

---

# Estudio de Mercado Galletas Dulces, Barquillos y Obleas en Uruguay

Mayo 2011

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Uruguay

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH y descripción:</b> .....	4
<b>2. Código Sistema Armonizado Local y descripción: +</b> .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	5
<b>1. Arancel General:</b> .....	5
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):</b> .....	5
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	5
<b>4. Otros Impuestos:</b> .....	6
<b>5. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	7
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	7
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso; Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	7
<b>2. Ejemplos de etiquetado de productos</b> .....	14
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	15
<b>1. Estadísticas 2010</b> .....	15
<b>2. Estadísticas 2009</b> .....	16
<b>3. Estadísticas 2008</b> .....	16
<i>V. Características Presentación del Producto</i> .....	18
<b>1. Potencial del producto.</b> .....	18
<b>1.1. Formas de consumo del producto.</b> .....	19
<b>1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto</b> .....	19
<b>1.3. Comentarios de los importadores</b> .....	19
<b>1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.</b> .....	19
<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.</b> .....	19

VI. Canales de Comercialización y Distribución .....	20
VII. Precios de referencia – retail y mayorista.....	21
VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia.....	27
IX. Características de Presentación del Producto.....	28
X. Sugerencias y recomendaciones.....	29
XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....	29
XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto.....	30
<b>Población por área geográfica .....</b>	<b>30</b>

# I. PRODUCTO:

## 1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH Y DESCRIPCIÓN:

19053 - Galletas dulces (con adición de edulcorante); barquillos y obleas, incluso rellenos («gaufrettes», «wafers») y «waffles» («gaufres»)\* :

[19053100](#) - Galletas dulces (con adición de edulcorante)

[19053200](#) - Barquillos y obleas, incluso rellenos («gaufrettes», «wafers») y «waffles» («gaufres»)\*

## 2. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL Y DESCRIPCIÓN:

19053100 - Galletas dulces (con adición de edulcorante)

[1905310010](#) - Sin adición de cacao

[1905310020](#) - Con adición de cacao

19053200 - Barquillos y obleas, incluso rellenos («gaufrettes», «wafers») y «waffles» («gaufres»)\*

[1905320010](#) - Barquillos y obleas ("gaufrettes", "wafers")

[1905320020](#) - "Waffles" ("gaufres")

## II. SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

### 1. ARANCEL GENERAL:

Uruguay cuenta con un arancel para zona y otro para extrazona.

Tasa Global Arancelaria (TGA) ad Valorem es de un 18%.

### 2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (\*):

Chile y Uruguay firman 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 1º de enero de 2009 todos los productos quedan en **arancel cero**, con 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, es decir, una rebaja en términos porcentuales con respecto al arancel de aduanas vigentes del país importador a:

Acuerdo	País Beneficiario	Preferencia
AAP.CE Nº 36	Bolivia	100%
AAP.CE Nº 59	Colombia	54%
AR.PAR Nº 4	Cuba	100%
AAP.CE Nº 59	Ecuador	67%
AAP.CE Nº 58	Perú	100%
AAP.CE Nº 59	Venezuela	54%

Fuente: Aladi

#### 4. OTROS IMPUESTOS:

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

- **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%
- **IVA. importación** 22 % Sobre CIF + RECARGOS\* (**DEDUCIBLE**).
- **IVA. adelanto** 10 % Sobre CIF + RECARGOS\* (**DEDUCIBLE**).

\* Recargos incluye gastos de aduana y un ajuste para el caso de que se trate de empresas vinculadas (para el cual se hará un estudio de vinculación y se estimará el ajuste)

- **Tasa consular**  
Esta tasa se aplica sobre el valor CIF de los bienes importados, y su alícuota está fijada actualmente en el 2%.
- **Tasa Aduanera**  
Equivale al 0,2% del valor CIF del respectivo Permiso de Importación, al tipo de cambio vendedor de la fecha al cierre del día anterior en la que aquel fuere presentado con el límite máximo legal de US\$ 50.
- **Tasa Extraordinarios (TSE)**  
Se aplica en función de tarifas a cobrar de acuerdo al valor declarado en los permisos de importación.

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

De US\$ 500 hasta	US\$ 1.000	.....	US\$	12
De US\$ 1.001 hasta	US\$ 2.000	.....	US\$	30
De US\$ 2.001 hasta	US\$ 8.000	.....	US\$	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

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

## 5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

No se han detectado barreras para arancelarias

# III. REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

## 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO; IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

Todos los **alimentos**, nacionales o extranjeros deberán satisfacer las normas higiénicas establecidas en los procesos de elaboración, fraccionamiento, almacenamiento, distribución y comercialización indicadas en el Decreto N° 315 de 5/07/94, Reglamento Bromatológico Nacional.

Todas las importaciones de **alimentos y bebidas** indicadas en la Resolución S/N de 30 de diciembre de 1998, están sujetas al momento de ingresar al país a la inspección realizada por el LATU (Laboratorio Tecnológico del Uruguay), quien expedirá los certificados de comercialización habilitantes para su venta en el mercado interno si los productos cumplen con las disposiciones bromatológicas vigentes. Decreto N° 338 de 22/09/82; Resolución S/N de 30/12/98 del Ministerio de Industria, Energía y Minería.

### Información y requisitos

#### 1 - ¿Qué PRODUCTOS les corresponde la gestión del Certificado de Comercialización de acuerdo al Decreto 338/82 de 22 de setiembre de 1982?

