



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS

Escuela de Estudios Internacionales

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Licenciada en Estudios
Internacionales Mención Comercio Exterior

Tema: “Generación del perfil de Uruguay, bajo los parámetros del Centro de
Inteligencia e Información Comercial CICO de la CORPEI”

Autora: Cristina León O.

Directora: Ing. María Inés Acosta

Cuenca, Ecuador 2010

DEDICATORIA

Dedico esta monografía con todo mi cariño a mis padres, quienes han sido mi constante apoyo durante todos estos años, en especial quiero dedicar a mi madre, mi mejor amiga, mi guía, mi compañera, quien es la primera persona por la cual doy gracias en mi oración al comenzar el día, por siempre pediré a Dios que me de esa sabiduría para poder seguir su ejemplo, eternamente viviré agradecida por todo lo que has hecho por mi, por haberme formado en lo más valioso que una persona puede conservar, los valores, son éstos los que siempre me acompañarán y con ellos sabré superar los grandes obstáculos que me tiene la vida, ellos serán mis compañeros fieles para ser una mejor persona en actos y no solo en palabras.

A mi novio Martín por toda su paciencia y ayuda durante todos estos años, por estar siempre pendiente de mi a cada instante, sin esa fuerza no habría sido posible este nuevo logro en mi vida.

A mis segundos padres, mis abuelitos, quienes me han acompañado en cada momento, siempre con sus palabras de aliento, su afecto y su cariño.

A mis amigas que han estado a mi lado siempre Joha y Cris, aplaudiendo mis logros y llorando mis penas, su verdadero cariño lo llevaré guardado en mi corazón.

AGRADECIMIENTO

Quiero dar las gracias en primer lugar a Dios por haberme permitido culminar una etapa más en mi vida, gracias a mis padres, profesores, amigos y compañeros que estuvieron siempre presentes apoyándome con palabras sinceras de mucho aliento para salir adelante que sin duda no habría sido posible la elaboración del presente trabajo sin su ayuda y colaboración.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	12
CAPÍTULO 1: INFORMACIÓN GENERAL DE URUGUAY	15
1.1. Información General de Uruguay	15
1.2. Indicadores Macroeconómicos	19
CAPITULO 2: COMERCIO BILATERAL	28
2.1. Balanza Comercial Petrolera entre Ecuador – Uruguay	28
2.2. Balanza comercial no petrolera Ecuador – Uruguay	29
2.3. Productos de exportación hacia Uruguay	30
2.4. Productos de Importación.....	35
2.5. Número de Productos Exportados	38
2.6. Principales productos exportados	41
2.7. Productos con mayor crecimiento	44
2.8. Nuevos productos exportados.....	45
CAPITULO 3: COMERCIO EXTERIOR DE URUGUAY	48
3.1. Balanza comercial de Uruguay.....	48
3.2. Principales Socios Comerciales.....	51
3.2.1. Principales proveedores de productos importados por Uruguay a nivel país.	51
3.2.2. Principales clientes de productos exportados por Uruguay	53
3.3. Exportaciones y principales productos exportados	55
3.4. Importaciones y principales productos importados.....	57
CAPITULO 4: ACUERDOS COMERCIALES	61
4.1. Acuerdos comerciales de Uruguay.....	61
4.2. Acuerdos Comerciales con Ecuador.....	69
4.3. Aranceles	73
4.4. Requisitos no arancelarios.....	75

4.4.1.	Requisitos Generales de Acceso a Mercados.....	75
4.4.2.	Requisitos generales de entrada	77
4.4.3.	Régimen de muestras	78
4.4.4.	Requisitos Aduaneros	81
4.4.5.	Requisitos sanitarios y fitosanitarios.....	83
4.4.6.	Normas y reglamentos técnicos	92
4.4.7.	Etiquetado	93
4.4.8.	Empaque y embalaje	95
4.4.9.	Subsidios	97
4.4.10.	Defensa Comercial	99
4.4.11.	Requisitos Específicos para productos ecuatorianos.....	103
4.4.12.	Servicios Logísticos	105
4.4.13.	Canales de distribución (mayoristas, minoristas, supermercados).	105
CAPÍTULO 5: OPORTUNIDADES COMERCIALES		110
5.1.	Productos con potencial.....	110
5.2.	Hábitos y tendencias de consumo	112
5.3.	Nuevos productos y necesidades del consumidor Uruguayo	113
CAPÍTULO 6: INFORMACIÓN ÚTIL.....		116
6.1.	Idioma.....	116
6.2.	Religión	116
6.3.	Husos horarios y días festivos	116
6.4.	Comunicaciones	118
6.5.	Hoteles en las principales ciudades del país.....	119
6.6.	Requisitos para entrada y salida de pasajeros	121
6.7.	Tipo de alimentación	122
6.8.	Temas culturales.....	123
CAPÍTULO 7: CONTACTOS Y FUENTES		124

7.1. Embajadas y Oficinas Comerciales CORPEI.....	124
7.2. Instituciones ante las cuales se puede realizar trámites de importación, permisos de ingreso, registro de productos, etiquetas, etc.	128
7.3. Empresas de transporte y logística	131
7.4. Directorio de Importadores, distribuidores, supermercados.....	133
7.5. Ferias y eventos locales	134
7.6. Organismos de comercio exterior y de promoción de importaciones	135
7.7. Organismos gubernamentales.....	138
7.8. Revistas especializadas.....	139
7.9. Otras direcciones o links de utilidad	140
Conclusión	142
Bibliografía	144

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Gráfico No. 1 Evolución Histórica del PIB de Uruguay.....	21
Gráfico No. 2 PIB Per cápita de Uruguay.....	23
Gráfico No. 3 Incremento de la Inflación con el PIB Per cápita.....	24
Gráfico No. 4 Comportamiento Demográfico	25
Gráfico No. 5 Crecimiento Proyectado del PIB.....	26
Gráfico No. 6 Evolución de Productos Exportados a Uruguay . ¡Error! Marcador no definido.	
Gráfico No. 7 Representación % de las Principales cinco principales partidas arancelarias exportadas por Ecuador a Uruguay.....	43
Gráfico No. 8 Balanza Comercial de Uruguay	49
Gráfico No. 9 Evolución de las Exportaciones e Importaciones Uruguayas	50
Gráfico No. 10 Participación Porcentual de los Principales Proveedores de Uruguay	52
Gráfico No. 11 Principales clientes para productos exportados por Uruguay	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°. 1 Indicadores Macroeconómicos Reales	20
Tabla N°. 2 Macroeconómicos Proyectados desde el año 2009 al 2014	20
Tabla N°. 3 Productos Ecuatorianos Exportados por Ecuador a Uruguay.....	32
Tabla N°. 4 Productos Importados desde Uruguay.....	36
Tabla N°. 5 Principales productos ecuatorianos exportados a Uruguay	40
Tabla N°. 6 Principales Productos Exportados por Ecuador a Uruguay.....	42
Tabla N°. 7 Principales 10 productos con mayor crecimiento.....	45
Tabla N°. 8 Nuevos Productos Exportados.....	46
Tabla N°. 9 Exportaciones de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).....	63
Tabla N°. 10 Productos Exportados por la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)	65
Tabla N°. 11 Aranceles promedio que Uruguay aplica a las importaciones del mundo	74

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1 Información General de Uruguay	16
Cuadro No. 2 Balanza Comercial Petrolera Ecuador – Uruguay.....	28
Cuadro No. 3 Balanza Comercial No petrolera Ecuador - Uruguay.....	29
Cuadro No. 4 Balanza Comercial de Uruguay.....	48
Cuadro No. 5 Lista de Proveedores de productos importados por Uruguay.....	51
Cuadro No. 6 Lista de Clientes para productos exportados por Uruguay.....	53
Cuadro No. 7 Productos Exportados por Uruguay al mundo	55
Cuadro No. 8 Productos Exportados por Uruguay a Ecuador	56
Cuadro No. 9 Productos Importados por Uruguay desde el mundo	58
Cuadro No. 10 Productos Importados por Uruguay desde Ecuador	59
Cuadro No. 11 Regímenes de Comercio aplicados por Uruguay (Acuerdos Comerciales)	61
Cuadro No. 12 Regímenes Comerciales aplicados por Uruguay al Ecuador.....	61
Cuadro No. 13 Autoridades Competentes para la obtención de certificados.....	84
Cuadro No. 14 Canal de Distribución	106
Cuadro No. 15 Mayoristas	107
Cuadro No. 16 Minoristas	108
Cuadro No. 17 Supermercados	109

RESUMEN

El perfil descriptivo del país de Uruguay se ha realizado gracias al apoyo de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI) en coordinación con la Universidad del Azuay cuya finalidad es proporcionar información en diversos ámbitos tanto a exportadores como a importadores que pueden encontrar un nicho de mercado en este país. De igual manera con este estudio se busca brindar apoyo al exportador ecuatoriano de sectores productivos del país a promocionar sus productos en el mercado de Uruguay para de esta manera proporcionar mayores ingresos e incrementar las relaciones comerciales entre el productor y socio comercial teniendo una visión global y clara del mercado al cual se pretende acceder.

El contenido del presente trabajo ha servido de ayuda para lograr un conocimiento teórico-práctico, fruto de los conocimientos adquiridos durante todos los años de carrera universitaria, cuya finalidad es el análisis de indicadores comerciales que permitan obtener información clara y oportuna del mercado uruguayo a través del manejo de cuadros, tablas y gráficas que muestren la realidad del país, su balanza comercial, su relación con el Ecuador, etc, de tal manera que estos factores relevantes sean de ayuda para el exportador ecuatoriano como para el inversionista antes de establecer cualquier relación comercial bilateral.

ABSTRACT

The descriptive profile of Uruguay been made possible thanks to the support of “La Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones” (CORPEI) in coordination with the University of Azuay whose purpose is to facilitate information to different fields such as exporters and importers so they may find a niche market in this country. Similarly, with this study, support is given to the Ecuadorian exporter in productive sectors of the country in order to promote their products in the Uruguayan market. In addition this will produce larger investments and increase business relationships between producers and commercial clients who have a clear and global vision of the market which they seek to access.

The present work content has served to help obtained a practical theoretical knowledge, fruit of the knowledge acquired during all the years of college career, whose end or purpose is the analysis of commercial indicators that allowed to obtain clear timely information of the Uruguayan market and through the use of schemes, tables and graphics which show the reality of the country, its balance of trades, its relation with Ecuador, etc, in such manner that these relevant factors are helpful for the Ecuadorian exporter as well as the investor before any commercial bilateral relation is established.

INTRODUCCIÓN

El contenido de esta monografía se enfoca en la investigación y análisis del perfil de Uruguay como posible mercado para los diferentes países de tal manera que se alcance un mayor crecimiento económico y mejore las oportunidades comerciales.

Este país por poseer una estabilidad económica y política se proyecta al mundo como un área de alta competitividad empresarial, debido a que cada vez se generan mejores políticas para atraer a un mayor número de inversionistas que son las que fomentan el trabajo su gente y crean una imagen positiva de este país hacia zonas regionales e internacionales.

A partir del 10 de junio de 1885 las relaciones bilaterales entre Ecuador y Uruguay han venido fortaleciéndose año tras año, caracterizándose por un clima de colaboración y buenas relaciones en el ámbito político como económico, dando como resultado un mejoramiento en el intercambio comercial guiados por organismos multilaterales que favorecen la cooperación no únicamente bilateral sino internacional.

El objetivo de este trabajo es la generación del perfil de Uruguay mediante el análisis de indicadores económicos, gracias al estudio de los mismos se podrá conocer la competitividad y el potencial que tiene nuestro país en relación a Uruguay, debido a que Ecuador al igual que muchos países Sudamericanos poseen muchos recursos que pueden ser explotados y que pueden ser comercializados en distintos mercados siendo uno de ellos Uruguay.

Los propósitos que se pretenden alcanzar con esta monografía es lograr un conocimiento teórico-práctico, los mismos han sido adquiridos durante todos los años de carrera universitaria.

A lo largo del presente estudio se realizará un análisis de datos comprendidos entre los años 2004 al 2008, los mismos que serán proporcionados por diferentes sitios Web esperando que sean de total utilidad para el exportador e importador ecuatoriano como para el inversionista, es por esta razón que para su análisis se utilizará información estadística y de comercio exterior recolectada en varios sitios web como Trademap, el mismo que proporciona información estadísticas de comercio para las negociaciones a nivel internacional. Otro sitio como la del Fondo Monetario Internacional que servirá de mucha ayuda debido a que este organismo es

el que regula a nivel internacional las diferentes políticas cambiarias que serán utilizadas por un país determinado.

Los sitios web tanto del Banco Central del Ecuador como del Banco Central de Uruguay serán de mucha ayuda para extraer información de comercio exterior, tipos de cambio, entre otros. El sitio web de la Agencia Central de Inteligencia (CIA) servirá de ayuda para extraer datos básicos como población, moneda, productos interno bruto, etc. de un país determinado.

De igual manera se utilizará información previamente establecida por CORPEI entre otros portales y sitios web que serán de total utilidad y apoyo para elaboración del perfil comercial de este país.

En el primer capítulo se presentan algunas generalidades del país en estudio, como PIB y sus principales sectores, tipo de cambio, inflación, factores macroeconómicos cuya finalidad es conocer de una manera breve como se encuentra económicamente este país.

En el segundo capítulo se tratará acerca del comercio bilateral entre Ecuador y Uruguay, sus balanzas comerciales, productos exportados e importados, productos con mayor crecimiento, etc. para conocer la competitividad que existe entre estos países.

En el tercero y cuarto capítulo tratarán acerca del comercio exterior existente dentro de Uruguay y se mencionará aspectos como principales socios comerciales, exportaciones y principales productos exportados, importaciones de este país, acceso a dicho mercado, acuerdos comerciales, etc., los mismos que permitirán al exportador ecuatoriano algunos de los aspectos y procedimientos requeridos por mencionado país antes de realizar las negociaciones pertinentes antes de proceder al intercambio comercial.

El quinto capítulo tratará acerca de las oportunidades comerciales en dicho país, productos con potencial, hábitos de consumo, etc. que permitirán conocer las principales tendencias que tiene la gente uruguaya hacia el consumo de ciertos productos.

En el sexto capítulo se tratará de proporcionar al exportador ecuatoriano toda aquella información útil como idioma, husos horarios, temas culturales, tipo de alimentación entre otros que permitirá al exportador conocer un poco más a este país al momento de su visita.

El séptimo y último capítulo mencionará todos los contactos y fuentes como embajadas, empresas de transporte y logística, organismo gubernamentales, organismos de comercio exterior, etc., que serán de ayuda tanto para el exportador como para el inversionista que desea enviar o promocionar determinado producto en el exterior.

CAPÍTULO 1: INFORMACIÓN GENERAL DE URUGUAY

1.1. Información General de Uruguay

La República Oriental de Uruguay es un país considerado económico y políticamente estable, razón por la cual año tras año ha mostrado un fuerte progreso gracias al trabajo de su gente que ha sabido explotar de sabia manera los recursos de este país. El indicador social ha sido determinante para el avance del país y de la de generación de nuevas oportunidades comerciales que han atraído a capitales de todo el mundo.

Uruguay fue descubierto por los españoles en 1516 obteniendo su independencia tras una larga y dura lucha en 1825, convirtiéndose años más tarde en uno de los puertos más importantes de América del Sur. Este país desde sus orígenes ha recibido gran influencia europea provenientes de España, Francia, Italia, etc., razón por la cual su cultura se ha ido mezclando y adaptándose con el pasar de los tiempos de tal manera que han ido adquiriendo formas propias estableciendo una cultura autóctona muy importante para el país.

Uruguay tiene una superficie de 176.215 km² y su territorio se encuentra dividido por el Río Uruguay. Al norte y noreste este país limita con Brasil, al Sur con las costas del Río de la Plata y el Océano Atlántico, al oeste limita con Argentina.

Cuadro No. 1 Información General de Uruguay	
Población	3.510,386 (Est. Julio 2010)
PIB	44.52 millones (Est. 2009)
	Crecimiento: 1,7 % (Est. 2009)
	Per Cápita: 12.700 USD (Est. 2009)
Principales Sectores dentro del PIB	Agricultura: 9,3%
	Industria: 22,7%
	Servicios: 68% (Est. 2009)
Moneda	Peso Uruguayo
Tipo de Cambio	Peso uruguayo por Dólar: 20.89 (Est. 15 de julio 2010)
	Peso uruguayo por Euro: 26.60 (Est. 15 de julio 2010)
Inflación	7,1% (Est. 2009)
Lengua	Principal: Español
	Secundarias: Portunol
Principales Socios Comerciales (Exportaciones)	Brasil 18,5 %, China 8,5%, Argentina 7,3%, Alemania 6,5%, México 4,9%, Holanda 4,5%, Rusia 4,4% (2008)
Fuente: The World Factbook; Banco Central de Uruguay (BCU)	
(Agencia Central de Inteligencia de los Estados Unidos); (Banco Central del Uruguay)	

El cuadro presentado en la parte superior resume los indicadores económicos básicos de Uruguay, los mismos que han sido obtenidos de fuentes como la Agencia Central de Inteligencia de los Estados Unidos (CIA) y el Banco Central del Uruguay para realizar el análisis que se menciona a continuación; esperando que sea de total utilidad para el exportador ecuatoriano para que a breves rasgos éste pueda tener conocimiento a nivel general acerca del país al cual se pretende acceder.

La población estimada de Uruguay hasta julio del 2010 es de 3.510,386 de habitantes, es importante conocerla para acceder a un nuevo mercado debido a que será la gente de este país la que generará la actividad económica para el mismo, y serán quienes exploten los abundantes recursos naturales para la producción de bienes exportables. Para quienes deseen establecer relaciones comerciales con Uruguay es importante el indicador poblacional debido a que con ello se podrá estimar el comercio potencial con este país porque su población será la que adquiera

los productos importados. Según datos estimados hasta Julio de 2009, Uruguay cuenta con un crecimiento estimado anual de su población de 0,447%, y se puede decir que la mayoría de su población es adulta y está comprendida entre las edades de 15 y 65 años.

El Producto Interno Bruto (PIB) es el “valor del conjunto de los bienes y servicios producidos en un país durante un año, con independencia de la nacionalidad de quienes generan tal magnitud.” (Programa de Español Comercial y de Negocios), con éste indicador se pueden calcular los bienes que han sido producidos en un determinado período, según datos estimados hasta el año 2009 este país presenta un PIB de 44.52 millones de dólares, con un incremento porcentual de 1,7% en relación al año anterior, generando de esta manera mayores expectativas para el mundo entero debido a que su actividad económica mejora año tras año beneficiando a este país al tener más productos que ofrecer a otros países y ampliar el número de socios comerciales. El PIB per cápita de un determinado país obtiene “dividiendo la totalidad del producto interno bruto por la cantidad de habitantes de la economía.” (Zona Económica), este país posee un PIB per cápita de 12.700 de dólares lo cual indica que ha existido un incremento de 100.000 dólares en relación al año 2008.

El sector industrial es muy importante debido a que éste es el que asegura el empleo a la población; dentro del Producto Interno Bruto, el sector que más se destaca es el de servicios, constituyendo un 68%, seguido por la industria con un porcentaje de 22,7% la que ha podido desarrollarse de mejor manera en los últimos años por un sistema de gobierno que promueve la exportación.

El tipo de cambio “nos muestra el precio que tiene una moneda con respecto a otra.” (Fondo Monetario Internacional), por lo tanto en los datos presentados en la parte superior podemos ver que 20.89 pesos uruguayos equivalen a un dólar estadounidense.

La inflación “representa el aumento que han tenido los precios de determinados productos en un período de tiempo.” (Fondo Monetario Internacional). En este país la inflación ha descendido con respecto a años anteriores con una tasa porcentual de

7,1 lo cual es beneficioso para el país debido a que con menor dinero existe mayor poder adquisitivo.

Su principal socio comercial es Brasil con un porcentaje de 18,7, seguido por China con un porcentaje de 8,5 y Argentina con un porcentaje de 7,3, estos países son considerados los mercados más relevantes a los cuales se exportan los productos uruguayos. Con Brasil y Argentina este país ha mantenido un constante intercambio de bienes debido a que forman parte de Mercosur, gracias a este acuerdo los productos producidos en Uruguay han logrado mejorar su competitividad.

