición de nuevos supermercados, por lo cual ha incrementado la competencia. La misma se basa en productos de mayor calidad que el consumidor está dispuesto a comprar por mayor precio. Tales productos deben cumplir con requisitos específicos de la cadena, pudiendo así ser expuesto al público por un tiempo de prueba, verificando si el mismo es conveniente o si debe retirarse del mercado.

Principales puntos de entrada

Estados Unidos cuenta con varios puntos de entrada. Dentro de las terminales y puertos principales se encuentran Los Ángeles, Long Beach, Nueva York y Norfolk entre otros.

En 2015 los bienes uruguayos ingresaron a Estados Unidos por 33 puertos y aeropuertos estadounidenses. Ese año el puerto de Filadelfia fue el que registró más ingresos provenientes de Uruguay, con 37% del total. Seguido se posicionó el puerto de Nueva York con el 18%.

Precios de fletes internacionales

Marítimo

Los valores que se presentan en la siguiente tabla son estimados, por lo tanto deberán ser verificados por el interesado antes de realizar la exportación²¹.

Precios de fletes marítimos a Estados Unidos²². Datos en US\$

Puertos	Contenedores	
	20'	40'
Houston	900	1.200
Norfolk		
Philadelphia		

²¹ Nota: Datos brindados por Grupo Rovira.

²² Precios promedio para algunos de los principales productos exportados por Uruguay.

Aéreo

Los valores que se presentan a continuación son tarifas para cargas aéreas en general, estas deberán ser verificadas para cada caso en particular.

Precios de fletes aéreos a Estados Unidos. Datos en US\$

Aeropuerto Miami		Aeropuerto New York	
KG	Tarifa US\$	KG	Tarifa US\$
Min	85	Min	85
+45	3,02	+45	3,17
+100	2,57	+100	2,82
+300	2,12	+300	2,27
+500	1,62	+500	1,97
+1000	1,47	+1000	1,72

Fuente: Grupo Rovira

Embalaje²³ y Etiquetado

Los embalajes son productos fabricados con diferentes materiales que se emplean para contener, proteger, manipular, distribuir y presentar mercaderías.

Hoy en día, el embalaje representa una parte importante en el costo de algunos productos por lo que se transforma en una genuina preocupación de los empresarios. Deben escoger una opción rentable, duradera y atractiva para el consumidor.

Se pueden clasificar en tres grupos:

- Primario: también llamado envase, es el recipiente que mantiene un contacto directo con el producto. Ejemplo: una botella de agua.
- Secundario: es aquel que contiene uno o varios envases primarios. Se función es agruparlos. Ejemplo: una funda con botellas de agua.
- Terciario: es el que agrupa envases secundarios o contiene productos envasados e una misma unidad durante el transporte, almacenamiento y comercialización. Ejemplo: una caja corrugada con varias docenas de un producto.

Es importante aclarar que la elección del embalaje depende del medio de transporte utilizado. Una correcta implementación implica menores costos para el contratante y aprovechamiento de espacio para el transportista.

Otros aspectos a tener en cuenta: hacer una buena identificación técnica del producto; proteger el producto sin caer en exageraciones (lo importante es embalar correctamente); realizar operaciones de prueba antes de llevarlos a la práctica; tener en cuenta las medidas de los pallets y contenedores; utilizar materiales aptos para la amortiguación como paja, papel, pulpa moldeada, espuma de poliuretano, entre otros.

²³Fuente: Guía Logística y de Comercio Exterior, 2012-2013.

El etiquetado es muy importante para el ingreso de productos en el mercado estadounidense. Según la FDA (Administración de Medicamentos y Alimentos) el 67% de los productos de alimentos uruguayos que fueron rechazados al momento de ingresar a Estados Unidos se debió principalmente al mal etiquetado.

Asimismo, todos los productos importados deben tener una etiqueta indeleble que mencione su país de origen. Los productos textiles y la ropa deben indicar el contenido de sus fibras y las instrucciones de cuidado de la tela.