Para saber si corresponde gestionar el Certificado de Comercialización, puede consultar el listado de [CODIGOS ARANCELARIOS SUJETOS A CONTROL](#). Dicho listado fue confeccionado a partir del Decreto 338/82 de 22 de setiembre de 1982, las Resoluciones del MIEM S/Ns de fechas 30 de diciembre de 1998 y de 24 de noviembre de 1999 y los códigos arancelarios de la Nomenclatura Común MERCOSUR (NCM) vigentes.

En caso que se concluya que debe gestionar el Certificado de Comercialización ante LATU, se recomienda conocer las reglamentaciones asociadas a la importación de alimentos: Decretos 338/82 de 22 de setiembre de 1982; 231/006 de 17/07/06; 332/93 de 14 de julio de 1993; 315/94 de 5 de julio de 1994 y decretos modificativos y complementarios y Resoluciones del MIEM de fechas 7 de julio de 1983; 30 de diciembre de 1998 y 24 de noviembre de 1999. Dichas disposiciones se pueden adquirir en las oficinas del Diario Oficial o

consultar en el Centro de Información Técnica del LATU.

Tener presente que las mercaderías ingresadas en el régimen de Admisión Temporal son procesadas y destinadas a la exportación, por lo cual no requieren el Certificado de Comercialización.

Por otra parte, dependiendo del tipo o características del alimento podría ser necesario realizar consultas ante los Ministerios de Salud Pública o de Ganadería Agricultura y Pesca.

Al respecto le asesoraremos en la División Certificación.

## 2 - ¿Cómo comienzo una gestión referente a la importación de alimentos?

- Registrar la empresa importadora en LATU

En caso que deba gestionar el Certificado de Comercialización, la empresa importadora debe estar registrada ante LATU. A tal fin debe iniciar el trámite de REGISTRO DE PERSONA FÍSICA O JURÍDICA ante el Departamento de Reguladora de Trámites, presentando certificado notarial que acredite quien representa validamente a la empresa importadora. "[INSTRUCTIVO PARA REGISTRO DE PERSONA FÍSICA O JURÍDICA](#)"

Asimismo se le suministrarán las tarjetas para el registro de firmas autorizadas. Completado dicho trámite la empresa queda habilitada para realizar cualquier gestión ante LATU.

Una vez registrada la empresa puede solicitar por escrito en el Departamento de [Reguladora de Trámites](#) la clave "SIGLA" para el acceso a este sistema.

- Gestionar la Solicitud de Certificado de Comercialización para la partida

La Solicitud de Certificado de Comercialización se gestiona únicamente ingresando la información solicitada en el formulario electrónico a través del sistema informático "VAN" o "SIGLA".

En caso que tenga imposibilidad de acceder al Sistema Informático SIGLA" o dificultad en el uso, comunicarse con la Gerencia de Sistemas de Información a los efectos de plantear la inquietud.

## 3 - ¿Qué costo tiene este Certificado? ¿Cuándo y donde se abona?

El precio por los servicios correspondientes a la obtención del Certificado de Comercialización es del 1,5 % (uno y medio por ciento) del valor CIF de la mercadería debiéndose agregar el valor del IVA. Dicho monto es liquidado por la DNA conjuntamente con otros tributos correspondientes a la importación en cuestión, y se abona junto con los mismos.

## 4 - ¿Que información debo ingresar en el formulario electrónico?

El formulario electrónico debe ser llenado con toda la información allí establecida.



Procedimiento empleando el sistema SIGLA <http://www.latu.org.uy/sigla>

Ingresar nombre de empresa y clave.

Elegir link “Decreto 338” y luego seleccionar opción Ingresar/modificar detalle de la mercadería.

Se visualizan los DUAs que tiene la empresa para procesar, de ahí debe elegir el que desea ingresar la información.

DUA: Aparece el número del DUA elegido

Item: Es el ITEM del Documento Aduanero del cual va a ingresar el detalle.

Una vez elegido el DUA tiene un link al Instructivo de Uso.

[Instructivo de uso para el ingreso de productos](#)

#### **5 - ¿Qué hago si el producto se importa por primera vez o el Registro Bromatológico no se encuentra en la base de datos de LATU?**

A.- La empresa importadora debe ingresar la información de los REGISTROS BROMATOLÓGICOS en el Sistema Informático SIGLA. Seleccionar dentro del LINK “Decreto 338” , “Registros Bromatológicos” y completar los cuadros allí indicados, transcribiendo la información y agregando la lista de ingredientes.

**Numero de registro:**

**Producto: Nombre del producto.**

**Marca: Marca comercial**

**País de origen:**

**Envase: Tipo de envase.**

**Presentación: Contenido neto de acuerdo a la información del registro**

**Fecha de registro: Fecha en la cual se emitió el registro.**

**Fecha de vencimiento: Fecha de vencimiento del registro si se encuentra en el mismo.**

**Ingredientes: De acuerdo a la monografía presentada ante el organismo competente, la cual debe coincidir con la lista descripta en el envase.**

B- Enviar los mismos por fax a la División Certificación (6013724 INT 280) o en un archivo escaneado adjunto al correo electrónico o presentar fotocopia en el Departamento de Reguladora de Trámites.

C- En caso de registros emitidos por el MSP debe presentar copia del envase firmado por éste y en caso de registros obtenidos en otros organismos presentar copia del envase firmado por el técnico que tramitó el registro.

Cada empresa accede a la base de datos de los Registros Bromatológicos propios que ha presentado ante LATU a través del sistema SIGLA.