El comercio internacional en los últimos años gracias a la apertura de nuevos mercados tanto en países considerados como industrializados como en los en vías de desarrollo, ha presentado un fuerte crecimiento. Muchos países han ido formando bloques comerciales para poder exportar sus productos en mayor cantidad a determinados países y de esta manera poder generar mayores fuentes de entrada de divisas para su propio país. En el caso de América Latina se han constituido en los últimos tiempos algunos bloques regionales comerciales, los cuales se han establecido con la finalidad de hacer que estos países con alto potencial puedan promocionar tanto productos como servicios en el exterior y atraer cada vez más a nuevos inversionistas.

Uruguay forma parte de algunos bloques regionales comerciales siendo uno de ellos Mercosur, formado por cuatro países miembros Argentina, Brasil y Paraguay, teniendo como finalidad la integración de los países miembros para la libre circulación de bienes y servicios mediante una política comercial común que beneficie a los mismos.

La Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) está constituido por doce países miembros siendo uno de estos Uruguay, lo que pretende esta asociación es lograr un mercado latinoamericano común mediante acuerdos preferenciales para los países de la región.

1.2.Indicadores Macroeconómicos

Los indicadores macroeconómicos son aquellos que ayudan a conocer como se encuentra el estado de un país en el área económica dentro de un período de tiempo determinado, es por ello que se estudian aspectos como inflación, crecimiento económico anual, población, balanzas comerciales, población, tipo de cambio, etc.

Las tablas que se muestran a continuación presentan datos que han sido obtenidos del Fondo Monetario Internacional organismo encargado de vigilar el desarrollo del comercio a nivel internacional, éstas contienen algunos indicadores como el Producto Interno Bruto (PIB) con su crecimiento porcentual anual que como se mencionó anteriormente es una medida utilizada para conocer de manera global la actividad económica de un país.

La inflación anual indica el aumento de los precios de los bienes para el consumidor final, por lo tanto conlleva a que el poder adquisitivo de los consumidores disminuya. Dentro de estos indicadores de igual manera se mostrará la población de éste país su incremento o disminución año tras año que servirá para conocer en este caso la tasa de desempleo presenta la misma.

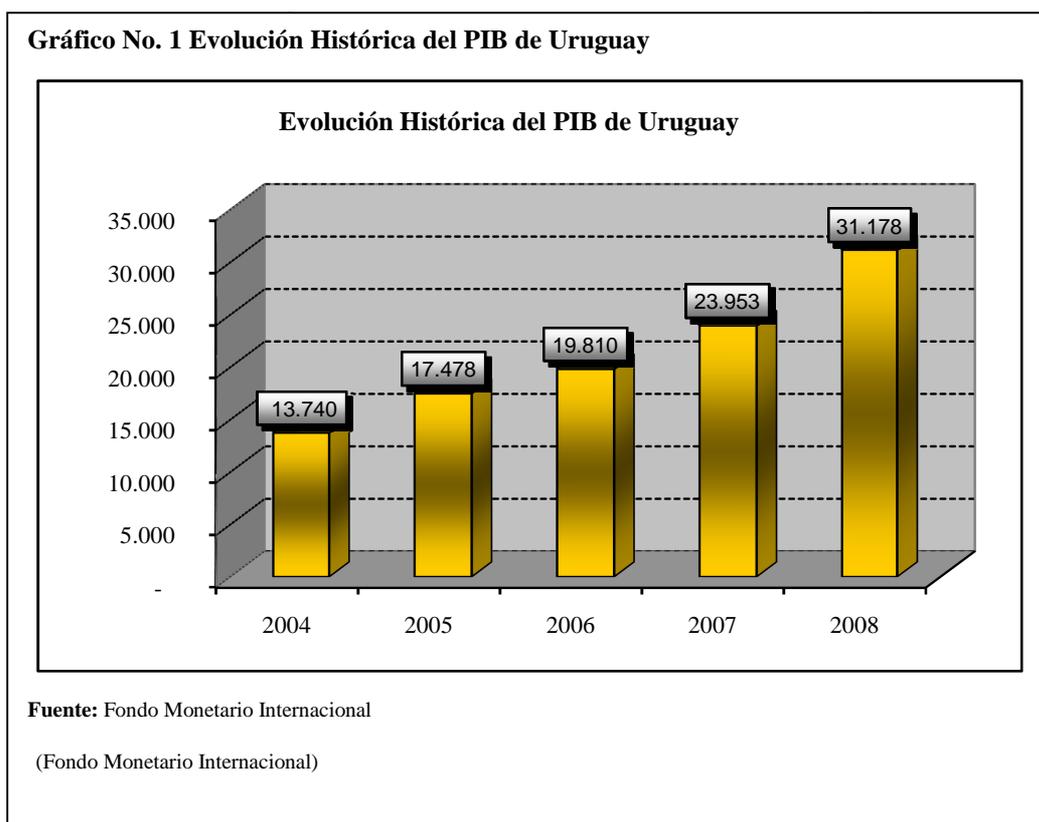
La Balanza de cuenta corriente “mide el saldo neto (positivo o negativo) de las exportaciones de bienes y servicios de un país al resto del mundo menos sus importaciones de bienes y servicios desde el resto del mundo en un período determinado.” (Portal para investigadores y profesionales).

Tabla N°. 1 Indicadores Macroeconómicos Reales					
	2004	2005	2006	2007	2008
PIB precios corrientes (Millones \$)	13,74	17.478	19.810	23.953	31.178
PIB Índice de Crecimiento (% Anual)	4,64	6,806	4,325	7,462	8,535
PIB Per cápita, precios corrientes (Unidades \$)	4.161,47	5.287,34	5.976,923	7.206,226	9.351,286
Cambio porcentual de la Inflación Anual	9,15	4,69	6,40	8,11	7,87
Población (Millones de personas)	3,302	3,306	3,314	3,324	3,334
Balanza de cuenta corriente (Millones \$)	0,003	0,042	-0,392	-0,220	-1,503
Saldo de la cuenta del PIB (% Actual)	0,023	0,242	-1,978	-0,920	-4,820
Fuente: Fondo Monetario Internacional FMI					
(Fondo Monetario Internacional)					

Tabla N°. 2 Macroeconómicos Proyectados desde el año 2009 al 2014						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
PIB precios corrientes (Millones \$)	31,528	40,577	42,548	44,996	47,875	50,998
PIB Índice de Crecimiento (% Anual)	2,858	5,706	3,924	3,900	3,900	3,906
PIB Percápita, precios corrientes (Unidades \$)	9.425,52	12.088,77	12.630,81	13.310,37	14.112,38	14.981,00
Cambio porcentual de la Inflación Anual	7,06	6,23	5,95	5,15	4,97	5,01
Población (Millones de personas)	3.345	3.357	3.369	3.381	3.392	3.404
Balanza de cuenta corriente (Millones \$)	0,253	-0,396	-0,380	-0,384	-0,338	-0,096
Saldo de la cuenta del PIB (% Actual)	0,803	-0,976	-0,893	-0,854	-0,706	-0,189
Fuente: Fondo Monetario Internacional (FMI)						
(Fondo Monetario Internacional)						

Las tablas presentadas anteriormente muestran algunos indicadores considerados como los más relevantes respecto al país en estudio en dos períodos.

El primero considerado desde el año 2004 al 2008 el cual nos indica datos reales, y el segundo período que muestra datos proyectados desde el año 2009 al 2014.



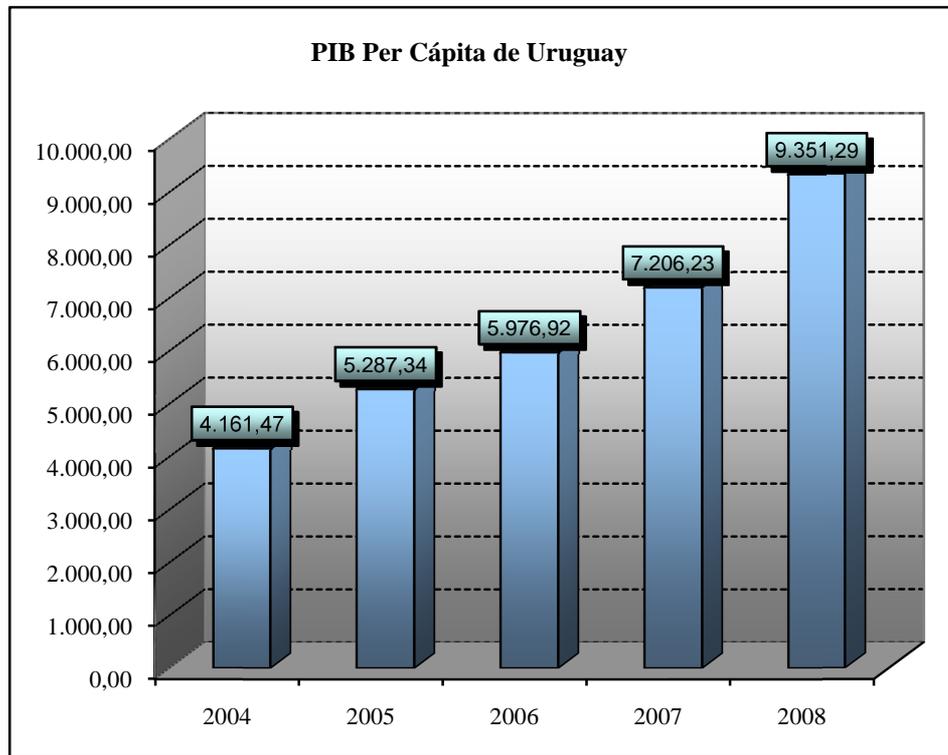
Concepto	2004	2005	2006	2007	2008
PIB precios corrientes (Millones \$)	13.740	17.478	19.810	23.953	31.178
Incremento		3.738	2.332	4.143	7.225
Incremento %		27,21%	13,34%	20,91%	30,16%
Incremento % respecto al 2004		27,21%	44,18%	74,33%	126,91%

Según el Fondo Monetario Internacional la evolución histórica del PIB de Uruguay muestra que el año 2005 el PIB creció de 13.740 millones de dólares para el año

2004 a 17.478, es decir se incremento en 3.738 millones equivalente al 27,21%; el año 2006 el PIB fue de 19,810 es decir se incrementó respecto al año 2005 en 2.332 millones de dólares equivalente al 13,34%; el año 2007 el incremento comparativo respecto al 2006 fue de 4.143 millones equivalente al 20,91%, el 2008 el PIB creció hasta 31.178 millones marcando un incremento de 7.225 millones respecto al 2007, equivalente al 30,16%.

Estos valores muestran que entre el 2004 y el 2008 el PIB de Uruguay creció en 126,91%, el incremento más grande de los países latinoamericanos; es decir que en este período el país incremento la producción interna total en 126,91% lo que demuestra que cada año se incrementa la cantidad de productos producidos internamente en este país.

Gráfico No. 2 PIB Per Cápita de Uruguay



Fuente: Fondo Monetario Internacional

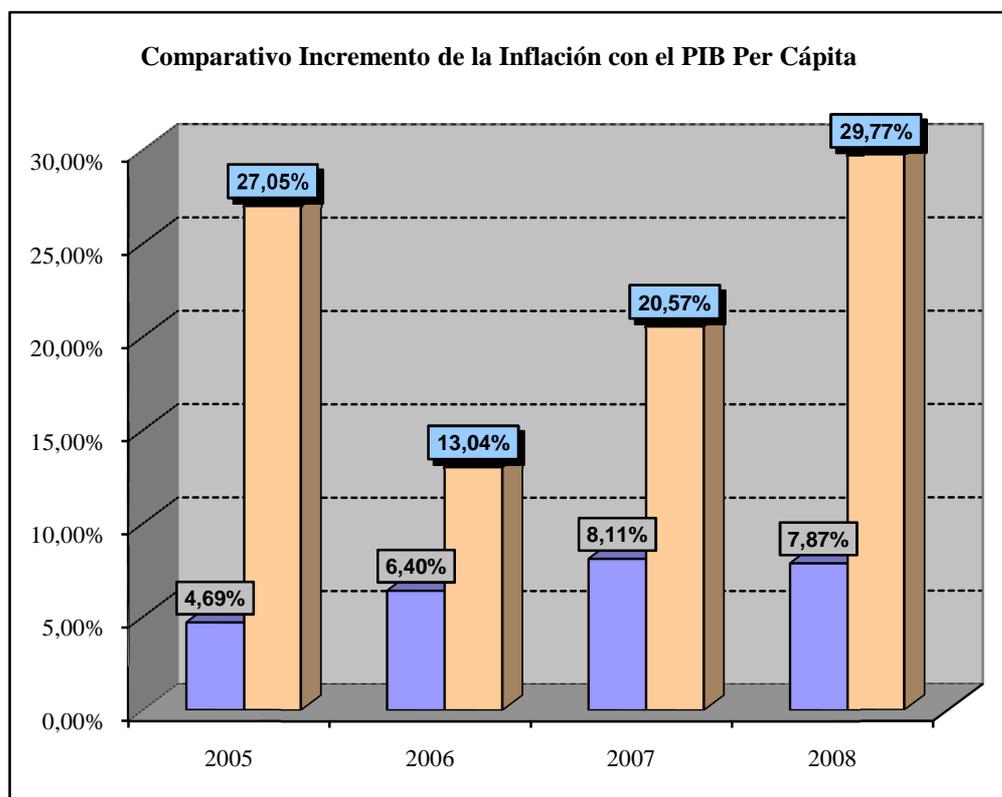
(Fondo Monetario Internacional)

Concepto	2004	2005	2006	2007	2008
PIB Per cápita, precios corrientes (Unidades \$)	4.161,47	5.287,34	5.976,92	7.206,23	9.351,29
Incremento		1.126	690	1.229	2.145
Incremento %		27,05%	13,04%	20,57%	29,77%
Incremento % respecto al 2004		27,05%	43,63%	73,17%	124,71%

Según el Fondo Monetario Internacional el PIB per cápita es una variable guarda correlación directa con el comportamiento de PIB general, partiendo de un valor de USD 4.161,47 el año 2004, crece a USD. 5.287,34 el año 2005, a USD. 5.976,92 el año 2006, a USD. 7.206,23 el año 2007 y a USD. 9351,92 el año 2008; estas cifras

muestran que el PIB per cápita se incrementó entre el 2004 y el 2009 en USD. 5.189,82 es decir creció en este período en 124,71%; los resultados muestran que la calidad de vida de los habitantes de este país ha ido mejorando año tras año; situación que es mucho más favorable por la estabilidad económica que presenta y que se refleja en el comportamiento de la inflación, según se puede apreciar a continuación.

Gráfico No. 3 Incremento de la Inflación con el PIB Per Cápita



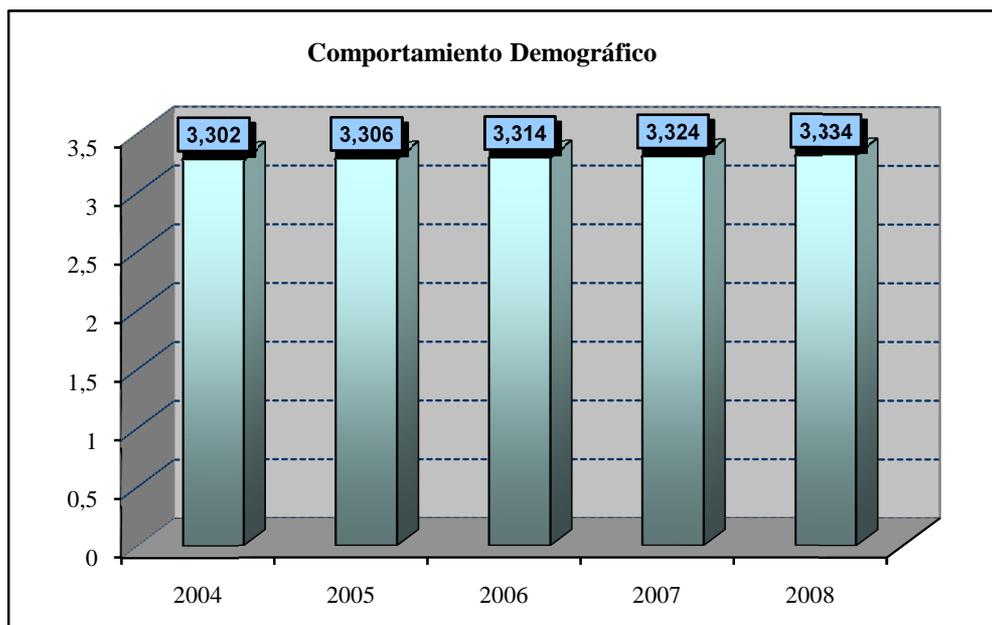
Fuente: Fondo Monetario Internacional

(Fondo Monetario Internacional)

Concepto	2004	2005	2006	2007	2008
Cambio porcentual de la Inflación Anual		4,69%	6,40%	8,11%	7,87%
Cambio porcentual PIB per cápita		27,05%	13,04%	20,57%	29,77%
Saldo Favorable		22,36%	6,64%	12,46%	21,90%

El porcentaje de la inflación anual desde el año 2004 al 2008 se mantiene prácticamente constante y en un solo dígito, lo que confirma la estabilidad económica del país; lo que determina que exista un saldo favorable de crecimiento neto del PIB per cápita importante en estos años, lo que determina que la población uruguaya haya incrementado su poder adquisitivo.

Gráfico No. 4 Comportamiento Demográfico



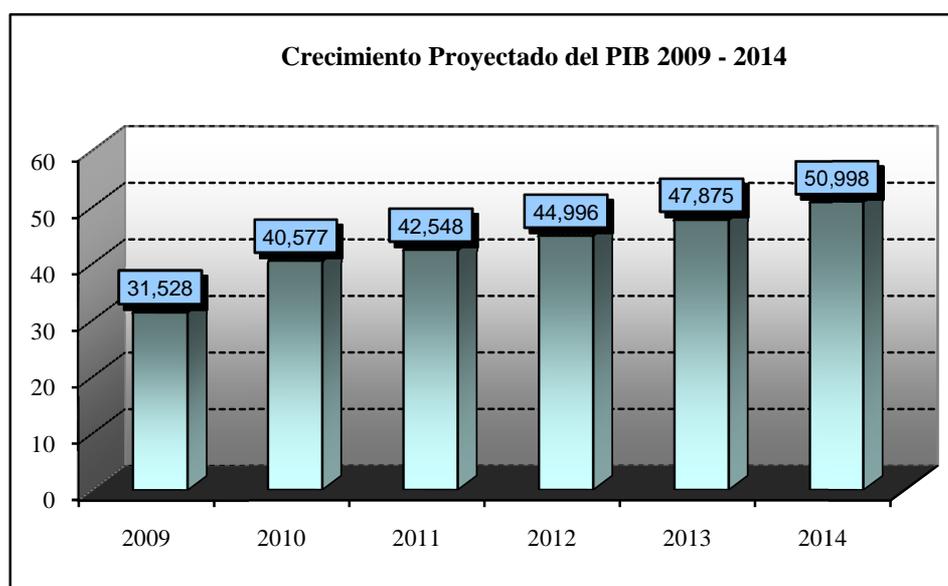
Fuente: Fondo Monetario Internacional

(Fondo Monetario Internacional)

En cuanto al comportamiento demográfico se observa que la población ha crecido marginalmente, pues el año 2004 este país contaba con una población de 3.302.000 habitantes y el año 2008 presenta una población de 3.334.000 habitantes, lo que determina que la población en este período creció en 32.000 habitantes; es decir poco menos del 1%.

El PIB de Uruguay en millones de dólares en años posteriores irá en aumento, lo cual demuestra que este país tendrá mayores productos y servicios que ofrecer a nuestro país y al mundo incrementando el número de socios comerciales.

Gráfico No. 5 Crecimiento Projectado del PIB



Fuente: Fondo Monetario Internacional

(Fondo Monetario Internacional)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014
PIB precios corrientes (Millones \$)	31,528	40,577	42,548	44,996	47,875	50,998
Incremento % respecto al 2009		28,70%	34,95%	42,72%	51,85%	61,75%

En cuanto al crecimiento porcentual entre al año 2009 y el 2014, la proyección es que el PIB crezca en este período en un 61,75%.

Al igual como se observó en el comportamiento histórico, se espera que la inflación anual se mantenga prácticamente constante en valor de un solo dígito; lo que manifiesta que la población irá incrementando año a año su poder adquisitivo; las proyecciones muestran igualmente, que la población de este país en años posteriores irá en aumento pero con índices muy bajos.

Del análisis de puede concluir que Uruguay presenta una impresionante perspectiva de crecimiento económico y comercial, determina que tenga un alto potencial que favorece al comercio no sólo a nivel de país sino hacia el mundo entero.