Los detalles de requisitos específicos para productos alimenticios pueden encontrarse en el [este link](#). Debe incluir una etiqueta con la información nutricional del producto, junto con la lista de ingredientes y el nombre y la dirección del fabricante, el emparador o el distribuidor.

Componentes fundamentales de Etiquetado²⁴

1. General

Debe estar escrito en inglés, además se puede agregar otro idioma, siendo este último opcional.

2. Panel Principal

En esta parte se debe escribir la identidad del producto (nombre del alimento) y conjuntamente el peso neto tanto en sistema métrico como el usado en Estados Unidos.

3. Panel Información

En esta área se debe de escribir el nombre y dirección del fabricante, el emparador o el distribuidor, la lista de ingredientes, el etiquetado de información nutricional y cualquier etiquetado sobre alergias requerido.

²⁴ Fuente: FDA – Food and Drug Administration – [Guía de Etiquetado de Alimentos](#)

Promoción: Comunicación y Estrategias²⁵

Estrategias de negociación

Para los norteamericanos la característica más valorada es la profesionalidad con la que se sabe llevar a cabo los negocios, por eso es muy importante concurrir a las reuniones con excelente material promocional y realizar una presentación eficaz (concreta y clara). Durante la misma es imprescindible que el lenguaje sea directo y claro, ya que si no lo es podría dar lugar a la desconfianza. También es de gran relevancia contar con un equipo comercial de alto nivel.

Conocer de antemano la competencia y el mercado actual de la empresa con quien se va a negociar es muy importante ya que se podría desarrollar una mejor oferta que favorezca a ambas partes.

La negociación se realiza a un ritmo muy rápido en comparación con las de otras culturas, el tiempo es muy valorado, y se considera que el tiempo es dinero – “*time is money*”. Inclusive hay ventas que se concretan en la primera reunión de negociación.

Los negociadores deben de tener autoridad para tomar las decisiones en el momento, no es bien visto que el negociador tenga que volver a su país para consultar una operación.

Las decisiones importantes que se consideran de primer nivel son tomadas por el Director General (*CEO – Chief Executive Officer*) con el acuerdo del Consejo de Administración (*Board of Directors*). Los temas que tienen menor relevancia son resueltos por los responsables de los distintos departamentos de la empresa (*gerentes, managers*).

Una vez llegado a un acuerdo, el contrato debe de estar bien detallado. Es aconsejable contratar los servicios de un bufete estadounidense, ya que un contrato redactado adecuadamente ofrece mayores garantías frente a cualquier inconveniente.

Es muy importante mantenerlos informados cuando hay nuevos productos, ofertas y estrategias.

Normas de protocolo

El saludo en Estados Unidos más habitual es con un apretón de manos firme.

El intercambio de las tarjetas profesionales se puede realizar tanto en las reuniones de negocios como en eventos sociales.

En cuanto a los regalos, estos deben de ser de poco valor y ser entregados luego de haber confirmado el acuerdo. Es usual regalar objetos con el logo de la empresa. Cuando se recibe un regalo, este debe de ser abierto inmediatamente en presencia de quienes los entrega.

Es importante tener en cuenta que cualquier época del año es buena para realizar viajes de negocios, salvo el último jueves de noviembre, que se celebra Acción de Gracias (*Thanksgiving*), las dos últimas semanas de diciembre y las primeras dos de enero.

²⁵ Fuente: Olegario Llamazares García – Lomas. Global Marketing. *Cómo negociar con éxito en 50 países* - 2008.

Ferias Internacionales

Las ferias internacionales son uno de los elementos de mercadotecnia más completos para la promoción de las empresas y sus productos en el exterior. Esta herramienta permite a las empresas exponer sus productos, y a su vez encontrar a los principales actores de su sector, generar encuentros de negocios en un mismo lugar y medir la actuación de su competencia. El mercado estadounidense es uno de los más activos y diversos en cuanto a ferias se refiere.