## 6 - ¿Qué plazo tengo para presentar los Registros Bromatológicos correspondientes?

El plazo para la presentación del registro es de 30 días luego de la fecha de presentación de la Solicitud de Certificado de Comercialización.

Una vez vencido dicho plazo, LATU procederá al archivo de la solicitud, informando al Ministerio de Salud Pública. (Excepto que el importador demuestre que no ha comerciado la mercadería durante dicho período)

## 7 - ¿Dónde puedo informarme sobre la obtención del Registro Bromatológico?

Casi todo alimento previo a su comercialización debe contar con el Registro Bromatológico vigente de alcance Nacional o Municipal. A tales efectos se sugiere consultar a los Organismos Competentes en materia de Registro Bromatológico de alimentos (Servicios Bromatológicos de las Intendencia Municipales y Ministerio de Salud Pública).

Este requisito es importante de tener presente previo a concretar sus operaciones de importación, por lo cual se sugiere la obtención del mismo antes del ingreso de la mercadería por primera vez al país.

## 8 - ¿Cómo me informo de algún otro requisito o documentación a presentar?

Notificación a través del sistema SIGLA

Ingresando al link "Notificaciones", se detalla la información que está pendiente, como falta de Registro Bromatológico, falta ingresar la Solicitud de Certificado de Comercialización para algún producto u otras.

Puede dirigirse a la persona que se encuentra en dicha notificación si desea realizar alguna consulta.

Notificación a través de fax

- Cuando la información presentada en la Solicitud de Certificado de Comercialización es incompleta. La información faltante puede ser enviada por mail o por fax al 6013724 int 280.

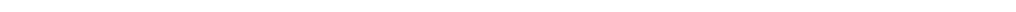
- Cuando el etiquetado nutricional no cumple con lo establecido en el Decreto 117/006. Una vez corregida la misma, el importador debe avisar al LATU para su verificación.

## 9 - ¿Qué hace LATU una vez recibida toda la información?

Una vez recibida la información completa, LATU procede a realizar la inspección de la mercadería y los controles para verificar el cumplimiento con las reglamentaciones vigentes.

## 10 - ¿Cómo se solicita la inspección de la mercadería?

La inspección y extracción de muestra sólo se puede solicitar por los siguientes medios y en orden de preferencia:



A - Consignando en el campo previsto del formulario de la Solicitud de Certificado de Comercialización, la fecha a partir de la cual la mercadería se encuentra pronta para ser inspeccionada. (Ver pregunta 4, Fecha de inspección).

B - A través del correo de la División Certificación: [certificacion@latu.org.uy](mailto:certificacion@latu.org.uy)

#### Aclaración

No se procederá a realizar la inspección y el muestreo sin la presentación de la solicitud de Certificado de Comercialización.

### 11 - ¿Cuándo y como se hace la inspección y extracción de muestras?

La inspección y extracción de muestra la realiza personal de LATU en el depósito declarado por el importador en la solicitud, una vez recibido el formulario electrónico en forma completa.

El inspector de LATU verifica la existencia de la totalidad de la mercadería declarada, la coincidencia de la misma con la información presentada y extrae las muestras para realizar los controles pertinentes.

Toda inspección de mercadería y/o extracción de muestras será documentada con una constancia de extracción de muestras la que será firmada (incluyendo aclaración de firma) por las personas actuantes tanto por la empresa como por el funcionario de LATU, entregando la vía original a la persona que nos atendió.

### 12 - ¿Qué documentos emite LATU una vez finalizada la solicitud?

a) En caso de conformidad, emite el Certificado de Comercialización.

Este certificado recoge la información declarada en el DUA y la presentada en la DESCRIPCIÓN DE MERCADERÍA. Asimismo podrá incluir alguna condición particular en el espacio reservado para LATU.

b) En caso de no conformidad emite una notificación no autorizando a comercializar la mercadería.

En dicha notificación se especifica el motivo de la resolución tomada. De acuerdo al Decreto 338/82 de 22 de septiembre de 1982 la empresa importadora procederá a la destrucción o reexportación de la mercadería en un plazo improrrogable no mayor de 60 días hábiles, o a lo dispuesto por el o los Ministerios competentes (MSP y/o MGAP). Una vez destruido o reexportado, según corresponda, la empresa deberá presentar al LATU constancia de lo realizado.

#### Aclaración

Tener presente que el Certificado de Comercialización emitido no exonera al/los producto de cumplir con los requisitos de rotulación establecidos en los Decretos 231/006 de 17/07/06, 117/006 de 21/04/06, 130/006 de 4/05/06 y complementarios, siendo la responsabilidad del importador adecuar la rotulación a dicha normativa previo a la comercialización del producto.

**13 - ¿Dónde retiro el Certificado de Comercialización o la notificación por la "No autorización para comercializar la mercadería"?**

Se retiran en el Departamento de Reguladora de Trámites. por personas con firma registrada ante LATU.

**14 - ¿Cómo conozco el estado de la gestión del Certificado de Comercialización?**

El estado de la gestión del Certificado de Comercialización se puede consultar a través de Internet por medio del sistema SIGLA.

A través del link "solicitudes por número" o "solicitudes presentadas", ingresando el número, visualiza si la misma fue aprobada totalmente, para todos los productos ingresados en la solicitud, o parcialmente, para alguno de ellos.

**15 - ¿Cómo se gestiona el Certificado de Comercialización para alimentos declarados "muestras sin valor comercial u otro destino que no sea su comercialización"?**

Se gestiona al igual que cualquier otro alimento importado.