Todas esta circunstancias se respaldan en su estabilidad económica y política, lo que sin duda año tras año atraerá a mayor cantidad de inversionistas y socios estratégicos, siendo uno de ellos el Ecuador que además por existir un ambiente de buenas relaciones políticas se intentará mejorar el intercambio comercial entre estos dos países.

CAPITULO 2: COMERCIO BILATERAL

2.1. Balanza Comercial Petrolera entre Ecuador – Uruguay

La balanza comercial de un país “se define como la diferencia que existe entre el total de las exportaciones menos el total de las importaciones que se llevan a cabo en el país.” (Todo Comercio Exterior).

Para calcular la Balanza Bilateral se han obtenido datos del Banco Central del Ecuador, siendo necesario tener valores tanto de las importaciones como de las exportaciones.

Las importaciones son todas aquellas mercancías que provengan de diferentes lugares y que han sido puestas en nuestro país para el uso y consumo nacional al contrario de las exportaciones que son todas aquellas mercancías nacionales que tienen como destino un determinado lugar en el exterior, siendo éstas una fuente de entrada de divisas que siempre serán beneficiosas para el país receptor (Corporación Aduanera Ecuatoriana).

La Balanza comercial del Ecuador y Uruguay se analiza desde dos perspectivas, la petrolera y la no petrolera.

La Balanza Comercial “petrolera” “mide el saldo de las exportaciones de todos los productos relacionados al petróleo desde nuestro país a Uruguay menos las importaciones de bienes realizados al petróleo desde Uruguay.” (Portal para Investigadores y Profesionales).

Cuadro No. 2 Balanza Comercial Petrolera Ecuador – Uruguay						
Actividad (Miles USD)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Valor FOB						
Exportaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Importaciones	0,00	10.181,76	32.055,69	52.168,15	0,00	0,00
Balanza Comercial	0,00	-10.181,76	-32.055,69	52.168,15	0,00	0,00
Fuente: Banco Central del Ecuador						
(Banco Central del Ecuador)						
*Datos hasta diciembre 2009						

Ecuador es un país eminentemente petrolero, lo que sin embargo no justifica los valores observados en la balanza comercial petrolera entre Ecuador y Uruguay, que muestra un saldo altamente favorable para Uruguay.

Este déficit en la balanza comercial petrolera para Ecuador se genera por dos motivos: la poca capacidad de refinación que tiene el país en relación a la producción de crudo, y, los pocos requerimientos de petróleo que tiene el Uruguay, quien se básicamente autoabastece, pues su población al tener un tamaño reducido y tener un promedio de edad relativamente alto, demanda pocos recursos energéticos.

2.2. Balanza comercial no petrolera Ecuador – Uruguay

La Balanza Comercial “no petrolera” “mide el saldo de las exportaciones de todos los productos sin incluir el petróleo desde nuestro país a Uruguay menos las importaciones de bienes realizadas desde Uruguay sin contar con el petróleo”. (Portal para investigadores y profesionales)

Cuadro No. 3 Balanza Comercial No petrolera Ecuador - Uruguay						
Actividad (Miles USD)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Valor FOB						
Exportaciones No Petroleras	1.209,58	3.471,14	2.996,85	3.944,81	4.735,16	6.652,00
Importaciones No Petroleras	40.096,17	35.507,86	26.716,99	30.296,02	44.061,23	48.810,43
Balanza Comercial No Petrolera	-	-	-	-	-	-
	38.886,59	32.036,72	23.720,14	26.351,21	39.326,07	42.158,43
Fuente: Banco Central del Ecuador						
(Banco Central del Ecuador)						
*Datos hasta diciembre 2009						

En el cuadro ubicado en la parte superior se muestran datos estadísticos de las exportaciones, importaciones y el saldo comercial no petrolero de Uruguay con el Ecuador en los últimos seis años.

Al analizar los datos de la Balanza Comercial no Petrolera entre Ecuador y Uruguay se puede observar la misma es altamente deficitaria para el Ecuador; alcanzando su pico más alto el año 2007 cuando Ecuador exportó a Uruguay únicamente USD 3.944,810 e importó desde Uruguay USD 30.296,02; los otros años también presenta una balanza deficitaria y el año 2009 el déficit se ubicó en USD 42.158,430.

Según se observa en el cuadro, pese a que las dando como resultado una balanza comercial petrolera negativa debido a que las mismas han sido ocho veces mayores a las exportaciones.

Principalmente desde Uruguay Ecuador importa insumos y materia prima relacionados con la industria química, industria farmacéutica, industria alimenticia y metalúrgica, por lo cual dado su elevado valor y el incremento del consumo nacional han empujado la balanza comercial.

2.3.Productos de exportación hacia Uruguay

Al hablar de exportación es necesario conocer a que hace referencia este término, se consideran como tales a todos aquellos productos nacionales que han tenido como destino final un determinado país, en este caso Uruguay en donde se excluyen todos aquellos bienes que no generan dinero para el país.

La siguiente tabla muestra datos que han sido obtenidos del Banco Central del Ecuador, en ésta se considera como principales a quince productos con sus respectivas partidas arancelarias y sus valores FOB en el último año en estudio que es el 2009, es importante conocer que adicional a este valor el comprador del producto deberá asumir todos los gastos e impuestos desde que recibe la mercadería. De igual manera se proporciona el peso en toneladas de cada uno de los principales productos, el porcentaje en valor FOB que presentan estos productos y el crecimiento porcentual de cada uno de ellos en los últimos seis años.

Nuestro país posee muchos productos que son comercializados en distintos países siendo uno de ellos Uruguay, es en éste en donde se ha podido promocionar y exportar

algunos productos ecuatorianos como por ejemplo las preparaciones y conservas de atunes, listados y bonitos, entero o en trozos, excepto el picado que en el año 2009 se ha exportado un valor FOB de 1.385,35 miles de dólares, existen otros productos como los bananos o plátanos, frescos o secos los que han sido exportados de igual manera en el año 2009 un valor FOB de 1.331,45 miles de dólares, camarones, langostinos y demás se ha exportado un valor FOB de 605,34, palmitos un valor FOB de 545,57, entre otros, que han sido fuentes de ingreso para el exportador ecuatoriano.

Tabla N°. 3 Productos Ecuatorianos Exportados por Ecuador a Uruguay

Partida Arancelaria	Principales Sectores	Valor FOB 2004 Miles USD	Peso Toneladas	Valor FOB 2005 Miles USD	Peso Toneladas	Valor FOB 2006 Miles USD	Peso Toneladas	Valor FOB 2007 Miles USD	Peso Toneladas	Valor FOB 2008 Miles USD	Peso Toneladas	Valor FOB 2009 Miles USD	Peso Toneladas	(%) Total FOB-Dólar	Crecimiento (%) 2009/2004
	Exportaciones Totales	1.209,58	972,91	3.471,14	3.605,67	2.996,85	3.133,73	3.944,81	4.818,73	4.735,16	6.560,79	6.652,00	6.307,39		
160414	Preparaciones y conservas de atunes, listados y bonitos, entero o en trozos, excepto el picado.	212,91	89,77	967,58	481,91	870,88	409,81	686,86	217,49	868,75	254,03	1.385,35	377,06	21,68	550,67
80300	Bananas o plátanos, frescos o secos	36,11	263,9	268,7	1.757,78	310,7	1.988,70	677,56	3.759,44	1.290,33	5.293,08	1.331,45	4.218,17	16,93	3.587,21
30613	Camarones, langostinos y demás decapodos natantia	0,01	0,01	430,57	87,73	480,11	82,22	77,99	20,00	546,5	74,68	605,34	92,49	5,15	6.053.300,17
200891	Palmitos, preparados o conservados de otra forma, incluso azucarado o edulcorado de otro modo o con alcohol	266,96	186,36	372,4	248,68	352,99	194,9	704,66	320,98	601,98	270,49	545,57	304,98	12,35	104,36
160413	Preparaciones y conservas de sardinas, sardinelas y espadines, entero o en trozos, excepto el picado	1,25	1,05	240,87	209,7	110,79	92,18	276,41	208,2	26,31	16,52	469,99	263,87	1,77	37.499,20
960810	Boligrafos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	321,26	23,82	1,4	0
60311	Rosas	0	0	0	0	0	0	8,8	1,96	102,22	19,22	277,69	62,7	1,7	0
180310	Pasta de cacao, sin desgrasar	168,4	140	242	280,1	35,54	80,06	0	0	0	0	226,26	127	2,92	34,36
180320	Pasta de cacao, desgrasada total o parcialmente	91,18	72	23,55	25	10,51	20,02	0	0	0	0	208,96	151,83	1,46	129,17

Tabla No. 3 Productos Ecuatorianos Exportados por Ecuador a Uruguay															
Partida Arancelaria	Principales Sectores	Valor FOB 2004 Miles USD	Peso Toneladas	Valor FOB 2005 Miles USD	Peso Toneladas	Valor FOB 2006 Miles USD	Peso Toneladas	Valor FOB 2007 Miles USD	Peso Toneladas	Valor FOB 2008 Miles USD	Peso Toneladas	Valor FOB 2009 Miles USD	Peso Toneladas	(%) Total FOB-Dólar	Crecimiento (%) 2009/2004
	Exportaciones Totales	1.209,58	972,91	3.471,14	3.605,67	2.996,85	3.133,73	3.944,81	4.818,73	4.735,16	6.560,79	6.652,00	6.307,39		
180500	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	0	0	1,25	1	17,56	26,01	0	0	206,25	150	205,84	118	1,88	0
401110	Neumáticos nuevos de caucho, del tipo de los utilizados en automóviles de turismo (incluidos los familiares tipo -break o station wagon- y los de carrera)	138,88	51,8	164,76	54,79	121,51	39,67	126,99	37,52	215,63	58,02	188,21	51,45	1,21	35,52
151329	Los demás	0	0	0	0	0	0	39,8	44,01	262,2	174,85	160,24	197,98	2,01	0
730630	Demás tubos soldados, de sección circular, de hierro o de acero sin alear, de hierro o acero	0	0	0	0	0	0	0	0	69,48	40,24	144,17	154,14	0,93	0
293721	Cortisona, hidrocortisona, prednisona (dehidrocortisona) y prednisolona (dehidrohidrocortisona)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	131,1	0,02	0,57	0
611595	De algodón	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	54,93	3,18	0,24	0

Fuente: BCE - SIM
(Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones) - (Banco Central del Ecuador)
Elaboración: CORPEI - CICO

De la tabla anterior se ha podido conocer cuales han sido las partidas arancelarias con mayor crecimiento en los últimos seis años, éstas presentan los siguientes incrementos, jerarquizados por monto:

- 080300 Bananas o plátanos, frescos o secos, con 1295.340 USD.
- 160414 Preparaciones y conservas de atunes, listados y bonitos, entero o en trozos, excepto el picado, con 1.172.440 USD.
- 30613 Camarones, langostinos y demás decápodos, con 605.330 USD.
- 160413 Preparaciones y conservas de sardinas, sardinelas y espadines, entero o en trozos, excepto el picado, con 468.740 USD.
- 960810 Bolígrafos, con 321.260 USD.
- 200891 Palmitos, preparados o conservados de otra forma, incluso azucarado o edulcorado de otro modo o con alcohol, con 278,61 USD.
- 60311 Rosas, con 277.690 USD.
- 180500 Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante, con 205.840 USD.
- 151329 Los demás, con 160.240 USD.
- 730630 Demás tubos soldados, de sección circular, de hierro o de acero sin alear, de hierro o acero, con 144.170 USD.
- 293721 Cortisona, hidrocortisona, prednisona (dehidrocortisona) y prednisolona (dehidrohidrocortisona), con 131.100 USD.
- 180320 Pasta de cacao, desgrasada total o parcialmente, con USD. 117.780
- 180310 Pasta de cacao, sin desgrasar, con 57.860 USD.
- 611595 De algodón, con 54.930 USD.
- 401110 Neumáticos nuevos de caucho, del tipo de los utilizados en automóviles de turismo (incluidos los familiares tipo -break o station wagon- y los de carrera), con 49.330 USD.

En conjunto las exportaciones de productos de Ecuador hacia Uruguay entre el 2004 y 2009 se han incrementado en 549,94%; y en términos monetarios en 5.442.420 USD.

Este crecimiento ha sido impulsado por el mejoramiento económico del país, con lo cual sus habitantes han modificado sus hábitos de consumo y gasto.

2.4. Productos de Importación

Son considerados como productos de importación a todos aquellos bienes que hayan sido nacionalizados dentro del país para el uso y consumo de las personas que residen en el Ecuador. Las importaciones comprenden todas las partidas arancelarias que provengan desde otro país.

La información que se presenta en la tabla siguiente muestra datos obtenidos de fuentes como la del Banco Central del Ecuador y la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI), en ésta se encuentran los diez principales productos importados por nuestro país desde Uruguay con sus respectivas partidas arancelarias, y el valor FOB de las importaciones totales y por producto en el último año. La tabla de igual manera presenta datos como el peso en toneladas de los principales productos adquiridos por el Ecuador desde Uruguay; se presenta un valor CIF en dólares, este término hace referencia a “todos los bienes que ingresan al país y que incluyen los costos de servicios de transporte y seguro.” (Glosario Aduanero de Comercio Exterior). También incluye el porcentaje en relación al valor FOB, se indica en la última columna del cuadro y el crecimiento por producto en los últimos cinco años.

Entre los productos importados desde Uruguay se pueden destacar por su valor CIF los siguientes; los demás cuyo valor es de 23.792,23 millones de dólares, que contengan otros antibióticos con el valor de 3.290,98, los demás con el valor de 2.285,36 entre otros.

Tabla N°. 4 Productos Importados desde Uruguay						
Partida Arancelaria	Principales Sectores	Valor FOB 2009	Peso Toneladas	CIF Dólar	(%) Total FOB-Dólar	Crecimiento (%)
		Miles USD				2009/2004
	Importaciones Totales	48.810,43				
300490	Los demás	23.792,23	153,02	24.390,69	26,64	358,51
300420	Que contengan otros antibióticos	3.290,98	8,71	3.363,92	2,40	310,74
300439	Los demás	2.285,36	10,97	2.349,18	1,86	228,72
721049	Productos laminados planos de hierro o de acero, sin alear, de anchura superior o igual a 600 mm., galvanizados, sin ondular, excepto electrolíticamente	1.621,53	1.331,13	1.674,45	0,93	533,11
300410	Que contengan penicilina o derivados de estos productos con la estructura del acidopenicilánico, o estreptomycinas o derivados de estos productos:	1.555,70	18,55	1.643,30	1,07	1.099,09
300450	Los demás medicamentos que contengan vitaminas u otros productos de la partida n° 29.36.	1.300,81	20,48	1.351,17	1,97	1,63
300660	Preparaciones químicas anticonceptivas a base de hormonas o de espermicidas	1.174,65	4,94	1.196,97	0,81	1.339,35
330210	Del tipo de las utilizadas en las industrias alimentarias o de bebidas:	1.135,96	100,11	1.170,37	0,08	0
300440	Que contengan alcaloides o sus derivados, sin hormonas ni otros productos de la partida n° 29.37, ni antibióticos	1.123,28	3,1	1.137,74	2,17	1.460,11
340211	Aniónicos	859,45	639,81	925,10	0,35	0
210690	Las demás	617,70	6,93	623,73	0,19	9.751,67
Fuente: Banco Central del Ecuador; Corporación de Promociones e Inversiones						
(Banco Central del Ecuador); (Corporación de Promociones e Inversiones)						
Elaboración: CORPEI - CICO						

Como se puede observar entre el 2004 y el 2009, las partidas de productos de importación presentan los siguientes incrementos, jerarquizados por monto:

- 300490 Los demás, con 18.603.198,14 USD.
- 300420 Que contengan otros antibióticos, con 2.489.748,08 USD.
- 300439 Los demás, con 1.590.130,02 USD.
- 721049 Productos laminados planos de hierro o de acero, sin alear, de anchura superior o igual a 600 mm., galvanizados, sin ondular, excepto electrolíticamente, con 1.365.408,63 USD.
- 300410 Que contengan penicilina o derivados de estos productos con la estructura del acidopenicilánico, o estreptomycinas o derivados de estos productos, con 1.425.959,95 USD.
- 300660 Preparaciones químicas anticonceptivas a base de hormonas o de espermicidas, con 1.093.040,25 USD
- 300440 Que contengan alcaloides o sus derivados, sin hormonas ni otros productos de la partida n29.37, ni antibióticos, con 1.051.279,95 USD.
- 210690 Las demás, con 611.430,00 USD.
- 300450 Los demás medicamentos que contengan vitaminas u otros productos de la partida 29.36, con 20.863,13 USD.
- 330210 Del tipo de las utilizadas en las industrias alimentarias o de bebidas, no presenta incremento
- 340211 Aniónicos, no presenta incremento.

2.5. Número de Productos Exportados

El número de productos exportados indica la cantidad de los mismos que han tenido como destino final Uruguay para su consumo. Para su análisis se han considerado el total de los productos exportados en los últimos seis años y como éstos han ido evolucionando a través del tiempo.



Según datos obtenidos del Banco Central del Ecuador en trabajo conjunto con la Corporación de Promociones e Inversiones (CORPEI) se puede decir que entre los principales productos de exportación hacia Uruguay en los últimos seis años están las preparaciones y conservas de atunes, bananas o plátanos frescos o secos, camarones, palmitos, preparaciones y conservas de sardina, bolígrafos, rosas, entre otros los cuales se han destacado por poseer los valores FOB más representativos. Como se puede observar en el gráfico la evolución de los productos ecuatorianos exportados hacia Uruguay ha ido creciendo paulatinamente desde el año 2004 en donde el total de de partidas arancelarias exportadas hacia ese país fueron 23, pero en el año 2009 como se puede apreciar fueron 63 el número de partidas arancelarias exportadas lo cual indica que el número de productos importados por Uruguay es cada vez mayor.

Tabla N°. 5 Principales productos ecuatorianos exportados a Uruguay

Partida Arancelaria	Descripción	Año 2004 Valor FOB (Miles de USD)	Año 2005 Valor FOB (Miles de USD)	% Variación 2005/2004	Año 2006 Valor FOB (Miles USD)	% Variación 2006/2005	Año 2007 Valor FOB (Miles USD)	% Variación 2007/2006	Año 2008 Valor FOB (Miles USD)	% Variación 2008/2007	Año 2009 Valor FOB (Miles USD)	% Variación 2009/2008	% Variación 2009/2004
160414	Preparaciones y conservas de atunes, listados y bonitos, entero o en trozos, excepto el picado	212,91	967,58	354,45	870,88	-9,99	686,86	-21,13	868,75	26,48	1.385,35	59,46	550,67
080300	Bananas o plátanos, frescos o secos	36,11	268,70	644,12	310,7	15,63	677,56	118,08	1.290,33	90,44	1.331,45	3,19	3.587,21
030613	Camarones, langostinos y demás decapodos natantia	0,01	430,57	4.305.600,06	480,11	11,51	77,99	-83,76	546,50	600,73	605,34	10,77	6.053.300,17
200891	Palmitos, preparados o conservados de otra forma, incluso azucarado o edulcorado de otro modo o con alcohol	266,96	372,40	39,50	352,99	-5,21	704,66	99,63	601,98	-14,57	545,57	-9,37	104,36
160413	Preparaciones y conservas de sardinas, sardinelas y espadines, entero o en trozos, excepto el picado	1,25	240,87	19.169,60	110,79	-54,00	276,41	149,49	26,31	-90,48	469,99	1.686,36	37.499,20
960810	Bolígrafos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	321,26	0,00	0,00
060311	Rosas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	8,80	0,00	102,22	1061,59	277,69	171,66	0
180310	Pasta de cacao, sin desgrasar	168,40	242,00	43,71	35,64	-85,31	0,00	-100,00	0,00	0,00	226,26	0,00	34,36
180320	Pasta de cacao, desgrasada total o parcialmente	91,18	23,55	-74,17	10,51	-55,37	0,00	-100,00	0,00	0,00	208,96	0,00	129,17
180500	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	0,00	1,25	0,00	17,56	1304,80	0,00	-100,00	206,25	0,00	205,84	-0,20	0

Fuente: Banco Central del Ecuador

(Banco Central del Ecuador)

Elaboración: CORPEL-CICO

Actualmente la población de Uruguay dispone de un mayor poder adquisitivo por efecto del incremento notorio de su PIB; este hecho también ha generado que trabaje más y se vuelva un mayor consumidor.

