

FOCO ALADI



Oportunidades Comerciales Perú - Uruguay

Productos Nuevos

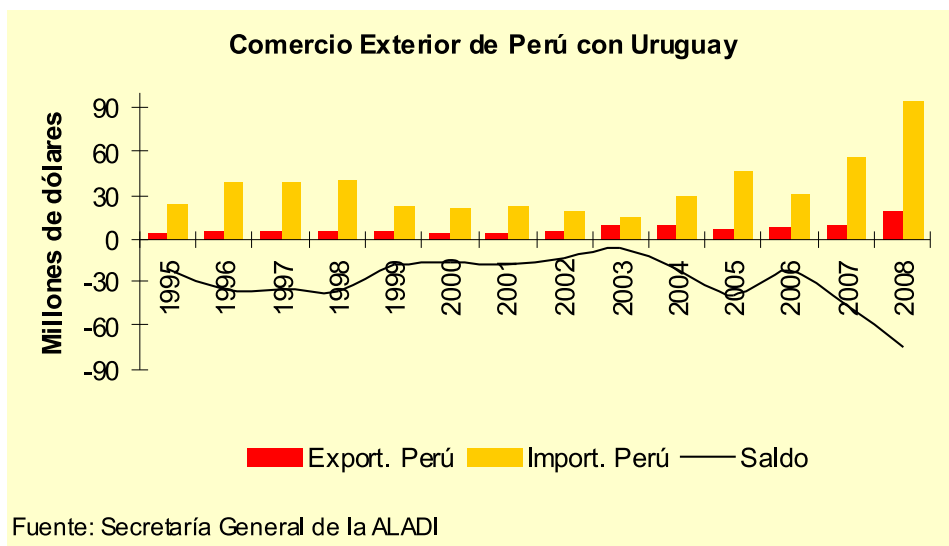
ALADI: PUERTA DE ENTRADA DE LOS PRODUCTOS PERUANOS AL MERCADO URUGUAYO

En el marco de la ALADI, la relación comercial entre Perú y Uruguay está regida, fundamentalmente, por el Acuerdo de Complementación Económica (ACE) N° 58. Este acuerdo permite que los productos peruanos puedan ingresar al mercado uruguayo en condiciones preferenciales.

Actualmente, las alcachofas, los espárragos, el maíz dulce, el achiote, los arenques, las sardinas, los atunes, los calamares y las potas, los pulpos, algunos medicamentos, los cátodos y secciones de cátodos, los minerales de cinc y sus concentrados, algunos productos electrónicos y textiles, forman parte del conjunto de productos que ingresan al mercado uruguayo libre de aranceles. El listado se amplía gradualmente hasta el año 2017, cuando el 100% de los productos se encontrará en tal situación.

INTERCAMBIO COMERCIAL BILATERAL ENTRE PERÚ Y URUGUAY

El comercio bilateral entre Perú y Uruguay entre 1995 y 2008 ha sido netamente favorable a Uruguay. El déficit comercial peruano con Uruguay alcanzó más de 75 millones dólares, en 2008, aún cuando las exportaciones peruanas casi se duplicaron con respecto a 2007.



POSIBILIDADES DE EXPANSIÓN DE LAS VENTAS DE PRODUCTOS PERUANOS EN EL MERCADO URUGUAYO

El análisis de los flujos comerciales entre Perú y Uruguay para el período 2005-2008 ha permitido identificar las oportunidades de aumentar las ventas de productos peruanos, que ingresaron a Uruguay en 2008 sin registrar ventas en los años anteriores del período, y por esta razón son considerados como “nuevos”. El valor máximo que puede alcanzar la expansión de las ventas es indicativo y, sobre todo, marca una posibilidad que puede concretarse o no, dependiendo del dinamismo de la demanda interna uruguaya y/o de la capacidad de los productores peruanos para aprovechar las oportunidades del mercado.

En el Cuadro N°1 se han seleccionado aquellos productos que tienen posibilidades de aumentar sus ventas en el mercado uruguayo, incluyendo los valores del arancel vigente y de la preferencia otorgada por Uruguay para los años 2009 y 2010, así como, la cuota de mercado que posee el principal país proveedor del producto para Uruguay. Todas estas variables deberán ser tenidas en cuenta por el exportador.

CUADRO N° 1

Nuevos Productos Peruanos con Potencial de Expansión				
Ítem	Descripción*	Potencial anual de ventas** (en miles de US\$)	Cuota de mercado del principal proveedor**	Preferencias otorgadas por Uruguay
3215190000	Tintas para imprimir excepto negras	2.808	Brasil (38,2%) Argentina (21%)	100%
9608200000	Rotuladores y marcadores con punta de fieltro u otra punta porosa	1.105	China (27%) Alemania (20%) Brasil (8,7%)	71% (2009) 86% (2010)
4407291000	Madera de cedro aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incluso cepillada, lijada o unida por los extremos, de espesor superior a 6 mm.	899	Brasil (92,3%)	71% (2009) ¹ 86% (2010)
6802210000	Mármol, travertinos y alabastro	741	Alemania (41%) Italia (24%) Turquía (10%)	100%
3215110000	Tintas negras para imprimir	581	Argentina (20,4%) Brasil (38,1%)	100%
8421230000	Aparatos para filtrar lubricantes o carburantes en los motores de encendido por chispa o compresión	581	Brasil (26,9%) Argentina (23,3%) Estados Unidos (20%)	71% (2009) ¹ 86% (2010)
9607110000	Cierres de cremallera (cierres relámpago) con dientes de metal común	329	Argentina (24,3%) Brasil (19,9%)	100%
7310291000	Depósitos y recipientes similares, para cualquier materia (excepto gas comprimido o licuado), de fundición, hierro o acero, de capacidad inferior o igual a 300 l, sin dispositivos mecánicos ni térmicos, aptos para el envasado de productos alimenticios	202	Argentina (47,3%) Brasil (35,4%)	100%
8421310000	Aparatos para filtrar o depurar líquidos para filtrar lubricantes o carburantes en los motores de encendido por chispa o compresión	100	Estados Unidos (22%) Brasil (16%) Francia (14%)	71% (2009) ¹ 86% (2010)

Nota ¹ Este producto se encuentra amparado por disposiciones especiales que pueden determinar que la tasa arancelaria sea 0. (*) Descripción abreviada. (**) Datos promediados entre 2005-2008. (***) ACE N° 58.
Fuente: Secretaría General de la ALADI.