En caso de utilizar el Sistema informático VAN o SIGLA, debe ingresar tal condición en el campo "OBSERVACIONES" en el momento de la transmisión de la "DESCRIPCIÓN DE LA MERCADERÍA". En caso contrario, debe enviar fax a la División Certificación, informando con carácter de declaración jurada el destino de la mercadería y que la misma no se "comercializará".

LATU analizará la situación y resolverá al respecto.

**16 - ¿Qué se debe hacer en caso que el DUA haya sido anulado?**

Debe enviar la documentación emitida por la DNA que acredite la anulación del DUA al fax de la División Certificación.

**17 - ¿Qué se debe hacer en caso que la información consignada en la Solicitud de Certificado de Comercialización haya sido declarada erróneamente o incompleta?**

Debe presentar en el Departamento de Reguladora de Trámites o enviar por mail o fax a la División Certificación una solicitud de modificación adjuntando la documentación correspondiente intervenida por la DNA, si correspondiere.

LATU analizará la situación planteada y decidirá en cuestión, pudiendo aceptar las mismas y dejar constancia de las modificaciones o denegarlas.

**18 - ¿Se puede solicitar la devolución de muestras excedentes?**

El importador debe informar al inspector en el momento y dejarlo escrito en la constancia de extracción de muestras.

LATU devolverá las muestras excedentes de los controles, siempre que las mismas estén en condiciones adecuadas.

La devolución se realizará en la División Certificación, dejando constancia del acto y registro de la persona que retira.

El plazo para retirar las muestras es de 10 días luego de emitido el Certificado de Comercialización.

**Aclaración**

El importador es responsable por las consecuencias que puedan surgir por el destino dado a las muestras devueltas.

**19 - ¿Cómo plantear reclamos, sugerencias y comentarios?**

Usted puede utilizar cualquiera de las opciones para la presentación de reclamos y sugerencias que LATU ha implementado.

A tales efectos puede depositar sus reclamos y sugerencias en el buzón que se encuentra en el Departamento Atención al Cliente, enviarlo por fax a la División Certificación o enviando un correo electrónico a [certificacion@latu.org.uy](mailto:certificacion@latu.org.uy)

Fuente: Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU), Regulación Alimentaria (Bromatología), Ministerio de Salud Pública del Uruguay.

2. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS

Galletas "Waffles"

Ingredientes: Azúcar, aceite vegetal hidrogenado, harina de trigo fortificada\*, cacao en polvo, almidón de maíz, emulsionante: lecitina de soja (INS 322), sal, fermentos químicos: bicarbonato de sodio (INS 500i), bicarbonato de amonio (INS 500ii), saborizante / aromatizante artificial de vainilla. Contiene gluten y soja. Conservar en lugar fresco y seco.

(En Uruguay: harina de trigo fortificada según Decreto 130/006: hierro 30 mg/kg, ácido fólico 2,4 mg/kg. En Argentina: harina de trigo fortificada según Ley 25630: hierro 30 mg/kg, ácido fólico 2,2 mg/kg, tiamina 6,1 mg/kg, riboflavina 1,1 mg/kg, nicotina 13 mg/kg. Ingredientes: Azúcar, aceite vegetal hidrogenado, harina de trigo fortificada con hierro y ácido fólico, cacao en polvo, emulsificante: lecitina de soja (INS 322), sal, fermentos químicos: bicarbonato de sodio (INS 500i) e bicarbonato de amonio (INS 500ii), aroma artificial de vainilla. Contiene gluten y soja. Conservar en lugar fresco y seco.

Ingredientes: Azúcar, aceite vegetal hidrogenado, harina de trigo fortificada con hierro y ácido fólico, cacao en polvo, emulsificante: lecitina de soja, agentes leudantes: bicarbonato de sodio y bicarbonato de amonio, saborizante artificial de vainilla. Contiene gluten y soja. May contain traces of milk and egg. Storage: cool and dry.

Importado por: EL TRIGAL S.A. - Av. San Martín 8270 - Montevideo - Uruguay - I.M.J. Reg. S.R.A.N° 143220 - Tel: (598) 07171 - e-mail: ventas@eltrigal.com.uy - www.eltrigal.com.uy

Distribuido por: Cooperativa Distribuidora Internacional S.A. - Mercado Explotación Elca Vera y Frío - Asunción - Paraguay - Tel: (597) 21 20 84 40 - RUC: 30018886-1 - R.S.P.A. N° 070-02608

Imported by: AMERICAN SUPPLY GROUP - 7930 NW 71 St, Miami, FL 33166, USA - Tel: 305-403-7777 Fax: 305-403-7795 - e-mail: us@amsgroup.com - www.amsgroup.com

Imported by: Inter Inc., 215 Wilson Ave, Newark, N.J. 07102, Tel: 973-9461616, USA

INFORMACIÓN NUTRICIONAL / INFORMAÇÃO NUTRICIONAL		
Porción/Porção: 30g (3 unidades)		
Cantidad por porción / Quantidade por porção		% VD (*)
Valor energético	151 kcal = 634 kJ	8
Carbohidratos / Carbohydrates	21 g	7
Proteínas / Proteínas	1,0 g	1
Grasas totales / Gorduras totales	7,0 g	13
Grasas saturadas / Gorduras saturadas	1,7 g	6
Grasas trans / Gorduras trans	2,0 g	---
Fibra alimentaria / Fibra alimentar	0,5 g	2
Sodio / Sódio	28 mg	1

(\*) % Valores diarios basados en una dieta de 2000 kcal o 8400 kJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas. % Valores diários com base em uma dieta de 2000 kcal ou 8400 kJ. Seus valores diários podem ser maiores ou menores dependendo de suas necessidades energéticas.