Específicamente Uruguay importa productos que no produce y que no le interesa producir internamente pues ha orientado su producción interna hacia actividades más rentables.

Se observa que entre el 2004 y el 2009, las partidas que mayormente han incrementado su valor son:

- 80300 Bananas o plátanos, frescos o secos, con USD. 1295.340.
- 160414 Preparaciones y conservas de atunes, listados y bonitos, entero o en trozos, excepto el picado, con USD. 1.172.440.
- 30613 Camarones, langostinos y demás decápodos, con USD. 605.330

Si bien el número de productos que se exporta a Uruguay ha crecido, en términos monetarios es difícil que alcancen valores similares a las importaciones que realiza el Ecuador, pues el mercado uruguayo está constituido numéricamente por solamente un cuarto de los consumidores que existen en el Ecuador; por tanto si se incrementa el número de productos exportados la meta inicial debe ser lograr que la relación entre importaciones y exportaciones alcance una relación de cuatro a uno.

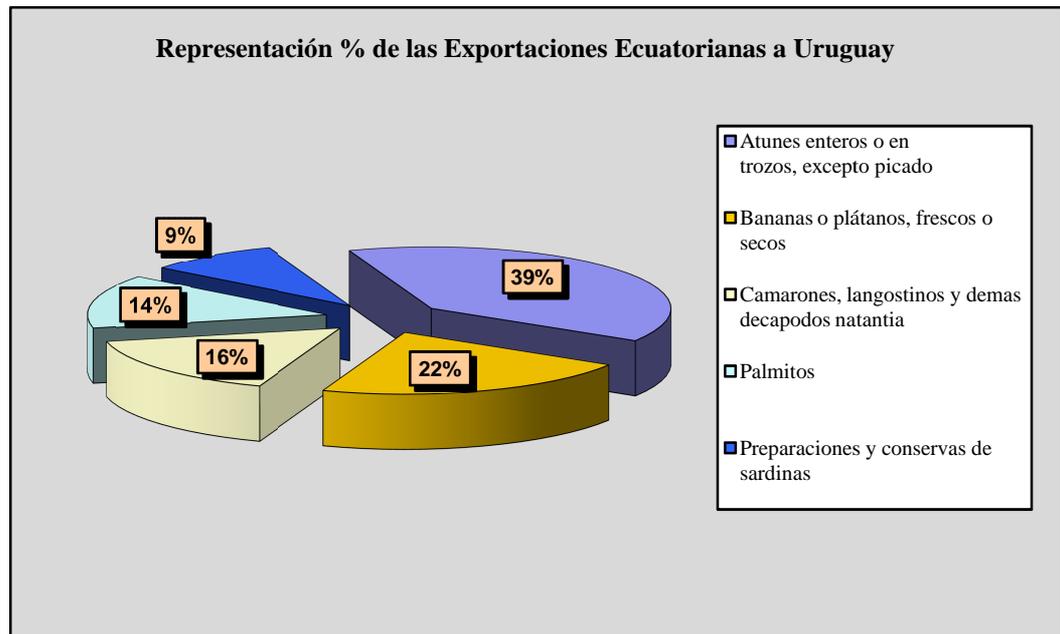
2.6. Principales productos exportados

Según datos obtenidos de la fuente del Banco Central del Ecuador los principales productos que Ecuador exporta a Uruguay son:

Tabla N°. 6 Principales Productos Exportados por Ecuador a Uruguay
Participación dentro del sector de los cinco principales productos exportados el último año
Preparaciones y conservas de atunes, listados y bonitos, entero o en trozos, excepto el picado 100%
Bananas o plátanos, frescos o secos 99,93%, Demás bananas o plátanos, excepto tipos plantain y cavendish valery, frescos 0,07
Camarones, langostinos y demás decapodos natantia 100%
Palmitos, preparados o conservados de otra forma, incluso azucarado o edulcorado de otro modo o con alcohol 100%
Sardina en salsa de tomate 52,91%. Preparaciones y conservas de pescado: sardinas, sardinelas y espadines en aceite 21,27%. Preparaciones y conservas de pescado: sardinas, sardinelas y espadines en agua y sal 20,97%. Las demás preparaciones y conservas de pescado entero o en trozos, excepto el pescado picado 4,85%.
Fuente: Banco Central del Ecuador BCE-SIM
(Banco Central del Ecuador)

Esta tabla muestra los cinco principales productos exportados en el año 2009 y el porcentaje que éstos ocupan dentro de respectiva partida arancelaria.

Gráfico No. 7 Representación % de las Principales cinco principales partidas arancelarias exportadas por Ecuador a Uruguay



Fuente: Banco Central del Ecuador

(Banco Central del Ecuador)

El gráfico presentado en la parte superior muestra la participación que cada uno de los cinco principales productos ocupa dentro del total exportado.

Durante los últimos años, la composición de la canasta exportadora hacia Uruguay no ha sufrido grandes modificaciones, la corriente de productos siempre se reduce a los mismos.

Los cinco principales productos de exportación antes detallados aproximadamente representan en 75% de las exportaciones totales ecuatorianas hacia Uruguay.

Los principales países proveedores para la partida arancelaria 160414 preparaciones y conservas de atunes, listados y bonitos, entero o en trozos, excepto el picado son Ecuador, Tailandia y Brasil. Para la partida arancelaria 080300 bananas o plátanos, frescos o secos los principales países proveedores del mencionado producto son Brasil, Ecuador y Argentina.

Camarones, langostinos y demás decapodos natantia que tienen como partida arancelaria 030613, los países proveedores son la India, Ecuador y Panamá. Para la partida arancelaria 200891 los países proveedores son Ecuador, Bolivia, Brasil. Y la última partida arancelaria considerada entre los cinco principales sectores de exportación son las preparaciones y conservas de sardinas, sardinelas y espadines, entero o en trozos, excepto el picado que tienen como partida arancelaria 160413 y sus países proveedores son Ecuador, Brasil, Perú.

2.7. Productos con mayor crecimiento

Los productos con mayor crecimiento son aquellos que han tenido un incremento que supera los 100.000 dólares en los últimos seis años, para su análisis se han obtenido datos de fuentes como la del Banco Central del Ecuador y la de la Corporación de Promociones e Inversiones (CORPEI), los mismos que se encuentran detallados en la tabla siguiente y presentan sus respectivas cantidades de valor FOB en el último período y el crecimiento promedio en los últimos seis años.

Entre los productos con mayor crecimiento se encuentra las preparaciones y conservas de atunes, listados y bonitos, entero o en trozos, excepto el picado, con un crecimiento promedio porcentual en los últimos cinco años de 550,67, seguido por las bananas o plátanos, frescos o secos con un crecimiento promedio en mencionados años de 3.587,21 y por los camarones, langostinos y demás decapodos natantia con un crecimiento de 6.053.300,17 por ciento.

El incremento del nivel de exportación de estos productos, es una consecuencia de la fase expansiva en la que se encuentra la economía uruguaya.

Tabla N°. 7 Principales 10 productos con mayor crecimiento			
Partida	Descripción	Valor FOB (Miles USD)	Crecimiento % Promedio
		2009	2009-2004
160414	Preparaciones y conservas de atunes, listados y bonitos, entero o en trozos, excepto el picado	1.385,35	550,67
080300	Bananas o plátanos, frescos o secos	1.331,45	3.587,21
030613	Camarones, langostinos y demás decapodos natantia	605,34	6.053.300,17
200891	Palmitos, preparados o conservados de otra forma, incluso azucarado o edulcorado de otro modo o con alcohol	545,57	104,36
160413	Preparaciones y conservas de sardinas, sardinelas y espadines, entero o en trozos, excepto el picado	469,99	37.499,20
960810	Bolígrafos	321,26	0,00
060311	Rosas	277,69	0,00
180310	Pasta de cacao, sin desgrasar	226,26	34,36
180320	Pasta de cacao, desgrasada total o parcialmente	208,96	129,17
180500	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	205,84	0,00
Fuente: Banco Central del Ecuador BCE – SIM			
(Corporación de Promociones e Inversiones)			

2.8. Nuevos productos exportados

Tabla N°. 8 Nuevos Productos Exportados			
Partida	Descripción	2008	2009
		Valor FOB	Valor FOB
		(Miles USD)	(Miles USD)
9608101000	Bolígrafos	0,00	321,26
7306309900	Demás tubos soldados, de sección circular, de hierro o de acero sin alear, de hierro o acero	69,48	144,17
2937219000	Cortisona, hidrocortisona, prednisona (dehidrocortisona) y prednisolona (dehidrohidrocortisona)	0,00	131,1
6115950000	De algodón	0,00	54,93
6115960000	De fibras sintéticas	0,00	47,60
0603900000	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma	0,00	35,92
2933310000	Piridina y sus sales	79,18	28,65
1604139000	Las demás preparaciones y conservas de pescado entero o en trozos, excepto el pescado picado	0,00	22,80
2208702000	Cremas	0,00	19,98
0603199010	Los demás	0,00	18,02
0603199090	Los demás	0,00	18,01
Fuente: Banco Central del Ecuador BCE – SIM			
(Banco Central del Ecuador)			

Los productos considerados como nuevos de exportación hacia el país son los que han sido exportados en los dos últimos años y no en los cinco años anteriores. La tabla siguiente presenta la descripción de cada producto con su respectiva partida arancelaria y los valores en valor FOB de los últimos dos años.

Según datos obtenidos de la fuente del Banco Central del Ecuador los dos únicos productos que han sido exportados por el Ecuador hacia Uruguay en los dos últimos años han sido los demás tubos soldados, de sección circular, de hierro o de acero sin alear, de hierro o acero con valores FOB en el año 2008 de 69,48 millones de dólares y en el 2009 con un valor de 144,17 millones de dólares lo que indica que ha existido un crecimiento considerable en este último año; la piridina y sus sales

presenta un valor FOB en el año 2008 de 79,18 millones de dólares y en el año 2009 con un valor FOB de 28,65 millones de dólares por lo tanto ha existido una baja de más del 50 por ciento en mencionado producto.

Los demás productos han sido exportados únicamente en el último año, como por ejemplo los bolígrafos que han tenido un valor FOB de 0 en el 2008, sin embargo han sido exportados en el 2009 una cantidad de 321,26 miles de dólares. De igual manera, presenta esta característica la cortisona, hidrocortisona, prednisona (dehidrocortisona) y prednisolona (dehidrohidrocortisona) con una cantidad de valor FOB en el 2008 de 0, mientras que en el 2009 presentó una cantidad exportada de 131,1miles de dólares.

CAPITULO 3: COMERCIO EXTERIOR DE URUGUAY

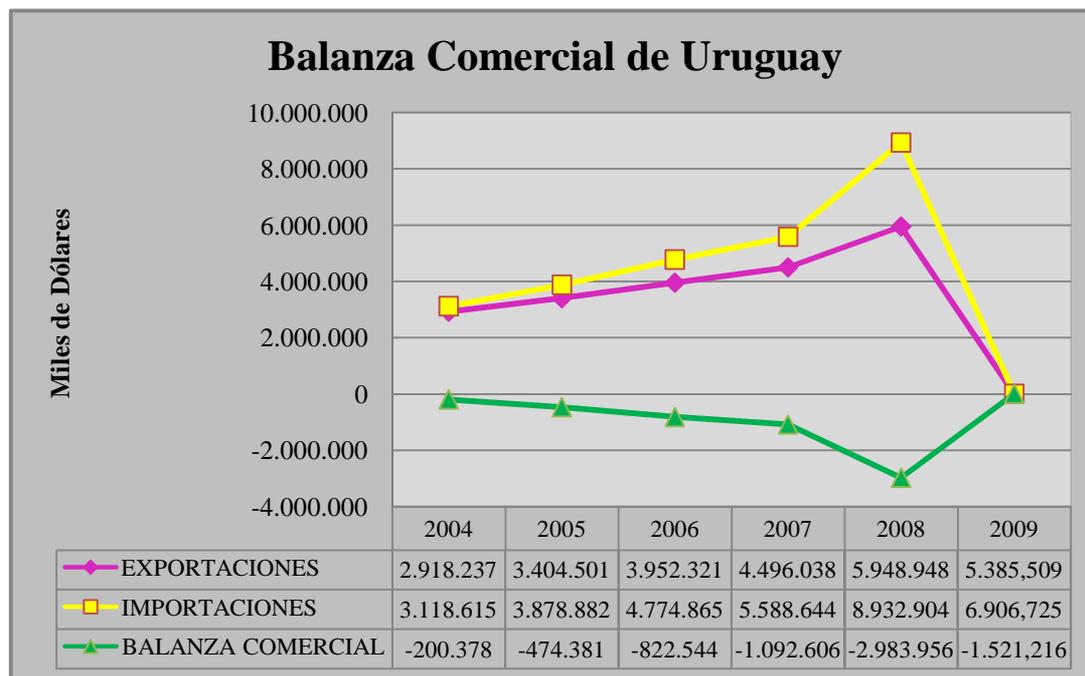
3.1. Balanza comercial de Uruguay

Dentro de la balanza comercial de un país se encuentran tanto las exportaciones que como se mencionó anteriormente son todos aquellos bienes que tienen como destino final un determinado país, como las importaciones que hacen referencia a todas las mercancías extranjeras que han arribado a un país para el consumo de su gente.

El cuadro siguiente muestra datos obtenidos de la fuente del Trademap; para su análisis se han tomado en consideración los años 2004 al 2009 al igual que el nivel de crecimiento tanto en exportaciones como en importaciones que ha tenido este país en los últimos seis años.

Cuadro No. 4 Balanza Comercial de Uruguay						
Actividad (Miles USD)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Valor FOB						
Exportaciones	2.918.237	3.404.501	3.952.321	4.496.038	5.948.948	5.385,509
Importaciones	3.118.615	3.878.882	4.774.865	5.588.644	8.932.904	6.906,725
Balanza Comercial	-200.378	-474.381	-822.544	-1.092.606	-2.983.956	-1.521,216
Fuente: Trademap						
(Trademap)						

Gráfico No. 8 Balanza Comercial de Uruguay



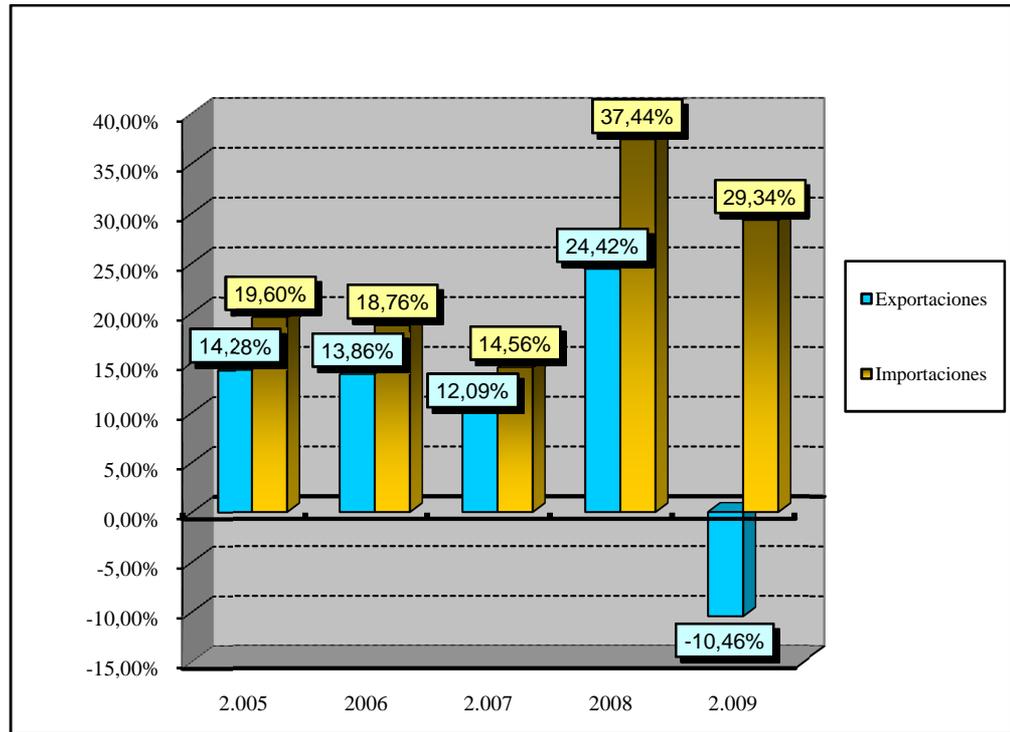
Fuente: Trademap

(Trademap)

Como se puede apreciar en el gráfico, según datos proporcionados por Trademap indican que hasta el año 2008 este país ha estado exportando constantemente haciendo que las mismas incrementen de una manera considerable, en el año 2009 presenta una baja sumamente pequeña. Las importaciones de este país hasta el año 2008 han ido incrementándose a excepción del último año en el cual se presenta una baja considerable, a pesar de ello se considera un aspecto negativo para Uruguay debido a que en relación a las exportaciones éstas han venido siendo mayores.

Dado que en la actualidad se ha visto un incremento de las relaciones comerciales entre los países sudamericanos, se espera que las exportaciones desde Uruguay al mundo entero sean cada vez mayores, lo cual generará mucha expectativa y se esperará lograr una vinculación más estrecha entre Ecuador y Uruguay en busca una mayor integración y fortalecimiento de lazos comerciales que promuevan el desarrollo y que a más de ello genere fuentes de ingreso tanto para el exportador ecuatoriano como al inversionista.

Gráfico No. 9 Evolución de las Exportaciones e Importaciones Uruguayas



Fuente: Trademap

(Trademap)

En el gráfico presentado en la parte superior se observa que, comparativamente las importaciones han ido creciendo en mayor medida que las exportaciones, hasta que el año 2009 las exportaciones presentan una contracción del 10,46% mientras que las importaciones un crecimiento 29,30%.

Este comportamiento es producto del proceso de crecimiento económico que caracteriza actualmente a la economía uruguaya.

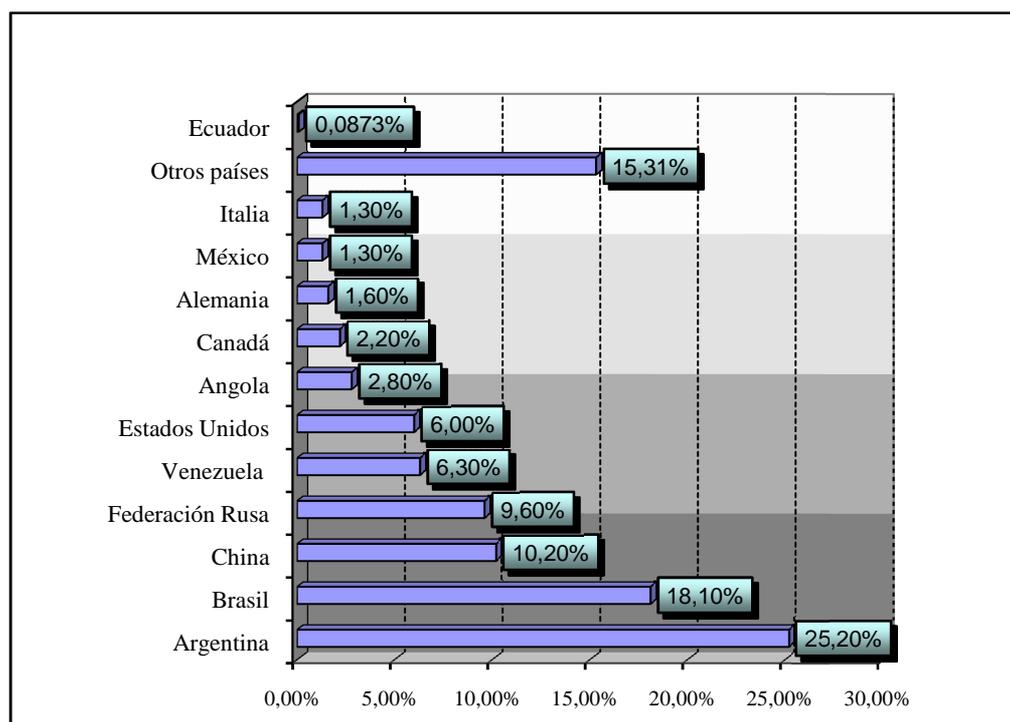
3.2. Principales Socios Comerciales

3.2.1. Principales proveedores de productos importados por Uruguay a nivel país.

El cuadro presentado a continuación muestra información obtenida de la fuente del Trademap; en éste se detalla algunos de los países proveedores de productos importados por Uruguay con su respectivo valor FOB en el año 2008, la tasa de crecimiento de las importaciones desde el 2004 hasta el 2008 y la participación que el producto ha tenido dentro de las importaciones globales de Uruguay.