Principales Ferias

- **Specialty Food Association:**
 - 1- Winter Fancy Food Show**
Fecha: 22 al 24 de enero de 2017
Lugar: San Francisco, California
Sector: Alimentos
 - 2- Summer Fancy Food Show**
Fecha: 26 al 28 de junio del 2016
Lugar: New York, Estados Unidos
Sector: Alimentos
www.specialtyfood.com
- **PLMA Chicago**
Fecha: 15 al 17 de noviembre del 2016
Lugar: Chicago, Estados Unidos
Sector: Alimentos
- **IFT Anual Meeting & Food Expo**
Fecha: 16 al 19 de julio del 2016
Lugar: Chicago, Estados Unidos
Sector: Alimentos
- **WEFTEC**
Fecha: 24 al 28 de septiembre del 2016
Lugar: New Orleans, Estados Unidos
Sector: Servicios
- **South by Southwest Festival (SXSW)**
Fecha: 11 al 20 de marzo
Lugar: Austin, Texas
Sector: Servicios audiovisuales
www.sxsw.com
- **Game Developers Conference**
Periodicidad: Anual - marzo

Lugar: San Francisco, California

Sector: Servicios

www.gdconf.com

- **PMA**

Fecha: 14 al 16 de octubre del 2016

Lugar: Orlando, Estados Unidos

Sector: Frutas no tradicionales

<http://www.proecuador.gob.ec>

Guía Básica para el exportador

En el siguiente [link](#) encontrará una guía elaborada por el Departamento de Promoción de Exportaciones de Uruguay XXI para acercar una herramienta útil, práctica y de consulta rápida, que comprenda los aspectos básicos a tener en cuenta en el proceso exportador y oriente al empresario que comienza a elaborar su estrategia de inserción en el mercado internacional.

Listado de importadores

Para obtener el listado completo o de un rubro en específico de los importadores estadounidenses debe contactarse con el Departamento de Inteligencia Competitiva de Uruguay XXI.

Inversiones estadounidenses en Uruguay

Uruguay ha experimentado un fuerte flujo de Inversión Extranjera Directa (IED) en la última década. Este proceso se ha acentuado en los últimos años, entre otros motivos, a raíz del atractivo régimen de promoción de inversión²⁶ que tiene Uruguay y de la instalación de algunas inversiones extranjeras de envergadura.

En 2014 (último dato de IED por origen), Estados Unidos representó 4,4% de la IED de Uruguay, producto de US\$ 96,4 millones invertidos en el año.

Por otro lado, son más de doscientas las empresas con capital estadounidense que operan en Uruguay, dedicadas principalmente al sector servicios.

²⁶ [Ley Nº16.906](#), de promoción y protección de Inversiones, reglamentada por el decreto 2/012.

Páginas web de interés:

- Departamento de Estado www.state.gov
- Departamento de Comercio <https://www.commerce.gov/>
- Reserva Federal de los Estados Unidos www.federalreserve.gov
- Aduana y Protección Fronteriza estadounidense - www.cbp.gov
- Administración de Medicamentos y Alimentos (FDA) www.fda.gov
- Comisión Internacional de Comercio (USITC) www.usitc.gov
- Embajada de Estados Unidos en Uruguay <http://uruguay.usembassy.gov>
- Sección Comercial <http://www.buyusa.gov/uruguay/>
- Cámara de Comercio Uruguay - Estados Unidos <http://www.ccuruguayusa.com/>

Anexo 1 - Arancel²⁷

(aplicado por Estados Unidos a las importaciones por Nación Más Favorecida)

NCM6	Descripción NCM6	Arancel NMF (%)
020230	Carne bovina, congelada, deshuesada	9.37%
410441	Cueros - divididos con la flor	0.48%
160250	Preparaciones de carne - De la especie bovina	0.30%
020130	Carne bovina, fresca o refrigerada, deshuesada	10.24%
902190	Los demás - Artículos y aparatos para ortopedia	0%
040900	Miel natural	0.51%
080520	Mandarinas	1.51%
441232	Las demás, que tengan, por lo menos, una hoja externa de madera distinta de la de coníferas	0%
441239	Las demás - Las demás maderas contrachapadas	1.28%
410712	Divididos con la flor	0.75%
081040	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género vaccinium	0%
440710	De coníferas	0%
120110	Soja	0%
350110	Caseína	0%
440799	Las demás - Las demás - Madera aserrada o desbastada longitudinalmente	0%