**Nutrition Facts:**  
Srv. Size 4 units (30g), Serving 4.5  
Amount / Serving:  
Calories 150, Fat Cal. 60  
Total fat 7.0 g (10% DV),  
Sat. Fat. 1.6 g (8% DV), Trans Fat 2.0 g,  
Cholest. 0 mg (0% DV),  
Sodium 30 mg (1% DV),  
Total carb. 21 g (7% DV), Dietary Fiber less than 1 gram (2% DV), Sugars 15 g,  
Protein 1g, Vitamin A 8% DV, Vitamin C (0% DV), Calcium (0% DV), Iron (6% DV).  
\*Percent Daily Values are based on a 2000 calorie diet.

Consumir preferentemente antes del Lote N°: ver en el envase  
Válido até / Lote N°: ver na embalagem  
Best before / Lot N°: see packaging

7 730116 460131

B 14 10 11

SERVICIO AL CONSUMIDOR  
2 209 70 70

Galleta Glaseadas

**El maestro artesano**

Elaborado por Panificadora Uruguaya S.A. Montevideo, Uruguay. S.R.A. N° 2025/1104.

INGREDIENTES: Harina de trigo, azúcar, aceite vegetal hidrogenado, grasa vacuna retinada (antioxidante: galacteosílica), jarabe de fructosa, sal, levadura química (INS 500ii, INS 500iii, INS 500iv), emulsificante: metabisulfito de sodio (INS 472e), mejorador de harina: vanilina, esencia de limón.

\*Según el Decreto N° 150/006 la harina es fortificada con hierro y ácido fólico en las siguientes proporciones: Hierro = 30 mg/Kg y Ácido fólico = 2,4 mg/Kg.

Para Argentina: Harina enriquecida según ley N° 25.630 (Sulfato ferroso: 30 mg/kg, ácido fólico: 1,3 mg/kg, niacina: 6,3 mg/kg, riboflavina: 2,2 mg/kg, tiamina: 1,5 mg/kg). Este producto CONTIENE GLUTEN DE TRIGO.

INGREDIENTES: Farinha de trigo enriquecida com ferro e ácido fólico, açúcar, gordura animal, gordura vegetal hidrogenada, xarope de frutose, sal, fermentos químicos (INS 500ii, INS 500iii, INS 500iv), emulsificantes (INS 322, INS 472e), aroma artificial. CONTÉM GLUTEN.

INGREDIENTS: Wheat flour (enriched with iron and folic acid), sugar, refined bovine fat, hydrogenated vegetable oil, high fructose corn syrup, salt, leavening agents (INS 500ii, INS 500iii, INS 500iv), emulsifiers (INS 322, INS 472e), artificial flavor. CONTAINS GLUTEN FROM WHEAT.

Consumir antes de / Lote: Válido até / Lote: Best Before / Batch:

INFORMACIÓN NUTRICIONAL / NUTRITION FACTS			
Porción 30 g (12 galletas) / Porção 30 g (12 biscoitos) / Serving size: 12 wheat biscuits (12 g)			
Cantidad / Quantidade / Amount	por porción / por porção / per serving	por 100 g / por 100 g / per 100 g	%VD por porción (**) / por porção (**) / per serving (**)
Valor energético / Calorías	127 kcal = 531 kJ	424 kcal = 1771 kJ	8
Carbohidratos / Carbohydrates / Carbohydrates	20 g	67 g	7
Proteínas / Proteins	2,2 g	7,4 g	3
Grasas totales / Gorduras Totales / Total Fat	4,2 g	14 g	5
Grasas saturadas / Gorduras saturadas / Saturated Fat	0,8 g	2,6 g	3
Grasas monoinsaturadas / Gorduras monoinsaturadas / Monounsaturated fat	0,7 g	2,4 g	---
Grasas poliinsaturadas / Gorduras poliinsaturadas / Polyunsaturated fat	0,1 g	0,3 g	---
Cholesterol / Colesterol	152 mg	509 mg	---
Grasas trans / Gorduras trans / Trans fats	0,4 g	1,3 g	(**)
Fibra alimentaria / Fibra alimentar / Dietary fiber	0 g	0 g	0
Sodio / Sódio / Sodium	75 mg	253 mg	3

(\*\*) Valores diarios basados en una dieta de 2.000 kcal / 8.400 kJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas / Valores diários de referência com base em uma dieta de 2000 kcal/8400kJ. Seus valores diários podem ser maiores ou menores dependendo de suas necessidades energéticas / Percent daily values are based on a 2000 kcal/8400kJ diet. Your daily values may be higher or lower depending on your energy needs.

(\*\*\*) %VD no establecido / no establecido / not established

Conservar en lugar fresco y seco, (20°C, 60 %HR)  
Conservar em ambiente fresco y seco  
Conserve in a fresh and dry place.