Cuadro No. 5 Lista de Proveedores de productos importados por Uruguay			
País	Valor importado 2008	Tasa de Crecimiento 2004/2008	Participación en las Importaciones para Uruguay (%)
Argentina	2.249,96	33	25,2
Brasil	1.618,00	25	18,1
China	908.283	51	10,2
Federación Rusa	861.228	15	9,6
Venezuela	561.466	246	6,3
Estados Unidos	539.613	25	6
Angola	246.900		2,8
Canadá	192.730	72	2,2
Alemania	141.636	14	1,6
México	119.547	39	1,3
Italia	117.331	15	1,3
Otros países			
Ecuador	7.798	46	0,1
Fuente: Trademap			
(Trademap)			

Gráfico No. 10 Participación Porcentual de los Principales Proveedores de Uruguay



Fuente: Trademap

(Trademap)

Argentina es el principal proveedor de Uruguay, entregándole una gran variedad de productos que para el año 2008 alcanzaron un valor FOB de 2.249,96 millones de dólares; las importaciones argentinas crecieron entre el 2004 y el 2008 en el 32%, y representan el 25,2% de todas importaciones uruguayas.

Las importaciones de Brasil el año 2008 tienen un valor FOB de 1.618,00, y tienen una participación de 18,1% del total de importaciones.

Es comprensible el alto nivel de aportación de estos dos países a las importaciones uruguayas, por su cercanía, y nivel de industrialización, que es de los más altos de la región. China es el tercer mayor proveedor de Uruguay, de este país ha importado productos con un valor FOB de 908.283 miles de dólares, que representa un 10,2% de las importaciones totales.

Existen además otros países como Rusia, Venezuela y Estados Unidos, que tienen una importante participación en las importaciones uruguayas.

Ecuador lamentablemente únicamente aporta un 0,0873% de todas las importaciones de Uruguay, por razones que obedezcan a cuestiones de la demanda de un determinado producto, falta de convenios o acuerdos, o por falta de competitividad.

3.2.2. Principales clientes de productos exportados por Uruguay

El cuadro siguiente presenta datos obtenidos de la fuente del Trademap, este muestra una lista de los principales países a los cuales Uruguay ha exportado sus productos en el año 2008, la tasa de crecimiento de las exportaciones desde el 2004 hasta el 2008 y la participación que estos países tienen en las exportaciones uruguayas.

Lamentablemente no se ha podido encontrar información detallada acerca de los productos que estos países han importando desde Uruguay en los últimos cinco años.

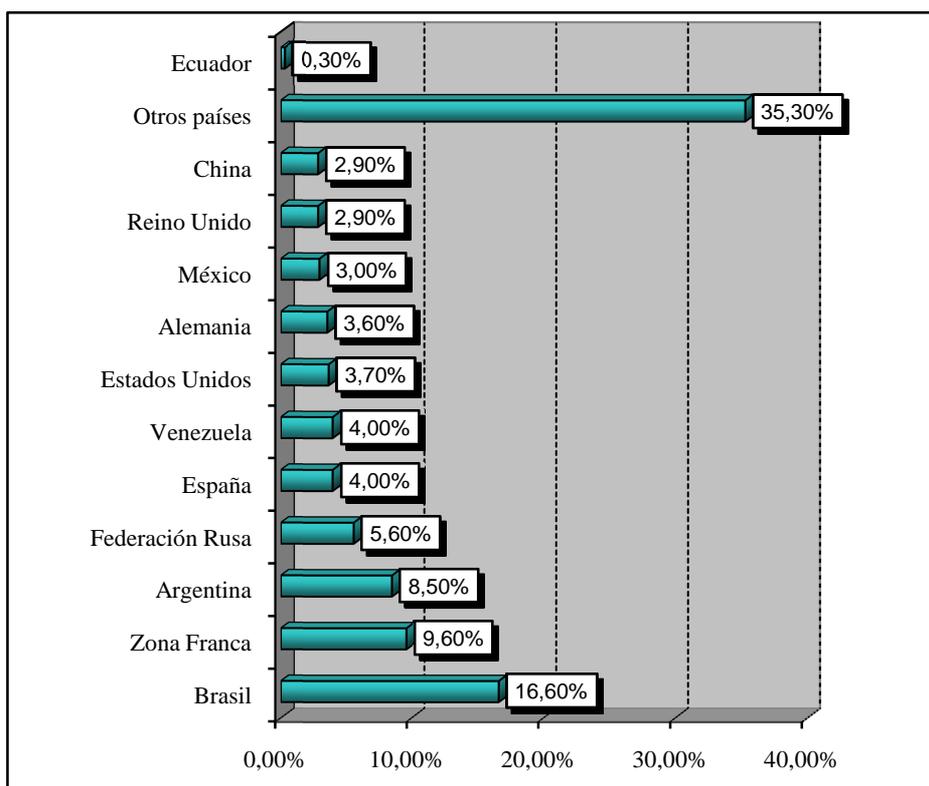
Cuadro No. 6 Lista de Clientes para productos exportados por Uruguay			
País	Valor exportado 2008	Tasa de Crecimiento 2004/2008	Participación en las exportaciones para Uruguay
Brasil	986.623	21	16,6
Zona Franca	573.188		9,6
Argentina	507.039	24	8,5
Federación Rusa	331.964	102	5,6
España	240.480	22	4
Venezuela	237.170	66	4
Estados Unidos	218.712	-22	3,7
Alemania	212.514	11	3,6
México	177.534	13	3
Reino Unido	172.392	18	2,9
China	171.462	12	2,9
Otros países			
Ecuador	18.006	64	0,3
Fuente: Trademap			
(Trademap)			

El principal socio comercial para Uruguay es Brasil con un monto en valor FOB en el año 2008 de 986.623 millones de dólares lo cual muestra que la participación de este país en las exportaciones uruguayas es del 16,6%.

Los productos comercializados en la Zona Franca alcanzaron en el 2008 el valor de USD 573.188 miles, lo que le otorga una participación de 9,6% en las exportaciones de este país. Argentina es el tercer país al cual Uruguay envía sus productos con un valor FOB en el año 2008 de 507.039.

Nuestro país nuevamente no se encuentra entre la lista de los diez principales socios comerciales de este país, su participación es muy pequeña en comparación con los mencionados anteriormente, alcanzando únicamente el 0,30% de las exportaciones uruguayas.

Gráfico No. 11 Principales clientes para productos exportados por Uruguay



Fuente: Trademap

(Trademap)

Lamentablemente no se ha podido encontrar información específica acerca de los productos que estos países han importando desde Uruguay en los últimos cinco años; sin embargo en el siguiente punto se podrá conocer de manera general cuales han sido los principales productos exportados por este país al mundo.

3.3. Exportaciones y principales productos exportados

El cuadro siguiente presenta información obtenida de la fuente del Trademap, mostrando los quince principales productos uruguayos exportados al mundo con sus respectivas partidas arancelarias, valores FOB al año 2008 y el porcentaje de participación que tiene dentro de las exportaciones mundiales.

Cuadro No. 7 Productos Exportados por Uruguay al mundo				
Código del producto	Descripción	Valor 2008 en miles de USD	Crecimiento promedio 2004/2008	Participación en las exportaciones mundiales
020230	Carne de bovinos deshuesada, congelada	874.035	14	6,98
120100	Habas de soja, incluso quebrantadas	327.366	39	0,93
100630	Arroz semiblanqueado o blanqueado, incluso pulido o glaseado	318.642	25	1,77
020130	Carne de bovinos deshuesada, fresca o refrigerada.	305.268	20	2,6
271011	Alcohol de aviación	181.818	5	0,08
440399	Las demás maderas, en bruto, incluso descortezada.	176.999	35	3,79
110710	Malta, sin tostar	171.478	21	4,2
440122	Las demás maderas en plaquitas o en partículas, excepto las de conifer	164.446	39	7,1
040221	Leche en polvo, sin azucarar ni edulcorar de otro modo	149.175	27	1,66
040690	Los demás quesos	145.088	23	0,8
100190	Los demás trigo y morcajo o tranquillón	131.183	149	0,33
510529	Las demás lanas peinadas, excepto a granel.	123.020	5	8,49
392330	Bombonas, botellas, frascos y artículos similares.	114.769	23	1,6
410712	Cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pieles apergaminados	95.324	9	0,02
100620	Arroz descascarillado (arroz cargo o arroz pardo)	91.124	32	0,01
Fuente: Trademap				
(Trademap)				

Según la fuente del Trademap el producto que más se ha exportado en valores FOB en el año 2008 ha sido la “carne de bovinos deshuesada, fresca o refrigerada”, con una cifra de 874.035, seguido por las habas de soja con una cifra de 327.366, y en tercer lugar ocupa el arroz semiblanqueado con un valor FOB en el año 2008 ocupa con una cifra de 318.642.

Cuadro No. 8 Productos Exportados por Uruguay a Ecuador				
Código del producto	Descripción	Valor 2008 en miles de USD	Crecimiento promedio 2004/2008	Participación en las exportaciones mundiales
300490	Los demás medicamentos preparados	55.333	22	0,02
110710	Malta, sin tostar	171.478	21	4,23
300420	Medicamentos que contengan otros antibióticos	5.647	53	0,04
340211	Agentes de superficie orgánicos, aniónicos, incluso acondicionados	55.790	29	1,89
290410	Derivados solamente sulfonados, sus sales y sus ésteres etílicos	3.305	75	0,45
283329	Los demás sulfatos	28.702		2,79
853810	Cuadros, paneles, consolas, pupitres, armarios y demás soportes	1.276	155	0,03
300450	Los demás medicamentos que contengan vitaminas u otros productos	5.988	32	0,13
300439	Los demás medicamentos que contengan hormonas cortico-suprarrenales	3.252	20	0,02
300410	Medicamentos que contengan penicilinas o derivados de estos productos	2.604	48	0,07
842121	Aparatos para filtrar o depurar líquidos	3.215	49	0,06
20130	Carne de bovinos deshuesada, fresca o refrigerada	305.268	20	2,6
10290	Los demás bovinos vivos.	56.178	67	0,96
880220	Aviones y demás vehículos aéreos de peso en vacío, inferior o igual	200	-5	0,02
852691	Aparatos de radionavegación	722	21	0,01
Fuente: Trademap				
(Trademap)				

Las exportaciones de Uruguay a Ecuador entre el 2004 y 2008, en general han tenido un crecimiento importante; porcentualmente el crecimiento de los diferentes grupos de productos ha sido: los demás medicamentos preparados ha crecido en un 22,00%;

la malta, sin tostar en un 21,00%; los medicamentos que contengan otros antibióticos en 53,00%; los agentes de superficie orgánicos, aniónicos, incluso acondicionados en un 29,00%; los derivados solamente sulfonados, sus sales y sus esteres etílicos en un 75,00%; los demás sulfatos no han tenido ningún crecimiento; los cuadros, paneles, consolas, pupitres, armarios y demás soportes un crecimiento del 155,00%; los demás medicamentos que contengan vitaminas u otros productos un 32,00%; los demás medicamentos que contengan hormonas cortico-suprarrenales un 20,00%; los medicamentos que contengan penicilinas o derivados de estos productos un 48,00%; los aparatos para filtrar o depurar líquidos un 49,00%; la carne de bovinos deshuesada, fresca o refrigerada un 20,00%; los demás bovinos vivos un 67,00%; los aparatos de radionavegación un 21,00%; y, los aviones y demás vehículos aéreos de peso en vacío, inferior o igual se han contraído en un 5,00%.

Se observa también que la participación de las exportaciones a Ecuador, sin poca significativas comparadas con las exportaciones que Uruguay realiza a nivel mundial, alcanzando en el mejor de los casos 2,79% para los demás sulfatos.

3.4. Importaciones y principales productos importados

El cuadro siguiente muestra información obtenida de la fuente del Trademap, en este se presentan los principales quince productos importados por Uruguay desde el mundo con cifras en miles de dólares americanos, de igual manera se muestra la tasa promedio de crecimiento de las importaciones de cada producto con su respectiva participación dentro de las importaciones mundiales.

Cuadro No. 9 Productos Importados por Uruguay desde el mundo				
Código del producto	Descripción	Valor 2008 en miles de USD	Crecimiento promedio 2004/2008	Participación en las importaciones mundiales
270900	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	1.501,714	20	0,1
271019	Destilados de petróleo ligero, no especificado en otra parte	806.414	93	0,16
271600	Energía eléctrica (partida discrecional)	168.540	32	0,49
880240	Aviones y demás vehículos aéreos, de peso en vacío, superior a 15000 k	164.182	-	0,23
852520	Emisores receptores	156.636	44	0,11
870323	Vehículos automóvil de transporte de personas de cilindrada superior a 1500	119.177	59	0,05
870899	Las demás partes y accesorios de vehículos automóviles	115.809	35	0,13
390760	Politereftalato de etileno	112.147	26	1
380830	Herbicidas, inhibidores de germinación y reguladores del crecimiento	99.835	35	0,98
271011	Alcohol de aviación	90.322	81	0,04
310530	Hidrógeno orto fosfato de diamonio	83.141	29	0,74
310210	Urea, incluso en disolución acuosa	77.710	38	0,45
847130	Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos digital	72.655	100	0,07
870190	Los demás tractores	72.035	41	0,34
300490	Los demás medicamentos preparados	58.814	11	0,02
Fuente: Trademap				
(Trademap)				

Según datos obtenidos del Trademap, se puede decir que entre los productos que Uruguay ha importado desde el mundo en mayor cantidad, están los herbicidas, crudos de petróleo o de minerales bituminosos con una cantidad en miles de dólares de 1.501,714, seguido por los destilados de petróleo ligero con una cifra es de 806.414 mil de dólares y el tercer producto que más se ha importado en el último año ha sido a nivel de servicios, como lo es la energía eléctrica con una cifra de 168.540.

En cuanto a los productos que han tenido mayor participación dentro de las importaciones mundiales han sido los siguientes, herbicidas, inhibidores de germinación y reguladores del crecimiento con un porcentaje de 0,98, el hidrógeno con un porcentaje de 0,74 y en un tercer lugar lo ocupa la energía eléctrica con un porcentaje de 0,49.

Cuadro No. 10 Productos Importados por Uruguay desde Ecuador				
Código del producto	Descripción	Valor 2008 en miles de USD	Crecimiento promedio 2004/2008	Participación en las importaciones mundiales
080300	Bananas o plátanos, frescos o secos.	12.668	24	0,11
160414	Atunes, listados y bonitos en conserva, enteros o en trozos	1.847	22	0,03
200891	Palmitos, preparados o conservados o con alcohol.	1.246	23	0,96
060310	Flores y capullos ,cortados para ramos o adornos, frescos	666	34	0,01
160420	Las demás preparaciones y conservas de pescados	7.239	25	0,39
160413	Sardinias, sardinelas y espadines en conserva, entero o en trozos.	937	21	0,11
401110	Neumáticos nuevos de caucho del tipo utilizado en automóviles de turismo	19.859	18	0,06
030613	Camarones, langostinos, quisquillas	2.153	49	0,02
151329	Los demás aceites de palmiste o de babasu, y sus fracciones	542	114	0,05
730630	Tubos de hierro o acero sin alear, soldados, de sección circular	5.780	44	0,07
380830	Herbicidas, inhibidores de germinación y reguladores del crecimiento	99.835	35	0,99
151321	Aceites de palmiste o de babasu y sus fracciones, en bruto.	1.296	28	0,07
300420	Medicamentos que contengan otros antibióticos.	5.780	13	0,04
640192	Los demás calzados que cubran el tobillo sin cubrir la rodilla	1.480	18	0,24
180310	Pasta de cacao, sin desgrasar	684	30	0,04
Fuente: Trademap (Trademap)				

Según datos obtenidos del Trademap, se puede decir que entre los productos que se han importado en mayor cantidad desde Ecuador, están los herbicidas, inhibidores de germinación y reguladores del crecimiento con una cantidad de 99.835 miles de

dólares, seguido por neumáticos nuevos de caucho del tipo utilizado en automóviles de turismo cuya cifra es de 19.859 miles de dólares y el tercer producto que más se ha importado en el último año son las bananas o plátanos, frescos o secos con una cifra de 12.668.

En cuanto a los productos que han tenido mayor participación dentro de las importaciones mundiales han sido los siguientes, herbicidas, inhibidores de germinación y reguladores del crecimiento con un porcentaje de 0,99, palmitos, preparados o conservados o con alcohol con un porcentaje de 0,96 y en un tercer lugar lo ocupan las demás preparaciones y conservas de pescados con un porcentaje de 0,39.

La característica distintiva de las importaciones uruguayas, es la amplitud de la gama de bienes si se la compara con las exportaciones, y es notorio el mayor nivel del valor medio de los productos importados. También, se destaca la importancia creciente de los países del MERCOSUR como proveedores de bienes importados y esto tiene influencia en la demanda dirigida hacia los distintos modos de transporte, ya que tienden a sesgarla hacia el automotor.

Entre los bienes de importación a nivel general se destacan por su rápido crecimiento, es el petróleo y sus derivados, las maquinarias y equipos, entre otros.

Esta composición es típica de la demanda de un país con un alto crecimiento productivo que se refleja en el gran incremento anual de sus PIB, y de una población que con mayor poder adquisitivo y mayores recursos demanda mayor cantidad de bienes de consumo.

CAPITULO 4: ACUERDOS COMERCIALES

4.1. Acuerdos comerciales de Uruguay

Uruguay ha suscrito varios acuerdos comerciales con la finalidad de promover la integración regional e incentivar la producción local, de tal manera que los países miembros signatarios de un determinado acuerdo puedan promocionar sus productos y atraer a nuevos inversionistas extranjeros, quienes serán generadores de divisas para el país y mediante un comercio equitativo todos serán beneficiarios de un mayor desarrollo económico.

Cuadro No. 11 Regímenes de Comercio aplicados por Uruguay (Acuerdos Comerciales)
Tarifa Nación más favorecida (NMF) (Aplica)
Preferencias Tarifarias Regionales para los países miembros de ALADI (AAP.AG2) (AAP.CE59) (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela)
Tarifas Preferenciales para países de la región (ALADI: AR.AM2) (ALADI: AR.CEYC7) (ALADI: AR.CEYC7) (ALADI: AR.PAR4)
Fuente: Market Access Map
(Market Access Map)

Cuadro No. 12 Regímenes Comerciales aplicados por Uruguay al Ecuador	
Descripción del Régimen de Comercio con Ecuador	Observaciones
Nación más favorecida (NMF)	Aplica a todos los países
Fuente: Market Access Map	
(Market Access Map)	

Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

Según la Asociación Latinoamericana de Integración, ALADI fue constituida bajo el Tratado de Montevideo en agosto de 1980 en donde doce países que comprenden Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Paraguay, Perú,

Uruguay y Venezuela fueron signatarios de acuerdos para fomentar una mayor integración tanto en el ámbito económico como político.

El objetivo primordial de ésta unión de países latinoamericanos es lograr un mercado común a través de mecanismos básicos como son las preferencias arancelarias regionales, acuerdos de alcance regional y parcial; estos últimos mencionados acuerdos abarcan temas como la “liberación de impuestos y promoción del comercio; complementación económica; comercio agropecuario; cooperación financiera, tributaria, aduanera, sanitaria; preservación del medio ambiente; cooperación científica y tecnológica; promoción del turismo; normas técnicas, entre otros.”, (Asociación Latinoamericana de Integración).

Los países como Bolivia, Ecuador y Paraguay por poseer un menor desarrollo económico se encuentran bajo un sistema preferencial, de tal manera que estos puedan lograr una mayor inserción dentro de la economía tanto regional como mundial.

Según la base de datos del Trademap se puede conocer los valores que la Asociación Latinoamericana de Integración ha exportado al mundo en los últimos cinco años de estudio, el crecimiento porcentual de las mismas y la participación porcentual dentro de las exportaciones mundiales.