Anexo 2 - Indicadores Económicos²⁸

Indicador	2011	2012	2013	2014	2015*	2016*
PIB, precios corrientes (Miles de Millones de US\$)	15.518	16.155	16.663	17.348	17.947	18.558
PIB per cápita, precios corrientes (en US\$)	49.726	51.385	52.615	54.360	55.805	57.220
Inversión, (%/ PIB)	18,5	19,4	19,5	19,9	20,2	20,4
Inflación, precios al consumidor final del período (en %)	3,1	1,8	1,3	0,6	0,8	0,8
Tasa de desempleo (% de la fuerza laboral)	8,9	8,1	7,4	6,2	5,3	4,9
Población (millones)	312,1	314,4	316,7	319,1	321,6	324,3
Balance cuenta corriente (%/PIB)	-3,0	-2,8	-2,3	-2,2	-2,7	-2,9
(*)Proyecciones del FMI						

²⁷ Fuente: MacMap – Se tiene en cuenta un arancel *ad valorem* promedio, por fuera de las cuotas que pudieran existir. Para aranceles específicos contactarse con Inteligencia Competitiva al mail info@uruguayxxi.gub.uy

²⁸ Fuente: Elaborado por URUGUAY XXI en base a datos del Fondo Monetario Internacional (FMI)

Anexo 3 – Oportunidades comerciales²⁹

NCM	Descripción	Arancel pagado promedio	¿Países de la región exportan?	
			Argentina	Brasil
020130	Carne de bovinos deshuesada, fresca o refrigerada.	10,2%	Si	Si
020230	Carne de bovinos deshuesada, congelada.	9,4%	Si	Si
020621	Lenguas de bovinos, congeladas.	0,0%	Si	Si
020629	Los demás despojos comestibles de bovinos, congelados.	0,0%	Si	Si
040221	Leche en polvo, sin azucarar ni edulcorar de otro modo.	15,1%	Si	Si
040410	Lactosuero, incluso concentrado, azucarado o edulcorado de otro modo.	27,7%	Si	Si
040510	Mantequilla	13,1%	Si	Si
040900	Miel natural de abejas	0,5%	Si	Si
051000	Ambar gris, castoreo, algalia y almizcle; cantaridas; bilis, incluso d	0,0%	Si	Si
051199	Los demás productos de origen animal	0,6%	Si	Si
080520	Mandarinas, clementinas, wilkings e híbridos similares, frescos o seco	1,5%	Si	Si
080550	Limonos Citrus limón, Citrus limonum y limas Citrus aurantifolia, Citrus latifolia, fresco	0,8%	Si	Si
100640	Arroz partido.	0,6%	Si	Si
120922	Semilla de trébol	0,2%	Si	No
120923	Semillas de festucas	0,0%	Si	No
120929	Semillas de forrajeras	0,0%	Si	Si
130212	Jugos y extractos de regaliz.	0,0%	Si	Si
130219	Los demás jugos y extractos vegetales.	0,0%	Si	Si
151491	Aceites de nabo nabina y colza con alto contenido de ácido erúico	3,2%	Si	No
151790	Las demás preparaciones alimenticias de grasas o de aceites, animales	4,9%	Si	Si
160250	Preparaciones y conservas, de la especie bovina.	0,3%	Si	Si
160300	Extractos y jugos de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos o	4,3%	Si	Si
190190	Las demás preparaciones alimenticias de harina, sémola, almidón, fécula	16,2%	Si	Si
210390	Las demás preparaciones para salsas y salas preparadas.	2,3%	Si	Si
220300	Cerveza de malta	0,0%	Si	Si
230240	Salvados, moyuelos y demás residuos del tratamiento de los demás cereales	0,0%	Si	Si
252220	Cal apagada.	0,0%	Si	Si
280610	Ácido clorhídrico	0,0%	Si	Si
280700	Ácido Sulfúrico; oleum	0,0%	Si	Si
291470	Derivados halogenados, sulfonados, nitrados o nitrosados.	0,7%	Si	Si
300439	Los demás medicamentos que contengan hormonas cortico-suprarrenales	0,0%	Si	Si
300440	Medicamentos que contengan alcaloides o sus derivados, sin hormonas	0,0%	Si	Si
300660	Preparaciones químicas anticonceptivas a base de hormonas o de espermicidas	0,0%	Si	Si
330112	Aceites esenciales, de naranja.	0,0%	Si	Si