Servicio de Atención al Consumidor en Uruguay  
0004 052 10072  
Para otros países ver datos del importador

# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

## 1. ESTADÍSTICAS 2010

CÓDIGO 190531

Países de Origen	Peso neto (kg.)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Argentina	4.348.903,14	7.864	69.87
Brasil	1.782.616,13	2.497	22.19
Mexico	169.704,27	413	3.67
Dinamarca	24.421,87	118	1.05
Portugal	26.100,00	82	0.73
España	21.686,71	78	0.70
Chile (7)	25.404,84	64	0.57
Estados Unidos	11.638,20	58	0.52
Colombia	15.061,86	46,00	0,42
Alemania R.F.	2.516,00	17,00	0,15
Bélgica	1.010,00	9,00	0,08
Francia	130,56	3,00	0,03
Italia	308	1,00	0,01
Japón	0,02		0
<b>Total</b>	<b>6.429.501,61</b>	<b>11.250</b>	<b>100</b>

Fuente: MERCOSUR online

## 2. ESTADÍSTICAS 2009

Países de Origen	Peso neto (kg.)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Argentina	3.036.768,30	5.287	72.0
Brasil	1.378.854,95	1.806	24.6
Dinamarca	12.680,50	73	1
Portugal	11.869,25	44	0.6
Chile (5)	19.515,32	39	0.54
Estados Unidos	7.778,81	37	0.51
España	6.533,40	27	0.38
Bélgica	1.016,37	8	0.12
Alemania R.F.	1.375,00	8	0,12
Italia	1.730,26	5	0,08
<b>Total</b>	<b>4.859.083,74</b>	<b>7.334</b>	<b>100</b>

Fuente: MERCOSUR online

## 3. ESTADÍSTICAS 2008

Países de Origen	Peso neto (kg.)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Argentina	3.244.026,36	5.579	69,06%
Brasil	1.494.601,20	2.153	26,65%
Dinamarca	39.031,56	219	2,72%
Chile (4)	27.858,60	47	0,59%
Italia	4.987,58	38	0,47%
España	6.758,40	23	0,30%
Portugal	4.668,93	16	0,20%
Suiza	60		0,01%
<b>Total</b>	<b>4.821.992,63</b>	<b>8.079</b>	<b>100</b>

Fuente: MERCOSUR online



## 1. ESTADÍSTICAS 2010

CÓDIGO 190532

Países de Origen	Peso neto (kg.)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Brasil	2.481.275	4.928	72,16
Bolivia	753.243	996	14,59
Argentina	229.202	652	9,56
Estados Unidos	29.178	100	1,46
Chile (5)	29.557	81	1,19
Grecia	5.074	28	0,41
Indonesia	7.825	28	0,41
Reino Unido	1.622	12	0,19
Austria	335	1	0,02
Francia	1	0	0,01
España	1	0	0
<b>Total</b>	<b>3.537.315</b>	<b>6.826</b>	<b>100</b>

Fuente: MERCOSUR online

## 2. ESTADÍSTICAS 2009

Países de Origen	Peso neto (kg.)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Brasil	2652804	4.827,00	80,87
Argentina	213835	641,00	10,75
Bolivia	285120	380,00	6,38
Chile (4)	19289	52,00	0,88
Indonesia	5889	27,00	0,45
Reino Unido	2111	15,00	0,26
Grecia	1966	15,00	0,25
España	1022	6,00	0,1
Austria	188	2,00	0,04
Italia	103		0,02
<b>Total</b>	<b>3.182.327</b>	<b>5.965</b>	<b>100</b>

Fuente: MERCOSUR online

### 3. ESTADÍSTICAS 2008

Países de Origen	Peso neto (kg.)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Brasil	2776572	5.260	69,06%
Argentina	261710	691	26,65%
Bolivia	142859	212	2,72%
Chile (4)	26170	67	0,59%
Indonesia	6112	24	0,47%
Grecia	1966	13	0,30%
Reino Unido	1604	10	0,20%
Italia	1142	5	0,01%
Suiza	287	2	
<b>Total</b>	<b>3.218.421</b>	<b>6.284</b>	<b>100,00%</b>

## V. POTENCIAL DEL PRODUCTO

### 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO

Debemos tener en cuenta que Uruguay es un país muy pequeño de poco más de 3 millones de habitantes y que su mayor concentración se ubica en la capital – Montevideo; que tienen una economía que está creciendo a tasas sobre 6.5% anual aproximadamente.

Existe una fuerte competencia tanto de productos uruguayos como de productos de Argentina y Brasil; estos 2 últimos tienen menores costos de transporte que otros países debido a su cercanía. Como se ve en la tabla de estadísticas, solo de Argentina durante el 2010 se importó casi el 70% del total, mientras que de Brasil se importó cerca del 22%, esto significa que entre ambos países se importan más del 90% del total.

Las importaciones uruguayas de Chile en el rubro (190531) fueron aproximadamente de U\$S 64.621 para el año 2010, Uruguay compró más de U\$S 11.000.000 en ese mismo año a otros países, por lo que es posible aseverar que existen nichos de mercado que se pueden explotar, sobre la base de un producto que otorgue una buena relación de precio y calidad.

Como sugerencia los productos del tipo light podrían tener grandes oportunidades debido al crecimiento del

segmento de consumidores de este tipo de productos como también surgió en el mercado local un nuevo tipo de galleta con una demanda en crecimiento, que es la galleta con cereal, harina integral y avena combinada con sabor a frutas.

Dependiente del tipo de galletas hay algunas de consumo masivo y otras de valor más diferenciado como las en lata.

**La galletas tipo María, rellenas, obleas (wafres), cracker y en bolsa** son de consumo masivo con un mercado hoy en día muy estable.

### **1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.**

Este producto se consume a cualquier hora del día pero principalmente durante el desayuno y con la merienda a la tarde. Dependiendo del tipo de galleta, barquillo o oblea también puede consumirse de forma de postre, junto con helados, cremas, etc.