Tabla N°. 9 Exportaciones de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

Exportadores	Valor Exportado 2004	Valor Exportado 2005	Valor Exportado 2006	Valor Exportado 2007	Valor Exportado 2008	Crecimiento (%) 2004 - 2008	Participación (%) en las exportaciones mundiales
Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)	432.464.035	522.011.938	622.426.923	637.634.166	814.732.824		5,1
México	187.980.448	214.207.312	249.960.544	271.821.216	291.264.800	12	1,8
Brasil	96.677.248	118.528.688	137.806.192	160.648.864	197.942.448	19	1,2
Venezuela	38.748.000	40.106.384	46.546.224	55.779.580	83.288.184	21	0,5
Argentina	34.575.704	38.595.608	55.880.976	65.738.860	70.020.544	19	0,4
Chile	30.894.820	21.190.440	24.390.976	29.991.332	69.084.968	24	0,4
Colombia	16.729.661	9.869.357	12.727.796	13.800.364	37.625.880	22	0,2
Perú	12.434.878	3.404.501	3.952.321	4.496.038	29.757.160	26	0,2
Ecuador	7.606.116	2.797.417	4.223.298	4.812.702	18.510.600	24	0,1
Bolivia	2.937.154	1.687.823	1.788.460	2.745.130	6.899.336	32	0
Uruguay	2.254.330	54.510.120	61.385.240		5.948.948	18	0
Paraguay	1.625.676	17.114.288	23.764.896	27.800.080	4.389.956	28	0

Fuente: Trademap

(Trademap), (Trademap)

Esta tabla muestra que entre el 2004 y el 2008, el monto de las exportaciones de ALADI se ha incrementado en un 88,39%.

Las exportaciones de los diferentes países miembros de la ALADI, canalizadas por medio de esta Asociación se han incrementado entre el año 2004 y 2008 en los siguientes porcentajes: México en 12%; Brasil en 19%; Venezuela en 21%; Argentina en 19%; Chile en 24%; Colombia en 22%; Perú en 26%; Ecuador en 24%; Bolivia en 32,00% siendo el país con un mayor incremento porcentual; Uruguay en 18%; y Paraguay en 28%.

Si bien los países miembros del ALADI, han incrementado sus exportaciones por medio de esta Asociación en conjunto únicamente alcanzan el 5,1% de todas las exportaciones que se dan a nivel mundial; específicamente se observa que México a través de ALADI aporta con el 1,8% a las exportaciones a nivel mundial; Brasil con el 1,2%; Venezuela con el 0,5%; Argentina y Chile con el 0,4% cada una; Colombia y Perú con el 0,2% cada una; Ecuador con el 0,1%; y el aporte que tienen Bolivia, Uruguay y Paraguay es prácticamente nulo.

La siguiente tabla muestra datos que han sido obtenidos de la fuente del Trademap, los mismos que han sido de utilidad para dar a conocer los principales productos que la Asociación Latinoamericana de Integración ha exportado al mundo en los últimos cuatro años; lamentablemente la tabla que se muestra a continuación no presenta valores del año 2007 debido a que no han sido proporcionados por la mencionada fuente.

Tabla N°. 10 Productos Exportados por la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

Capítulo	Descripción del Producto	Valor Exportado 2004	Valor Exportado 2005	Valor Exportado 2006	Valor Exportado 2008
	Todos los Productos	432.464.035	522.011.938	622.426.923	814.731.856
27	Combustibles minerales, aceites minerales y producto de su destilación	78.655.538	111.443.127	135.241.973	189.715.777
85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	50.510.638	58.494.219	69.212.240	83.771.376
87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos terrestres, sus partes	40.010.482	47.930.025	57.456.889	65.550.697
84	Reactores nucleares, calderas, maquinas, aparatos y artefactos mecánicos	38.410.980	40.589.913	45.751.351	49.671.726
26	Minerales, escorias y cenizas	15.967.985	23.237.581	33.512.792	49.000.385
74	Cobre y manufacturas de cobre	12.324.369	15.657.461	27.897.045	31.337.291
72	Fundición, hierro y acero	12.784.291	15.910.788	16.065.623	22.166.313
12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos	8.358.936	8.964.816	8.669.090	18.499.280
02	Carne y despojos comestibles	8.049.316	10.572.990	11.191.428	18.132.903
23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos para animales	9.119.474	9.166.021	9.520.189	15.863.181
71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	6.373.054	7.647.599	11.368.962	13.311.350
15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	5.475.534	5.532.693	6.146.826	12.440.662
39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	7.853.648	9.495.447	10.634.912	12.127.549
08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	6.030.828	6.918.573	7.661.270	10.889.274
90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida	6.830.822	8.507.157	9.622.441	10.543.361

Fuente: Trademap

(Trademap)

Como se observa en la tabla ubicada en la parte superior, entre el año 2004 y 2008, los productos que exporta ALADI han presentado, en términos monetarios, los siguientes incrementos porcentuales: combustibles minerales, aceites minerales y producto de su destilación un 141,20%; maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación un 65,85%; vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos terrestres, sus partes un 63,83%; reactores nucleares, calderas, maquinas, aparatos y artefactos mecánicos un 29,32%; minerales, escorias y cenizas un 206,87%; cobre y manufacturas de cobre un 154,27%; fundición, hierro y acero un 73,39%; semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos un 121,31%; carne y despojos comestibles 125,27%; residuos, desperdicios de las industrias alimentarias, y alimentos para animales un 73,95%; perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares un 108,87%; grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias, y ceras un 127,20%; materias plásticas y manufacturas de estas materias un 54,42%; Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones un 80,56%; e, instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida un 54,35%.

En cuanto a la participación de cada grupo de productos en las exportaciones totales de ALADI, se puede decir que los Combustibles minerales, aceites minerales y producto de su destilación aportan un 23,29%; máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación un 10,28%; vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos terrestres, sus partes un 8,05%; reactores nucleares, calderas, maquinas, aparatos y artefactos mecánicos un 6,10%; minerales, escorias y cenizas un 6,01%; cobre y manufacturas de cobre un 3,85%; fundición, hierro y acero un 2,72%; semillas y frutos oleaginosos, semillas y frutos diversos un 2,27%; carne y despojos comestibles un 2,23%; residuos, desperdicios de las industrias alimentarias, alimentos para animales un 1,95%; perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares un 1,63%; grasas y aceites animales o vegetales, grasas alimenticias, ceras un 1,53%; materias plásticas y manufacturas de estas materias un 1,49%; Frutos comestibles, cortezas de agrios o de melones un 1,34%; e, instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida un 1,29%.

Según la Asociación Latinoamericana de Integración existen algunos acuerdos tanto de alcance parcial como regional en los que participa Uruguay, detallados a continuación:

Alcance Parcial: participan dos o más países miembros

- **Complementación Económica**

AAP.CE N° 59: forman parte de este acuerdo Colombia, Ecuador y Venezuela. El objetivo primordial del mismo es eliminar todo tipo de barreras que dificulten el intercambio comercial entre los países miembros, para de esta manera poder formar un área de libre comercio que permita que la gran mayoría de productos que se importen de terceros países gocen de desgravaciones progresivas.

Alcance Regional: participan todos los países miembros

- **Apertura de Mercados**

AR.AM N° 1: los países miembros conceden a los productos procedentes de Bolivia la eliminación total tanto de restricciones como cualquier tipo de gravamen existente.

AR.AM N° 2: los países miembros conceden a Ecuador la eliminación total tanto de restricciones como cualquier tipo de gravamen existente.

AR.AM N° 3: los países miembros conceden a Paraguay la eliminación total tanto de restricciones como cualquier tipo de gravamen existente.

- **Acuerdo de Cooperación e Intercambio en las áreas cultural, educacional y científica**

AR.CYT N° 6: se pretende la creación y desarrollo del conocimiento, la adquisición y difusión de la tecnología y su aplicación a través de la cooperación regional.

AR.CEYC N° 7: a través de la cooperación científica, educativa y cultural se pretende formación de un mercado común de bienes y servicios culturales entre los países miembros de este acuerdo.

AR.OTC N° 8: se busca superar obstáculos técnicos al comercio para poder promocionar el mismo no solo entre los países miembros sino al mundo entero.

Preferencia Arancelaria Regional (PAR): para todos los países miembros

AR.PAR N° 4: “forman parte de este acuerdo todos los países miembros, a los cuales se les otorga preferencias arancelarias sobre sus importaciones recíprocas consistentes en una reducción porcentual, en magnitudes diferentes según las distintas categorías de países, de los gravámenes aplicables a las importaciones provenientes de terceros países.” (Asociación Latinoamericana de Integración).

Mercado Común del Sur (MERCOSUR)

Según el MERCOSUR, los cuatro estados miembros que conforman el Mercado Común del Sur son Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, los cuales en 1991 mediante el Tratado de Asunción firmaron acuerdos para fomentar la integración de los mismos mediante políticas que beneficien el desarrollo económico y social de cada uno de ellos.

En 1994 mediante el Protocolo de Ouro Preto se dio una nueva etapa a este organismo en el ámbito comercial, adoptando instrumentos necesarios para lograr mayor inserción en nuevos mercados y mejorar su competitividad frente a otros países. Bajo un nuevo concepto de “Unión Aduanera” se creó un arancel externo común con el fin de atraer cada vez más a un mayor número de inversionistas de tal manera que los países miembros se vean beneficiados dentro del comercio por la recepción de capitales externos.

Según el Instituto de Promoción de Inversiones y Exportaciones de Bienes y Servicios el Mercado Común fomenta:

- ✓ La eliminación de cualquier tipo de restricciones y gravámenes para la libre circulación de bienes y servicios.
- ✓ El establecimiento de un Arancel Externo Común (AEC) para mejorar la competitividad y lograr mayor inserción en los mercados mundiales.
- ✓ Regular las políticas macroeconómicas entre los estados miembros para fomentar el comercio interregional asegurando condiciones apropiadas entre los mismos.

- ✓ Armonizar la legislación de los estados partes para estrechar vínculos no solo políticos sino económicos, para así lograr mayor integración entre los países miembros. (Instituto de Inversiones y Exportaciones de Bienes y Servicios de Uruguay).

Según la Red Mercosur de Investigaciones Económicas, el Mercado Común del Sur como organismo de Integración Regional pretende eliminar cualquier tipo de restricciones que obstaculicen el libre intercambio de bienes y servicios entre los países miembros. Es precisamente en este punto en el que surgen una serie de interrogantes debido a que ocurre, que a pesar de que se eliminan todo tipo de obstáculos que impida la libre circulación de bienes, se crean otro tipo de barreras no arancelarias como son las restricciones domésticas impuestas por cada una de las partes al momento de comercializar sus productos, teniendo que cumplir mayores obligaciones que están fuera del objetivo por el cual fue creado este organismo; sin embargo cabe mencionar que ningún proceso de Integración Económica Regional puede ser eficaz al ciento por ciento, pero el compromiso “político” podría ser un medio efectivo para poder fortalecer la cooperación e integración comercial entre países, pues sin el esfuerzo por lograr una armonización legislativa las exportaciones de cada uno de los países miembros se verán obligadas a desviarse hacia otros mercados menos conflictivos.

No se puede negar que el proceso de integración dentro del Mercosur ha sido lento; pero son los gobiernos los llamados a demostrar su compromiso, creando políticas de estado que incentiven al sector exportador para que mejoren su capacidad de negociación y competitividad no solo entre este grupo de países sino a nivel internacional.

4.2. Acuerdos Comerciales con Ecuador

Según la Asociación Latinoamericana de Integración existen ciertos acuerdos entre Ecuador y Uruguay bajo el marco de ALADI entre los que constan los siguientes:

AAP. CE N° 59 Complementación Económica: este acuerdo fue suscrito el 18 de octubre del 2004 por Argentina Brasil Colombia Ecuador Paraguay Uruguay

Venezuela y ratificado por los países miembros en el año 2005; su principal objetivo es la formación de un área de libre comercio mediante la cooperación e integración económica.

A continuación se presentan los objetivos de mencionado acuerdo que han sido extraídos de la fuente de la Asociación Latinoamericana de Integración hasta el literal g.

- a) Establecer el marco jurídico e institucional de cooperación e integración económica y física que contribuya a la creación de un espacio económico ampliado que tienda a facilitar la libre circulación de bienes y servicios y la plena utilización de los factores productivos, en condiciones de competencia entre las partes contratantes;
- b) Formar un área de libre comercio entre las Partes Contratantes mediante la expansión y diversificación del intercambio comercial y la eliminación de las restricciones arancelarias y de las no-arancelarias que afecten al comercio recíproco;
- c) Alcanzar el desarrollo armónico en la región, tomando en consideración las asimetrías derivadas de los diferentes niveles de desarrollo económico de las partes signatarias;
- d) Promover el desarrollo y la utilización de la infraestructura física, con especial énfasis en el establecimiento de corredores de integración que permita la disminución de costos y la generación de ventajas competitivas en el comercio regional recíproco y con terceros países fuera de la región;
- e) Promover e impulsar las inversiones entre los agentes económicos de las partes signatarias;
- f) Promover la complementación y cooperación económica, energética, científica y tecnológica; y
- g) Promover consultas, cuando corresponda, en las negociaciones comerciales que se efectúen con terceros países y agrupaciones de países extra regionales. (Asociación Latinoamericana de Integración)

AAP.AG N° 2 Alcance Parcial para la liberación y expansión del comercio interregional de semillas: este acuerdo fue suscrito por todos los países miembros de ALADI el 22 de noviembre de 1991 siendo su objetivo principal la liberación y expansión del comercio de semillas.

A continuación se presenta parte de mencionado acuerdo, éste ha sido extraído hasta el artículo número nueve de la fuente de la Asociación Latinoamericana de Integración.

➤ **Objeto del Acuerdo**

Artículo 1°.- El presente Acuerdo tiene por objeto liberar el comercio interregional de semillas y establecer condiciones para el desarrollo de los sistemas nacionales de semillas en forma armónica.

Artículo 2°.- Los países signatarios establecen que las semillas serán objeto de comercio en sus territorios sin ninguna otra restricción que las requeridas para asegurar sus características, el cumplimiento de prácticas de verificación, marcas y otras aplicadas de conformidad con las disposiciones del presente Acuerdo.

Artículo 3°.- A los efectos previstos en el artículo anterior, el presente Acuerdo tiene por objetivo poner al alcance del productor agrícola semillas de adecuada calidad, debidamente envasadas y rotuladas como tales, de variedades que posean buen rendimiento, características agronómicas, comerciales y/o industriales apropiadas y adaptadas a la zona de producción y promoverá la armonización de las políticas sectoriales nacionales.

➤ **Programa de liberación**

Artículo 7°.- Las importaciones de semillas de la lista común de especies, provenientes de multiplicaciones realizadas en países signatarios, serán libres de gravámenes aplicados a la importación, así como de los derechos aduaneros y cualesquiera otros recargos de efectos equivalentes, sean de carácter fiscal, monetario, cambiario o de otra naturaleza, que inciden sobre las importaciones. Las tasas y recargos análogos por servicios prestados no quedarán comprendidos en este concepto.

Artículo 8°.- Las variedades de las especies de la lista común, de origen de los países signatarios tendrán tratamiento similar a las de origen nacional en las operaciones de intercambio de materiales genéticos experimentales, intercambio de materiales

parentales y realización de ensayos de evaluación e inscripción en registros.

Artículo 9°.- Las operaciones de importación y exportación de las semillas de la lista común de especies estarán excluidas de cualquier restricción no arancelaria, sea administrativa, cuantitativa o tributaria aplicada a las importaciones. (Asociación Latinoamericana de Integración)

ARAM N° 2 Apertura de Mercados a favor de Ecuador: este acuerdo fue otorgado por Uruguay al Ecuador el 30 de abril de 1983 siendo su objetivo principal eliminación de gravámenes a productos originarios de Ecuador

A continuación se presenta parte de mencionado acuerdo, éste ha sido extraído hasta el artículo número cinco de la fuente de la Asociación Latinoamericana de Integración.

➤ **Objeto del Acuerdo**

Artículo 1°.- El presente Acuerdo tiene por objeto establecer condiciones favorables para la participación de la República del Ecuador en el proceso de integración económica de la Asociación Latinoamericana de Integración otorgando a dicho país un tratamiento preferencial efectivo para la colocación de sus productos en los mercados de los países miembros.

➤ **Tratamiento de las importaciones**

Artículo 2°.- Los países miembros eliminarán, en forma total e inmediata, a favor de la República del Ecuador, los gravámenes aduaneros y las demás restricciones que incidan sobre la importación de los productos de la nómina de apertura de mercados recogida en el presente Acuerdo que cada país haya otorgado.

Artículo 3°.- La aplicación de tasas y otros gravámenes internos a los productos incluidos en la nómina a que se refiere el artículo anterior, se ajustará a lo dispuesto por el artículo 46 del Tratado de Montevideo 1980.

Artículo 4°.- Los productos incluidos en la nómina de apertura de mercados y los que se incorporen a ella posteriormente en los términos del artículo 8, podrán ser

negociados con terceros países o con los países miembros en otros mecanismos del Tratado de Montevideo 1980.

En esos casos, los países miembros negociarán la preservación de las preferencias otorgadas en el presente Acuerdo, de manera tal de mantener su eficacia y, cuando ello no fuera posible, otorgar una adecuada compensación. Las negociaciones deberán iniciarse dentro de los treinta días de ser solicitadas por la República del Ecuador y concluirse dentro de los sesenta días contados a partir de dicha fecha.

Artículo 5°.- En el presente Acuerdo se registrarán las condiciones especiales convenidas entre cualquiera de los países miembros y la República del Ecuador para la importación de los productos incorporados en la nómina de apertura de mercados. (Asociación Latinoamericana de Integración).

4.3. Aranceles

Los aranceles o también denominados impuestos son aquellos tributos que se deben cancelar a un determinado país por la admisión de productos o servicios, los mismos que serán nacionalizados dentro de él para su uso o consumo.

Tabla N°. 11 Aranceles promedio que Uruguay aplica a las importaciones del mundo		
La tarifa promedio aplicada a todos los productos:		8,18%
La tarifa promedio aplicada a los productos agrícolas:		10,32%
La tarifa promedio aplicada a los productos industriales:		8,02%
Código	Descripción	Tarifa Promedio
01	Animales vivos, productos animales	10,61%
02	Productos vegetales	6,62%
03	Aceites y grasas vegetales y animales y su derivados, grasas preparadas comestibles, ceras animales y vegetales	9,67%
04	Alimentos preparados, bebidas, licores y vinagre, tabaco y substitutos de tabaco	14,32%
05	Productos minerales	0,37%
06	Productos de la industria química	7,75%
07	Plásticos y artículos del mismo, elásticos y artículos del mismo	10,20%
08	Cuero y pieles, artículos de cuero, talabartería y arnés	14,90%
09	Madera y artículos de Madera, carbón de madera, corchos y artículos de corcho, productos elaborados en paja, esparto u otros minerales	7,38%
10	Pulpa de madera y otras fibras de material celuloso	9,17%
11	Textiles y artículos textiles	16,34%
12	Calzado, sombrero, sombrillas y otros artículos	27,75%
13	Artículos de piedra, yeso, cemento, asbesto y materiales similares	10,95%
14	Perlas naturales y trabajadas, piedras preciosas y semipreciosas, metales preciosos	10,79%
15	Metal y artículos de metal	9,94%
16	Maquinaria y aplicaciones mecánicas, equipo eléctrico y artículos similares	5,82%
17	Vehículos, aviones y equipo de transporte asociado	13,68%
18	Instrumentos y aparatos ópticos, fotográficos, medición, precisión, médicos y quirúrgicos	7,00%
19	Armas y municiones, partes y accesorios similares	18,94%
20	Manufacturas misceláneas	17,38%
21	Obras de arte, piezas de coleccionista y antigüedades	3,81%
Fuente: Market Access Map		
(Market Access Map)		

La tabla ubicada en la parte superior presenta datos que han sido obtenidos del Market Access Map para mostrar los aranceles que Uruguay aplica a las importaciones del mundo. Este país aplica en tarifa promedio un arancel del 8,18% a todos los productos sin importar la procedencia, a los productos agrícolas se aplica un 10,32% de arancel y a los productos industriales un 8,02%, éstos son gravámenes tienen como finalidad proteger a la industria nacional sin obstaculizar el comercio internacional. Existen algunos productos sobre los que se aplica una tarifa arancelaria un tanto elevada por diversos motivos; siendo uno de ellos la protección del producto nacional y otro, evitar causar perjuicios a los productores. Al calzado, sombrero, sombrillas y otros artículos se les ha aplicado un arancel de 27,75% siendo éste el más alto, seguido por armas y municiones con una tarifa arancelaria de 18,94%, y las manufacturas misceláneas a las cuales se aplica una tarifa de 17,38%.