²⁹ Fuente: MacMap – Se tiene en cuenta un arancel *ad valorem* promedio, por fuera de las cuotas que pudieran existir.

350110	Caseína.	0,0%	Si	No
350290	Las demás albuminas, albuminatos y demás derivados de las albuminas.	0,0%	Si	No
380892	Insecticidas, raticidas y demás anti roedores, fungicidas, herbicidas.	0,8%	Si	Si
390690	Dispersiones acril-estirenicas	0,0%	Si	Si
391710	Tripas artificiales de proteínas endurecidas o de plásticos celulósico	0,0%	Si	Si
392010	Placas, hojas, películas, bandas y laminas de polímeros de etileno, no	0,0%	Si	Si
392049	Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros de cloruro de vinilo	0,0%	Si	Si
392350	Tapones, tapas, capsulas y demas dispositivos de cierre.	0,0%	Si	Si
410792	Trozos, hojas o placas de cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pi	0,0%	Si	Si
440399	Las demás maderas, en bruto, incluso descortezada.	0,0%	Si	Si
440710	Madera aserrada o desbastada longitudinalmente de coníferas.	0,0%	Si	Si
440799	Las demás madera tropicales aserradas o desbastadas longitudinalmente	0,0%	Si	Si
441239	Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar : Las demás maderas	1,3%	No	Si
480300	Papel higiénico y papel para toallas, servilletas o para papeles simil	0,0%	Si	Si
481019	Papel y cartón de los tipos utilizados para escribir, imprimir u otros fines gráficos	0,0%	No	Si
481920	Cajas y cartonajes, plegables, de papel o cartón sin ondular	0,0%	Si	Si
510121	Lana esquilada, desgrasada sin carbonizar.	1,4%	Si	No
600110	Tejidos de pelo largo, de punto	13,1%	No	Si
701090	Bombonas damajuanas, botellas, frascos, bicales, tarros, envases tubulares y demás recipientes	0,0%	Si	Si
710310	Piedras preciosas y semipreciosas, en bruto o simplemente aserradas o	0,0%	Si	Si
710399	Las demás piedras preciosas o semipreciosas trabajadas	0,0%	Si	Si
711620	Manufacturas de piedras preciosas, semipreciosas, sintéticas	0,0%	Si	Si
842833	aparatos elevadores o transportadores de mercancía, de banda o correa	0,0%	Si	Si
843420	Máquinas y aparatos para la industria lechera.	0,0%	Si	Si
843490	Ordeñadores y maquinas para la industria lechera, partes y piezas	0,0%	Si	Si
854430	Juegos de cables para bujías de encendido y demás juegos de cables	0,0%	Si	Si
854810	Desperdicios y desechos de pilas, baterías de pilas o acumuladores,	0,0%	No	Si
871631	Remolques y semiremolques, cisternas.	0,0%	Si	Si
901819	Los demás aparatos de electro diagnostico	0,0%	Si	Si
940190	Sillas y asientos de madera, partes y piezas	0,0%	Si	Si



Uruguay XXI

**PROMOCIÓN DE INVERSIONES
Y EXPORTACIONES**

Rincón 518/528 - CP 11000

Tel.: +598 2915 3838

Montevideo - Uruguay

info@uruguayxxi.gub.uy

www.uruguayxxi.gub.uy

  Uruguay XXI