### **1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO**

Muchos supermercados venden sus productos a través de su página en Internet y luego los envían por servicio de delivery. Es una práctica que no era muy utilizada años atrás pero que crece día a día.

### **1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES**

Según los importadores, la selección del producto se hace en varios parámetros, pero los más importantes son el precio y calidad. Fue recalado varias veces por los importadores, la importancia del precio del producto, ya que el mercado de galletas dulces es muy sensible a los precios, por lo cual acceder a un buen precio podría aumentar significativamente las ventas.

### **1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO**

Este tipo de productos se consume desde marzo a noviembre en forma estable y en verano decae levemente su consumo.

### **1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO**

Este producto se compra en supermercados, almacenes, minimarkets junto a las estaciones de combustibles, y también en quioscos, por todo el país.

## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN



- El importador busca adquirir directamente de fábrica, porque es la forma de conseguir el mejor precio del mercado evitando de esta manera los intermediarios.
- Luego de tener la mercadería en depósito, la ofrece a los mayoristas y distribuidores.
- El mayorista generalmente compra la mercadería y la ofrece en su local, para los pequeños empresarios (quioscos y/o mini mercado).
- El distribuidor no dispone de un local de venta, sino de un depósito y ofrece llevando la mercadería a supermercados, mini-markets, que estos venden al consumidor final.
- Los márgenes de comercialización son en promedio los siguientes: el importador 20% - 30% - distribuidor 10% - mayorista 20-25% - minorista 30%. Los supermercados marcan aproximadamente un 70%. En definitiva el supermercado y la cadena de distribución llegan aproximadamente al mismo margen de distintas formas.
- Finalmente, otro aspecto para tener en cuenta es que existen otros canales de ventas como el mercado informal (ferias vecinales y vendedores ambulantes). Los feriantes son las personas que compran a los mayoristas, o los mismos mayoristas que venden de forma informal, o contrabandistas, originándose una tercera cadena comercial. Los vendedores ambulantes son personas que obtienen la mercadería, por decomiso de aduana, contrabando, etc.

## VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA


### Código 19053100

Precio de Mayorista en caja: No se pudo conseguir información, manifiestan un 25% menos promedio en pesos uruguayos. **Tipo de cambio: 19.6**




País de origen	Precio al público unidad C/iva en pesos uruguayos	Gramos	Foto
<b>Brasil</b>			
Galleta Mabel Banana y Canela	36.5	400 grs.	
Galleta Bauducco vainilla	18	110 grs.	
<b>Argentina</b>			
Galleta "Bagley" Tentaciones mousse de chocolate	22	85 grs.	

Galleta "Arcor" Cereal Mix con avena y pasas- 2 presentaciones	13 (48grs.)/ 34 (180 grs.)	48/ 180 grs.	
Galleta "Arcor" Tortitas de chocolate	21	125 grs.	
Galleta Oreo	20	111 grs.	
Galleta "Terrabusi" Pepitos	21	118 grs.	
Galletas "Bagley" Chocolinas	36	250 grs.	

<b>Uruguay</b>			
Galleta "Tienda Inglesa" surtida	33	400 grs.	
Galleta "El Trigal" BRIDGE medio baño	25	100 grs.	
Galleta "El Trigal" CHIQUILIN	33	220 grs.	
Galleta "Anselmi" SOLAR	27	195 grs.	
Galleta "Famosa" Lulu con chantilly	17	115 grs.	

Galleta "El Trigal" María Rica tripack (para comer solas o con dulces/mermeladas)	35	330 grs.	
Galleta Cerealitas sabor manzana y canela	20	134 grs.	
<b>Mexico</b>			
Galleta Quaker de avena con granola	32	187 grs.	
<b>Chile</b>			
Galleta "Costa" Tuareg de coco	28	120 grs.	
Galleta "Costa" Gran Cereal Muesli	35	135 grs.	






Galleta "Costa" Frac de vainilla rellena con chocolate	27	135 grs.	
<b>Dinamarca</b>			
Galleta Danesa Butter cookies	139	340 grs.	
<b>Estados Unidos</b>			
Galleta Pepperidge Farm chocolate/macadamia	110	206 grs.	

FUENTE: Supermercados-Febrero 2010

**Código 19053200**

País de origen	Precio al público unidad c/ iva en pesos uruguayos	Gramos	Foto
<b>Brasil</b>			
Galleta Mabel wafer de chocolate	14	115 grs.	
Galleta "Bauducco" Wafer de chocolate	18	140 grs.	
<b>Argentina</b>			
Galleta "Bagley" Opera	16	92 grs.	
Galleta "Arcor" oblea sabor frutilla	17	145 grs.	

Uruguay			
Galleta "El Trigal" Bridge oblea de chocolate	33	140 grs.	
Barquillo Barquilandia	36	120 grs. (caja de cartón)	
Galleta "El Maestro Cubano" oblea de limón	19	130 grs.	

FUENTE: Supermercados -Febrero 2010

## VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

### Código 190531/ 190532

	ESTRATEGIAS PROMOCION
<b>Brasil</b> Galletas y waffles Mabel y Bauducco	Únicamente se detectaron campañas de promoción del producto a través de mailings (folleto con destacados y ofertas de productos) de supermercados.
<b>Argentina</b> Galletas y waffles Arcor, Nabisco, Bagley, Terrabusi	Se detectaron campañas de promoción del producto en televisión (Oreo y Pepitos) como también propaganda exhibidores cenefas, carteles, mailings (de supermercados) resaltando las marcas y los precios.