4.4. Requisitos no arancelarios

Es importante mencionar que para acceder a un nuevo mercado se necesita tener una visión clara del país no sólo en el ámbito económico sino también político, debido a son éstos factores que influenciarán de una u otra manera al comercio de mercancías entre los países. La estabilidad de los mismos permitirá a los inversionistas alcanzar una proyección del terreno al cual se pretende acceder, de tal manera que nuestros productos sean de total aceptación pudiendo así incrementar el comercio bilateral entre Ecuador y Uruguay.

4.4.1. Requisitos Generales de Acceso a Mercados

Existen algunos requisitos generales para realizar transacciones a nivel internacional, la información que se presenta a continuación ha sido obtenida de la fuente de la Asociación Latinoamericana de Integración desde el punto número uno al punto número cuatro.

1. Documentación básica:

Factura comercial definitiva

Declaración de aduanas

Documento de transporte

Guía de tránsito internacional (DTAI) para transporte terrestre

Manifiesto Internacional de Carga (MIC)

2. Documentos exigidos según el lugar de destino

Certificado de origen

Certificado de calidad

Certificado de libre venta y consumo del país exportador

3. Documentos exigidos según el tipo y la naturaleza del producto

Registro sanitario

Certificado fitosanitario

Certificado zoo-Sanitario

Certificado ictiosanitario

Autorización de desalmacenaje para perros y gatos

Permisos de exportación e importación de fauna y flora silvestre

Permisos de exportación e importación de productos peligrosos

Declaración de carga peligrosa (puede ser remitida por sistema EDI)

Lista de carga peligrosa transportada (dangerous cargo manifest)

Certificado de habilitaciones para el transporte de mercancías peligrosas a granel

Autorización de desalmacenaje de productos químicos

Ficha de seguridad asociada al producto peligroso

Certificado de arrumazón (en caso de mercancías peligrosas contenedorizadas)

Ficha de intervención en caso de emergencia (accidentes con productos peligrosos)

Documento probatorio que el vehículo cumple con la revisión técnica obligatoria para transportar productos peligrosos

Documento que acredite la capacitación básica obligatoria actualizada del conductor y tripulación del vehículo que transporta mercancías peligrosas

4. Documentos opcionales o complementarios

Registro de exportadores

Póliza de seguros

Certificado de valor agregado nacional (VAN)

Clasificación arancelaria (Asociación Latinoamericana de Integración)

4.4.2. Requisitos generales de entrada

Según el Instituto de Promoción de Inversiones y Exportaciones de Bienes y Servicios de Uruguay en este país “los exportadores gozan de plena libertad, ya que no existen gravámenes ni prohibiciones (la única excepción la constituye una detracción del 5% para cueros bovinos y ovinos secos y salados, cueros y descarnes, pickelados y wet-blue).” (Instituto de Promoción de Inversiones y Exportaciones de Bienes y Servicios de Uruguay).

La información detallada a continuación ha sido extraída literalmente de la fuente del Instituto de Promoción de Inversiones y Exportaciones de Bienes y Servicios de Uruguay para conocer los aranceles y tributos que Uruguay grava a las importaciones de bienes.

- **Tasa Global Arancelaria o 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.

- **Tasa Consular**

Esta tasa se aplica sobre el valor CIF de los bienes importados y su alícuota está fijada actualmente en el 2%. De acuerdo con el artículo 24 del Decreto 70/002, la importación de bienes de capital destinados exclusivamente al sector industrial, agropecuario y pesquero está exonerada del pago de esta tasa.

- **Tasa por servicios preferenciales y aduaneros**

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 quefuere presentado con el límite máximo legal de \$50 dólares.

- **Tasa por Servicios Extraordinarios o TSE**

Se aplica en función de tarifas a cobrar de acuerdo al valor declarado en los permisos de importación. (Instituto de Promoción de Inversiones y Exportaciones de Bienes y Servicios de Uruguay)

4.4.3. Régimen de muestras

La información que se muestra a continuación ha sido obtenida de la fuente de la Dirección Nacional de Aduanas de manera textual acerca del Decreto de Ley establecido por el Presidente de la República Oriental de Uruguay, acerca del régimen de muestras, muestrarios y bienes que entran y salen del país se considera: (Dirección Nacional de Aduanas de la República Oriental de Uruguay)

Artículo 1:

- ✓ Muestrario comercial todo artículo, completo o incompleto, armado o desarmado, parte, trozo porción de alguna cosa que se quiere dar a conocer o reproducir.
- ✓ Muestrario, toda reunión o colección de muestras.
- ✓ Material de publicidad, todo artículo que tienda a divulgar una marca, un nombre comercial o un evento de interés público o privado.

Se encuentran comprendidos en el presente régimen, las partes, repuestos y dispositivos para maquinarias de empresas industriales, comerciales, agropecuarias y de servicio cuya paralización o deficiente funcionamiento cree situaciones de discontinuidad en esos trabajos o servicios.

Se consideran como muestras sin valor comercial a todos aquellos artículos elaborados por un determinado proveedor para uso del destinatario y sin fines comerciales teniendo como finalidad demostrar propiedades o características de un producto a un posible importador.

Artículo 2: exportación de muestras, muestrarios y material de publicidad cuyo valor FOB no exceda los mil dólares de los Estados Unidos de América, se tramitará con la sola intervención de la Dirección Nacional de Aduanas, mediante la presentación de la solicitud por parte del interesado o su representante.

Artículo 3: aumentase a cincuenta dólares de los Estados Unidos de América de valor FOB, el valor de las mercaderías que ingresan al país, referidas en el artículo 2.

Artículo 4: la introducción a plaza de las mercaderías cuyo valor FOB sea igual o inferior a tres mil dólares de los Estados Unidos de América, se tramitará con la sola intervención de la Dirección Nacional de Aduanas. La liquidación, percepción y contralor de la Tasa Global Arancelaria será realizada, en todos los casos, por la Dirección Nacional de Aduanas, sobre valor normal en aduana.

Artículo 5: las mercaderías y moldes a importarse destinados a ser reproducidos para la exportación, gozarán de exoneración de la Tasa Global Arancelaria, cuando sean introducidos por empresas que justifiquen su calidad de exportador y siempre que sean afines al giro de la empresa.

Artículo 6: las muestras de fonogramas y/o videogramas destinadas a la producción fonográfica y/o videográfica, que se introduzcan por vía postal, gozarán de

exoneración total de la Tasa Global Arancelaria, con excepción del material publicitario y pornográfico.

La entrada de pequeños paquetes remitidos desde el exterior, de hasta dos kilos de peso cada uno conteniendo un ejemplar de cada título de fonograma y/o videograma se hará por vía postal con entrega inmediata, los que serán despachados en la dependencia de la Dirección Nacional de Correos con los controles aduaneros correspondientes.

Sólo podrán operar bajo este régimen, aquellos productores fonográficos y/o videográficos reconocidos por el Consejo de Derechos de Autor, que a tales efectos expedirá el Certificado de Reconocimiento de que la Empresa es productora fonográfica y/o videográfica en plaza y que destinará dichas muestras para seleccionar fonogramas y/o videogramas a publicarse en el país.

Los Certificados serán intransferibles y revocables por el Consejo de Derechos de Autor y en los mismos se indicarán los nombres y documentos de identidad de las personas autorizadas para hacer la gestión.

Artículo 7: se faculta a la Dirección Nacional de Aduanas a autorizar el egreso o ingreso temporal por un plazo de noventa días, de muestras, muestrarios y material de publicidad cuyo valor no exceda el determinado por los artículos 2º y 4º de este decreto.

En los casos de ingreso temporal se exigirá la prestación previa de garantía por los tributos que correspondieren a su introducción definitiva.

En situaciones plenamente justificadas, la autoridad aduanera podrá autorizar la prórroga de estos ingresos o egresos temporales por un plazo de noventa días. (Dirección Nacional de Aduanas de la República Oriental de Uruguay).

4.4.4. Requisitos Aduaneros

Según la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE), organismo estatal dedicado a facilitar el comercio en el país, existen algunos reglamentos y procedimientos que deben seguirse al momento que el exportador ecuatoriano desee enviar sus productos a un determinado país.

Todo exportador que desee enviar mercadería al exterior deberá regirse al siguiente proceso a través del distrito aduanero. La información mostrada a continuación ha sido extraída literalmente de la fuente de la Corporación Aduanera Ecuatoriana para conocimiento general de los exportadores ecuatorianos. (Corporación Aduanera Ecuatoriana)

Toda exportación deberá estar acompañada de los siguientes documentos:

- ✓ RUC de exportador
- ✓ Factura comercial original
- ✓ Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite)
- ✓ Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite)
- ✓ Registro como exportador a través de la página web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana
- ✓ Documento de transporte

Trámite

El Trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

1. Fase de Pre-embarque

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana (Verificar la obligación de utilizar Agente de Aduana en el art. 168 del Reglamento a la Ley Orgánica de Aduana con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales) deberán transmitir electrónicamente a la Corporación Aduanera Ecuatoriana la información de la intención de exportación, utilizando para el

efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

2. Fase Post-Embarque

Se presenta el Declaración Aduanera Única (DAU) definitivo (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque.

Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU.

Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentarán ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- ✓ DAU impresa.
- ✓ Orden de Embarque impresa.
- ✓ Factura(s) comercial(es) definitiva(s)
- ✓ Documento(s) de transporte
- ✓ Originales de autorizaciones previas (cuando aplique)
- ✓ Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano)
- ✓ CORPEI (impuesto del 0,25% del valor FOB)

Agente Afianzado de Aduana

Es obligatorio la intervención del agente afianzado de aduanas en los siguientes casos:

Para exportaciones efectuadas por entidades del sector público

- ✓ Para los regímenes especiales.

Requisitos para ser exportador en la Aduana

- ✓ Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- ✓ Registrarse en la página web de la Corporación Aduanera (CAE).
- ✓ El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a: exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007. Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007. (Corporación Aduanera Ecuatoriana).

4.4.5. Requisitos sanitarios y fitosanitarios

Dentro del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) se han establecido algunas normas relacionados con la inocuidad de los alimentos, la sanidad de los animales y la preservación de los vegetales, y algunas otras normas

sobre los productos en general con la finalidad de proteger la salud de las personas evitando la propagación de enfermedades o plagas entre los animales y los vegetales.

Según la Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR) todo gobierno al momento de que un productor nacional desee exportar sus productos es indispensable que estos cuenten con un Registro Sanitario para su producción, comercialización y consumo que será otorgado por el Ministerio de Salud Pública. Para obtener los diferentes certificados dependiendo del tipo de productos que se deseen exportar o comercializar existen Subsecretarías y las Direcciones Provinciales competentes, detalladas a continuación:

Cuadro No. 13 Autoridades Competentes para la obtención de certificados	
Certificado	Autoridad Competente
Certificado fitosanitario: para productos de origen vegetal no industrializados.	Departamento de Sanidad Vegetal del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria, SESA, o inspector de Cuarentena vegetal en puertos, aeropuertos y aduana.
Certificado de residualidad de plaguicidas: para flores naturales exportadas a Uruguay	Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria (SESA)
Certificado sanitario: para exportar frutas y hortalizas frescas	Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez
Certificado zoonosanitario: para exportar animales, productos y subproductos de origen animal	Departamento de Sanidad Animal del Ministerio de Agricultura (SESA)
Certificado de vacunación y/o salud: para exportar animales vivos	Veterinario Acreditado
Certificado ictosanitario: para productos del mar y derivados	Instituto Nacional de Pesca
Registro Sanitario: productos alimenticios industrializados, aditivos, medicamentos o materia prima para elaborarlos, productos farmacéuticos, productos de tocador, plaguicidas.	Ministerio de Salud Pública: se solicita adjuntando documentos y muestras al Instituto de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez
Fuente: Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR)	
(Federación Ecuatoriana de Exportadores)	

A continuación se presentan los trámites que los productores tanto nacionales como extranjeros deben seguir para la obtención del registro sanitario. La información ha sido extraída de la base de datos de la Federación Ecuatoriana de Exportaciones para conocimiento general de las personas interesadas en exportar determinados productos. (Federación Ecuatoriana de Exportadores).

➤ **Trámite para la obtención de Registro Sanitario de Alimentos**

Ministerio de Salud Pública

Dirección Nacional de Farmacia y Control Sanitario

Control de Alimentos

Base Legal: Código de la Salud (Artículo 100, Título IV, Libro II)

Reglamento de Alimentos.- R.O. 984 del 22 de julio del 1998 (Capítulos I y II, Título IV)

✓ **Inscripción de productos alimenticios nacionales**

1. Solicitud dirigida al Director General de Salud, individual para cada producto sujeto a Registro Sanitario.
2. Permisos de Funcionamiento: Actualizado y otorgado por la Autoridad de Salud (Dirección Provincial de Salud de la jurisdicción en la que se encuentra ubicada la fábrica); (Original a ser devuelto y una copia).
3. Certificación otorgada por autoridad de salud competente de que el establecimiento reúne las disponibilidades técnicas para fabricar el producto. (Original a ser devuelto y una copia); (Corresponde al acta que levanta la Autoridad de Salud una vez que realiza la inspección del establecimiento).
4. Información técnica relacionada con el proceso de elaboración y descripción del equipo utilizado.
5. Fórmula cuali-cuantitativa: incluyendo aditivos, en orden decreciente de las proporciones usadas (en porcentaje referido a 100 g. ó 100 ml.). Original.
6. Certificado de análisis de control de calidad del producto: con firma del técnico responsable. Original. (Obtenido en cualquier Laboratorio de Control de Alimentos, incluidos los Laboratorios de Control de Calidad del Instituto de Higiene "Leopoldo Izquieta Pérez").
7. Especificaciones químicas del material utilizado en la manufactura del envase (Otorgado por el fabricante o proveedor de los envases). Con firma del Técnico Responsable. Original.
8. Proyecto de rótulo a utilizar por cuadruplicado: dos originales.
9. Interpretación del código lote: con firma del técnico responsable.

Lote: Una cantidad determinada de un alimento producida en condiciones esencialmente iguales.

Código de Lote: Modo Simbólico (letras o números, letras y números) acordado por el fabricante para identificar un lote, puede relacionarse con la fecha de elaboración.

10. Pago de la Tasa por el análisis de control de calidad previo a la emisión del registro sanitario: cheque certificado a nombre del Instituto de Higiene y Malaria Tropical "Leopoldo Izquieta Pérez" por el valor fijado en el respectivo Reglamento.

1. Documentos que prueben la constitución, de la existencia y representación legal de la entidad solicitante, cuando de trate de persona jurídica. Original.
2. Tres muestras del producto envasado en su presentación final y pertenecientes al mismo lote (para presentaciones grandes, como por ejemplo: sacos de harina, de azúcar, jamones, etc., se aceptan muestras de 500 gramos cada una, pero en envase de la misma naturaleza).

✓ **Inscripción de productos alimenticios de fabricación extranjera**

1. Solicitud dirigida al Director General de Salud, individual para cada producto sujeto a Registro Sanitario.
2. Permisos de funcionamiento del local de almacenamiento de los productos: Actualizado y otorgado por la Autoridad de Salud competente (Original a ser devuelto y una copia).
3. Certificación otorgada por la autoridad de salud competente de que el establecimiento reúne las disponibilidades técnicas para almacenar el producto. (Original a ser devuelto y una copia); (Corresponde al acta que levanta la autoridad de salud una vez que realiza la inspección del establecimiento).
4. Información técnica relacionada con el proceso de elaboración y descripción del equipo utilizado, con firma del Técnico Responsable de la empresa extranjera.
5. Fórmula cuali-cuantitativa: incluyendo aditivos, en orden decreciente de las proporciones usadas (en porcentaje referido a 100 g. ó 100 ml.). Original.
6. Especificaciones químicas del material utilizado en la manufactura del envase: con firma del Técnico Responsable. Original.
7. Proyecto de rótulo a utilizar por cuadruplicado: Dos originales.
8. Interpretación del código lote: con firma del Técnico Responsable.

Lote: Una cantidad determinada de un alimento producida en condiciones esencialmente iguales.

Código de Lote: Modo simbólico acordado por el fabricante para identificar un lote.

Pago de la tasa por el análisis de control de calidad previo a la emisión del registro sanitario: cheque certificado a nombre del Instituto de Higiene y Malaria Tropical "Leopoldo Izquieta Pérez" por el valor fijado en el respectivo Reglamento.

9. Documentos que apueben la constitución, existencia y representación legal de la entidad solicitante del registro sanitario, cuando se trate de persona jurídica. Original.

1. Tres muestras del producto envasado en su presentación final y pertenecientes al mismo lote (para presentaciones grandes, como por ejemplo: sacos de harina, de azúcar, jamones, etc., se aceptan muestras de 500 gramos cada una, pero en envase de la misma naturaleza).

Además de estos requisitos se debe adjuntar los siguientes documentos:

1. Certificado de Registro Sanitario: o su equivalente en el país de origen.

2. Certificado de libre Venta: Otorgado por la Autoridad competente en el país de origen. Original.

3. Certificado de Análisis de Control de Calidad del lote del producto que está sometido al trámite: expedido por un Laboratorio Oficial del país de origen y vigente por seis meses. Original.

4. Autorización legal del fabricante extranjero al representante nacional para tramitar el Registro Sanitario.

Todo certificado emitido en el exterior deberá ser legalizado por el Cónsul del Ecuador en el país de origen y la Cancillería si el caso lo requiere: los mismos deberán ser traducidos al idioma castellano. (Federación Ecuatoriana de Exportadores).

Según la Asociación Latinoamericana de Integración, Uruguay como importador posee algunas reglamentaciones en determinados productos que requieren una inscripción en un registro, presentación de un certificado sanitario u otros requisitos de carácter sanitario entre los que constan los siguientes productos:

- **Medicamentos y demás productos afines, materias primas, medicamentos semi elaborados y cosméticos de uso humano:** inscripción de los productos en el Ministerio de Salud Pública. A los efectos de la solicitud del registro, se deberá presentar el certificado de autorización de venta en el país de origen emitido por la institución acreditada en el mismo, debidamente legalizado. El registro tendrá una vigencia de 5 años contados a partir de su aprobación, expresa o ficta, debiendo solicitarse su renovación antes de la fecha de expiración. El registro de productos farmacéuticos registrados y elaborados en un Estado parte productor, similares a productos registrados en el Estado parte receptor en el ámbito del Mercado Común del Sur se registrará por las normas aprobadas en la Resolución 23/95 GMC.
- **Equipos médicos y dispositivos terapéuticos, reactivos de diagnóstico:** registro del importador y del producto en el Ministerio de Salud Pública. A los efectos de la solicitud del registro, se deberá presentar el certificado de autorización de venta en el país de origen emitido por la Institución acreditada en el mismo.
- **Productos médicos:** se aplicará en el territorio de los Estados Partes del MERCOSUR, al comercio entre ellos y a las importaciones extrazona.
- **Cristales oftálmicos (o sus sucedáneos plásticos) coloreados o no, de uso terapéutico o protector:** inscripción del importador en el registro que lleva la División Técnica del Ministerio de Salud Pública.
- **Productos alimenticios:** deben 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. Los productos que se importen al país deberán satisfacer las exigencias establecidas por el Ministerio de Salud Pública; dicho Ministerio adoptará como base para la sanción de normas en materia alimentaria los proyectos elaborados por la Comisión Técnica creada en la órbita del mismo, con el fin de asesorar en las

cuestiones relativas a la materia. En ausencia de normativas dictadas por el Ministerio de Salud Pública.

- **Productos alimenticios y bebidas:** ciertos productos están sujetos 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.
- **Sal comestible de uso humano:** sólo podrá realizarse de países que tengan en ejecución un Programa Nacional de Fluoración, compatible con los principios técnicos de la Organización Panamericana de la Salud o de la Organización Mundial de la Salud, y cumplir con la agregación de flúor y yodo en su composición, calidad y tipos de envase y demás exigencias establecidas.
- **Bebidas (bebidas sin alcohol, aguas minerales y sodas, otras bebidas sin alcohol):** registro del producto, expedido por el Servicio de Regulación Alimentaria de la Intendencia Municipal respectiva. Registro del producto, expedido por el Ministerio de Salud Pública.
- **Animales y productos de origen animal:** deberán estar amparados por un certificado sanitario oficial expedido en el país de origen y serán sometidos a una inspección sanitaria, realizada por personal técnico de la Policía Sanitaria de los Animales, a su llegada al país.
- **Los equinos, bovinos, caprinos, ovinos y porcinos procedentes de ultramar:** quedarán sometidos a una observación sanitaria que será cumplida en el lazareto cuarentenario correspondiente, durante el tiempo necesario.
- **Animales de las especies ovina, caprina, leche y productos lácteos, sustitutos lácteos, semen y embriones bovinos, ovinos, caprinos, cueros y pieles, subproductos de origen animal, concentrados para uso de rumiantes:** certificado sanitario expedido por la autoridad competente del

país de origen donde conste el cumplimiento de los requisitos exigidos a fin de evitar la introducción de la encefalopatía espongiforme bovina (EEB) y la introducción del prurigo lumbar (Scrapie).