<p><b>Uruguay</b> Galletas y waffles El Trigal, Anselmi, El Maestro Cubano , Famosa, Cerealitas, Tienda Inglesa Barquillo Barquilandia</p>	<p>Se detectaron campañas de promoción del producto en la televisión como también propaganda exhibidores cenefas, carteles, mailings (de supermercados) resaltando las marcas y los precios.</p>
--	--

## IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Código 190531/ 190532

	<b>PRESENTACIÓN</b>
<p><b>Brasil</b> Galletas y waffles Mabel y Bauducco</p>	<p>Existen varias formas de presentación las galletas generalmente son de formato cilíndrico, y los waffles rectangulares, envueltas de papel de nylon o envasados en bolsas donde aparece impreso el logo, el origen, el importador y los ingredientes.</p>
<p><b>Argentina</b> Galletas y waffles Arcor, Nabisco, Bagley, Terrabusi</p>	<p>Existen varias formas de presentación las galletas generalmente son de formato cilíndrico, y los waffles rectangulares, envueltas de papel de nylon o envasados en bolsas donde aparece impreso el logo, el origen, el importador y los ingredientes.</p>
<p><b>Uruguay</b> Galletas y waffles El Trigal, Anselmi, El Maestro Cubano , Famosa, Cerealitas, Tienda Inglesa Barquillo Barquilandia /</p>	<p>Existen varias formas de presentación las galletas generalmente son de formato cilíndrico, y los waffles en cuadraditos, envueltas de papel de nylon o envasados en bolsas donde aparece impreso el logo, el origen, productor y los ingredientes.</p>

## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

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

- a. Análisis previo de mercado (precios, canales de distribución, promoción, definición del lugar geográfico de mayor competitividad).
- b. Contacto previo con los importadores, o representantes y/o distribuidores formales, disponer de cotizaciones FOB.
- c. Conocimiento de los requisitos para la importación (sanitarios, registros sanitario y de marca).
- d. No descartar el apoyo al producto con una fuerte campaña de promoción.

Una sugerencia que puede ser muy positiva es que si una empresa quiere exportar un producto nuevo y diferente deberá estar dispuesta a hacer promociones y degustaciones para que se conozca el producto porque el mercado uruguayo se podría catalogar como costumbrista.

Las ofertas chilenas de este producto no son conocidas por la mayoría de importadores que se muestran muy interesados en poder conocer este mercado.

Alguno de los importadores encuestados nos brindaron un estimativo del precio que le sería rentable comprar al importador este tipo de productos. Por ejemplo:

- galleta waffles de 100- 125 gramos u\$s 0.18-0.29 (dólares)
- galleta redonda rellena 130 gramos u\$s 0.18-0.29 (dólares)

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

Aunque no existe una feria específica para este producto; Recomendamos visitar la página Web: [www.zonaeventos.com](http://www.zonaeventos.com) e ir a calendario ferias, eventos, congresos.

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

La página Web información general, productos y estadística

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

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

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

### PERFIL DEL CONSUMIDOR LOCAL

Entre otros datos podemos informar que Uruguay tiene una población estimada de 3.334.052 de personas que tienen su residencia habitual en el Uruguay, según el CENSO realizado en 2008.

- **Indicadores de población**

#### **Estructura por edades**

0-14 años: 23,1% (I.N.E. URUGUAY, 2008 est.)

15-64 años: 63,4% (I.N.E. URUGUAY, 2008 est.)

65 años y más: 13,5% (I.N.E. URUGUAY, 2008 est.)

60 años y más: 17,7% (I.N.E. URUGUAY, 2008 est.)

**Tasa de Alfabetismo:** 97,7% (I.N.E. URUGUAY, 2006)

#### **Población por área geográfica**

Área urbana: 3.127.318 habitantes - 93,8% (I.N.E. URUGUAY, 2008 est.)

Área rural: 206.734 habitantes - 6,2% (I.N.E. URUGUAY, 2008 est.)

<b>Población (2008)</b>	3.334.052 hab.
<b>Varones</b>	1.610.356 hab.
<b>Mujeres</b>	1.723.696 hab.
<b>Tasa Bruta de Natalidad (2008)</b>	14,6‰
<b>Tasa Bruta de Mortalidad (2008)</b>	9,4‰
<b>Crecimiento Natural (2008)</b>	5,2‰
<b>Tasa de Mortalidad Infantil (2007)</b>	12,0‰
<b>Tasa Global de Fecundidad (2008)</b>	2,01 hijos por mujer
<b>Esperanza de Vida (2008)</b>	75,97 años (72,41 hombres - 79,73 mujeres)
<b>Índice de Masculinidad (2008)</b>	93,4
<b>Edad mediana (2008)</b>	32,8 años (31,1 hombres - 34,5 mujeres)

- **Indicadores económicos**

<b>Indicador</b>	<b>Período</b>	<b>Valor</b>
IPC (Var.12 Meses)	Enero 2011	7.27%
IPPN (Var.12 Meses)	Enero 2011	13.85%
ICC (Var.12 Meses)	Diciembre 2010	11.57%
IMS (Var.12 Meses)	Diciembre 2010	10.60%
Desempleo	Diciembre 2010	5.4%

PBI (PPP), US\$ millones	<b>43.551</b>
PBI, US\$ millones (corrientes)	<b>31.606</b>
Tasa de Crecimiento PBI (estimado) año-2010	<b>8.5%</b>

Fuente: FMI