- **Ganado bovino, ovino y equino en pie:** de conformidad con la Resolución de 26/08/98 del Ministerio, de Ganadería, Agricultura y Pesca las solicitudes de importación deberán presentarse ante la Dirección General de Servicios Ganaderos.
- **Carne porcina en cualquiera de sus formas y preparados que la contengan.** inscripción del importador en el "Registro de Fábricas y de Importadores de Productos Cárnicos" del INAC.
- **Carnes de aves de cualquier especie, enfriadas, congeladas e industrializadas y vísceras aviares comestibles:** inscripción del importador en el "Registro de Exportadores e Importadores de Carnes de Aves" del INAC.
- **Alimentos destinados a la nutrición animal:** deben registrarse en el Registro organizado por la Dirección General de Servicios Agronómicos y deberán venir acompañados de un certificado de libre venta en el país de origen. A su llegada al país los productos serán sometidos a la extracción de muestras, a los efectos de obtener los certificados pertinentes para su introducción a plaza.
- **Productos destinados a la nutrición de caninos y felinos a base de concentrados proteicos y harinas de hueso provenientes de mamíferos:** deberán estar amparados en un certificado sanitario del país de origen donde conste que los productos provienen de plantas habilitadas por la autoridad sanitaria competente del país de procedencia
- **Especies acuáticas vivas:** están sujetas al control sanitario realizado por el Instituto Nacional de Pesca (INAPE).

- **Productos de uso veterinario:** registro del producto o materia prima destinada a su fabricación ante la Dirección General de los Servicios Ganaderos (DGSG).
- **Papa para semilla:** está sujeta a control de sanidad y calidad. La misma deberá estar acompañada de un certificado sanitario del país de origen y un certificado sanitario de embarque.
- **Mercaderías de origen vegetal:** la Dirección del Servicio de Protección Agrícola evaluará los riesgos fitosanitarios en cuanto a la introducción de la bacteria causante del cancro cítrico y de otras plagas de importancia cuarentenaria y determinará las restricciones sanitarias que correspondan.
- **Embalajes de madera no procesada utilizados para acondicionar mercaderías:** requisitos fitosanitarios. Los embalajes deberán contar con la autorización de los servicios técnicos de la Dirección General de Servicios Agrícolas del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca.
- **Semillas:** deberán inscribirse en el Registro General de Criaderos, Productores y Comerciantes de Semillas del Instituto Nacional de Semillas. Los productos deberán venir acompañados de un certificado fitosanitario expedido por el órgano competente del país de origen.
- **Leche y productos lácteos destinados a la alimentación humana o animal:** controles de sanidad, higiene e inocuidad a cargo de la Dirección General de Servicios Ganaderos. Dicho organismo podrá efectuar controles "in situ" en el país de origen, e informará a las autoridades sanitarias correspondientes, los resultados de los controles efectuados.
- **Equipos médicos que emitan radiaciones ionizantes:** registro del producto en el Departamento de Tecnología del Ministerio de Salud Pública y en la DINATEN del Ministerio de Industria, Energía y Minería. (Asociación Latinoamericana de Integración)

4.4.6. Normas y reglamentos técnicos

Según la Organización Mundial de Comercio cada país cuenta con normas industriales y con reglamentos técnicos diferentes, los mismos que deben asegurar que éstas no sean excesivas, para ello existen acuerdos como lo es el de Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC) cuya finalidad es evitar todos aquellos obstáculos innecesarios tanto para productores como para exportadores, estas normas son establecidas por varias razones como es la seguridad personal y nacional, la protección ambiental, entre otras. (Organización Mundial de Comercio).

Según la Asociación Latinoamericana de Integración, Uruguay como país importador dentro su política comercial cuenta con normas y reglamentos técnicos, los cuales se encuentran regulados por organismos como ministerios, gobiernos departamentales, entre otros.

“Se ha creado mediante decreto el Sistema Uruguayo de Acreditación, Normalización, Certificación, Calibración y Ensayo cuya función es garantizar que las actividades de evaluación de la conformidad efectuadas por instituciones nacionales se remitan a las exigencias y las normas internacionales, reconociendo un Organismo de Normalización como lo es el Instituto Uruguayo de Normas Técnicas (UNIT) y un Organismo de Acreditación como lo es el Organismo Uruguayo de Acreditación (OUA).” (Asociación Latinoamericana de Integración).

“Las normas técnicas que derivan de éste sistema son de cumplimiento voluntario; no eximiéndoles del cumplimiento de aquéllas disposiciones vigentes o que se dicten en el futuro con carácter obligatorio, en los que se establezcan especificaciones técnicas, exigencias sanitarias, requisitos de calidad o adecuación a estándares internacionales.” (Asociación Latinoamericana de Integración)

Están sujetos a requisitos de carácter técnico o de calidad los siguientes productos:

- ✓ Medidas de capacidad
- ✓ Aparatos de calefacción
- ✓ Neumáticos.
- ✓ Bicicletas de uso infantil
- ✓ Instrumentos de medición de masa (balanzas)

- ✓ Equipos para la utilización del espectro radioeléctrico
- ✓ Productos premedidos
- ✓ Tubos flexibles de policloruro de vinilo (PVC)
- ✓ Frutas, hortalizas y flores
- ✓ Sidra
- ✓ Productos de cervecería para consumo humano (cerveza, malta líquida, cebada malteada o malta, extracto de malta, adjuntos cerveceros, mosto)
- ✓ Vinos de calidad preferente
- ✓ Alcoholes y bebidas alcohólicas
- ✓ Envases y equipos celulósicos en contacto con alimentos
- ✓ Productos vitivinícolas
- ✓ Fertilizantes
- ✓ Cosméticos
- ✓ Juguetes
- ✓ Productos de higiene personal, cosméticos y perfumes.
- ✓ Calzados

4.4.7. Etiquetado

Según la Asociación Latinoamericana de Integración, el país importador Uruguay, posee algunas reglamentaciones específicas que deberán ajustarse en los rótulos y/o envases de los siguientes productos:

- **Medicamentos y cosméticos:** deben contener etiquetas donde conste el nombre, el contenido neto, indicaciones y propiedades, precaución de uso, número de lote y demás requisitos, en idioma español, establecidos del Ministerio de Salud Pública.
- **Productos alimenticios:** deben contener adherido en el envase que los contengan un rótulo en idioma español.
- **Productos alimenticios premedidos y preenvasados:** están sujetos a los requisitos de rotulado.
- **Bebidas alcohólicas:** deben llevar impresa en su etiqueta principal la constancia de la naturaleza del producto, graduación e identificación del fabricante o importador.

- **Vinos importados:** deben comercializarse en su envase original, el que no podrá exceder de un litro de capacidad.
- **Vinos de calidad preferente:** el etiquetado debe cumplir con las especificaciones exigidas y los productos únicamente podrán ser expedidos al consumo envasados en botella de vidrio, con un volumen máximo de 750ml.
- **Vinos de calidad preferente (VPC):** los productos que se importen al país, con Denominación de Origen Reconocida (DOR), y provengan de regiones de reconocida calidad vitivinícola podrán ser presentados para su comercialización, con la etiqueta o rótulo de origen, previa autorización, mediante resolución fundada, del Instituto Nacional de Vitivinicultura. Asimismo, se deberá adherir una etiqueta donde consten los datos en idioma español.

- **Frutas, hortalizas y flores:** los productos que se importen en estado fresco con destino al consumo o a la industria de transformación, serán identificados en el exterior de los envases con las indicaciones siguientes escritas en forma destacada y en caracteres indelebles: país productor, especie y variedad del producto, categoría, calibre (salvo en la categoría industrial), nombre de la firma exportadora, nombre de la firma importadora, y el peso neto. Los productos correspondientes a las categorías extra "I" y "II" deberán estar empacados únicamente en envases nuevos y uniformes de manera tal que el producto no se deteriore durante el manipuleo y transporte.
- **Envases de alimentos destinados a la nutrición animal:** deberán asegurar su inviolabilidad.
- **Plaguicidas:** deben llevar adherida una etiqueta con las características indicadas y con la información establecida específicamente.
- **Equipos médicos y dispositivos terapéuticos:** deben llevar etiquetas en idioma español con la información específica.
- **Productos textiles:** los productos están sujetos a los requisitos de rotulado establecidos en la norma. Los importadores deberán presentar nota en original y duplicado ante el Área Defensa del Consumidor de la Dirección General de Comercio, en la que informarán el nombre del importador, su número de registro, el código de Nomenclatura Común del MERCOSUR (NCM) a diez dígitos, el volumen físico, el país de origen de la mercadería y

los datos contenidos en la correspondiente etiqueta. En el caso de que la mercadería no se encuentre etiquetada, el importador dispondrá de un plazo de sesenta días a partir del desaduanamiento de la mercadería para proceder a su etiquetado. La Dirección Nacional de Aduanas sólo dará curso a las importaciones de los productos que presenten en cada despacho, copia de la nota citada, debidamente intervenida por el Área Defensa del Consumidor de la Dirección General de Comercio.

- **Calzados comprendidos en las posiciones 6401 al 6405 de la NCM.** Requisitos de rotulado. Deberán tener una etiqueta adherida que contenga la información indicada específicamente en la norma. El importador presentará ante el Área de Defensa del Consumidor de la Dirección General de Comercio del Ministerio de Economía y Finanzas, una declaración jurada adjuntando a la misma la etiqueta correspondiente a cada espécimen de calzado que se pretenda comercializar.
- **Cigarrillos, cigarros y otros productos de tabaco.** Requisitos de rotulado. Las advertencias sanitarias deberán ocupar el 80 % inferior de ambas caras principales de cajillas de cigarrillos, paquetes y envases de productos de tabaco. (Asociación Latinoamericana de Integración)

4.4.8. Empaque y embalaje

Según la Asociación Latinoamericana de Integración al exportar un determinado producto es importante que su empaque y embalaje sea el adecuado para la protección del mismo, de tal manera que durante el envío no se estropeen y no sufran deterioros para que al momento de la recepción de la mercadería los productos estén en óptimas condiciones.

Para el transporte de la mercadería existen varios tipos de embalajes que pueden ser utilizados como cajas, barriles, fardos, sacos, contenedores, cofres, etc. Los que deben ser adecuados dependiendo del tipo de producto.

Factores a considerar en el embalaje

- **La naturaleza y valor de la carga:** para el embalaje de productos que puedan descomponerse en un período de tiempo corto es muy importante el

material de embalaje, debido a que la temperatura en ciertos casos puede ser determinante para que el producto al momento de la recepción se encuentre en óptimas condiciones, es por ello que en ciertos casos serán fundamentales el uso de dispositivos isotérmicos de refrigeración, frigoríficos o calefacción. Según el tipo de producto, el modo de embalaje y el material utilizado será distinto; en caso de que la mercadería tenga un valor monetario elevado deberá ser embalado cuidadosamente.

- **Las condiciones de manipuleo, marcas y almacenaje**

- ✓ La manera en que será cargado, descargado y manipulado (ganchos, atarrayas, plataformas, montacargas, grúas, altura desde que será soltado al terminal o al lugar de estiba)
- ✓ El apilamiento al que deberá estar sometido en bodegas o almacenes
- ✓ Las condiciones climáticas de humedad a los que será sometido, tanto en el país de destino como en el de utilización, y las lluvias que deberá soportar
- ✓ Las revisiones aduaneras (con las consiguientes aperturas y cierres del embalaje) a los que se será sometido
- ✓ Las condiciones de los almacenes en los que se ubicará
- ✓ Los países de transbordo y destino (para el idioma de las marcas). (Asociación Latinoamericana de Integración)

- **El modo o modos de transporte que serán utilizados:** según el medio de transporte que vaya a ser utilizado por la empresa o persona natural exportadora se deberá utilizar un cierto tipo de embalaje como por ejemplo: los envíos por mar y tierra requieren de un embalaje robusto, mientras que el transporte aéreo requiere un embalaje más ligero. (Asociación Latinoamericana de Integración)

Materiales del embalaje

Respecto a los materiales, los principales utilizados son:

- **Papel y Cartón:** por su bajo costo son los más comunes para el embalaje desechable
- **Metales:** son utilizados en el transporte de mercancías de diversas maneras, éstos pueden ser utilizados como varillas para refuerzos, atados, etc. Para el transporte de productos químicos y líquidos son utilizados bidones metálicos inoxidables para transportarlos de una manera segura al lugar de destino.
- **Madera:** es utilizada de diversas formas y tamaños diferentes dependiendo de su finalidad. Se puede utilizar como jaulas para embalaje de cartón y plástico, en cajas, cajones, barriles, etc.
- **Fibras vegetales:** son utilizadas para el embalaje de muchos productos agrícolas, se emplean sacos confeccionados de yute, sisal y henequén.
- **Plásticos:** por la resistencia a la humedad, éstos son cada vez más utilizados como material de embalaje de productos. (Asociación Latinoamericana de Integración)

4.4.9. Subsidios

Según el Instituto de Promoción de Inversiones y Exportaciones de Uruguay, “el régimen actual de promoción de inversiones se encuentra enmarcado en la Ley N° 16.906, en la cual se declara de interés nacional la promoción y protección de inversiones realizadas en el territorio por inversores nacionales y extranjeros.” (Instituto de Inversiones y Exportaciones de Bienes y Servicios de Uruguay)

La Ley No. 16.906 clasifica dos grupos de estímulos fiscales, los cuales han sido obtenidos de la fuente del Instituto de Inversiones y Exportaciones de Bienes y Servicios de Uruguay detallados a continuación:

- **Estímulos de orden general para la inversión**

Los beneficiarios de estos estímulos fiscales son todos los contribuyentes del Impuesto a las Rentas de las Actividades Económicas (IRAE) y del Impuesto a la Enajenación de Bienes Agropecuarios (IMEBA), que realicen actividades industriales o agropecuarias.

La Ley de Inversiones establece el otorgamiento de los siguientes beneficios automáticos:

- Exoneración del Impuesto al Patrimonio (IP) de los bienes muebles destinados directamente al ciclo productivo y de los equipos para el procesamiento electrónico de datos.
- Exoneración del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y del Impuesto Específico Interno (IMESI) correspondientes a la importación, y devolución del IVA incluido en las compras en plaza de los bienes muebles destinados al ciclo productivo y equipos para el procesamiento electrónico de datos.

Adicionalmente, el Poder Ejecutivo tiene la facultad de exonerar el Impuesto al Patrimonio a los siguientes bienes de activo fijo:

- Mejoras fijas afectadas a las actividades industriales y agropecuarias.
- Bienes inmateriales como marcas, patentes, modelos industriales, privilegios, derechos de autor, valores llave, nombres comerciales y concesiones otorgadas para la prospección, cultivos, extracción o explotación de recursos naturales.
- Otros bienes, procedimientos, invenciones o creaciones que incorporen innovación tecnológica y supongan transferencia de tecnología. (Instituto de Inversiones y Exportaciones de Bienes y Servicios de Uruguay)

- **Estímulo respecto a inversiones específicas**

Aquellas empresas de cualquier sector de actividad que presenten un proyecto de inversión y que el mismo sea promovido por el Poder Ejecutivo, tendrán la posibilidad de acceder a beneficios adicionales. Estos estímulos están contemplados en la nueva reglamentación del régimen de promoción de inversiones (Decreto N° 455/007) y los Criterios Generales de Funcionamiento definidos por la Comisión de Aplicación (COMAP).

Los beneficios a los cuales podrán acogerse las empresas cuyas inversiones sean promovidas por el Poder Ejecutivo son los siguientes:

- ❖ Impuesto al Patrimonio
- ❖ Tasas o tributos a la importación
- ❖ Impuesto al Valor Agregado (IVA)
- ❖ Honorarios y salarios en desarrollos tecnológicos de áreas prioritarias
- ❖ Impuesto a las Rentas de las Actividades Económicas (IRAE).
(Instituto de Inversiones y Exportaciones de Bienes y Servicios de Uruguay)

4.4.10. Defensa Comercial

Las medidas de salvaguardia son aplicadas por los países cuando existe un incremento de importaciones de un determinado producto y que estén causando daño al productor nacional. Los países miembros podrán optar por la aplicación de estas medidas cuando exista un incremento de las importaciones que haya causado un daño grave. Según la Organización Mundial de Comercio, los países en desarrollo reciben un trato especial y diferenciado en relación a los demás miembros en lo que se refiere a la aplicación de medidas en dos aspectos.

- ✓ La duración permitida de las prórrogas en donde los países miembros en desarrollo podrán extender una medida por un período de dos años más del normalmente permitido

- ✓ La aplicación de una nueva medida de salvaguardia a un producto que haya estado ya sujeto a una medida de esa índole (Organización Mundial de Comercio)

Existen dos tipos de medidas salvaguardias según el tiempo de duración:

Salvaguardia Definitiva: En el caso de ser adoptada esta medida por un determinado país, ésta será por un período de cuatro años, el mismo que bajo previa investigación podrá ser extendido según el tipo de daño que la importación de un producto haya causado a la producción nacional. El período de aplicación inicial y toda prórroga del mismo no podrán en general exceder de ocho años, excepto los países en desarrollo que por recibir un trato especial podrán extender una medida salvaguardia por un plazo total de diez años.

Salvaguardia Provisional: Según la Organización Mundial de Comercio esta medida podrá ser aplicada en caso de la existencia de pruebas de que el aumento de las importaciones ha causado o amenaza causar un daño grave, el que no podrá extenderse por más de un período de doscientos días. (Organización Mundial de Comercio)

4.4.10.1. Régimen Tributario No aduanero dentro Uruguay

Según la Asociación Latinoamericana de Integración las empresas o productores independientes deben cancelar al estado ciertos tributos no aduaneros los mismos que se detallan a continuación:

Impuesto a la Enajenación de Bienes Agropecuarios (IMEBA)

Éste es un impuesto que deben pagar los productores sobre ciertos bienes agropecuarios sobre el precio de venta de los bienes gravados por el impuesto que son los siguientes: lanas y cueros ovinos y bovinos; ganado ovino, bovino; cereales oleaginosos; leche; productos derivados de la apicultura, avicultura y cunicultura; productos de origen hortícola, frutícola y citrícola; productos forestales; entre otros.

Los gravámenes oscilan entre 0,10 % y 2,50 %, con la excepción de los productos forestales que actualmente están gravados con tasa 0 %.

Impuesto al Valor Agregado (IVA)

Es un impuesto que se grava a la venta de bienes tanto nacionales como importados, la tasa que se debe cancelar varía entre el 10% aplicable a alimentos básicos y medicamentos, y el 22% para productos en general. Existen ciertos productos que están exonerados de tributos como son: derivados del petróleo excepto fueloil y gasoil, la leche con ciertas características, periódicos, revistas y diarios, etc., el petróleo crudo y los vehículos de transporte colectivo de personas.

Impuesto Específico Interno (IMESI)

Es un impuesto que se grava a bienes específicos, las tasas varían según el tipo de producto que oscila entre el 5% y el 85%. Los principales bienes sujetos a este impuesto son las bebidas alcohólicas, cervezas, vermouth, ciertos vinos, champagnes, bebidas sin alcohol, productos cosméticos y de perfumería, tabacos, energía eléctrica, vehículos automotores, lubricantes y grasas, combustibles, entre otros. (Asociación Latinoamericana de Integración)

4.4.10.2. Otros temas de interés comercial

Propiedad Industrial

La intensificación del comercio a escala mundial ha servido para que se produzca un incremento de los actores que participan en el mercado global, surgiendo la necesidad de crear un ente regulador y protector de todas aquellas creaciones e invenciones humanas que contribuyan a un mayor desarrollo económico como es la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

Según el organismo mencionado anteriormente la Propiedad Intelectual como tal “tiene que ver con las creaciones de la mente: las invenciones, las obras literarias y artísticas, los símbolos, los nombres, las imágenes y los dibujos y modelos utilizados en el comercio.” (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual)

La Propiedad Intelectual se divide en dos campos que son:

- ✓ Derechos de Autor
- ✓ Propiedad Industrial

Siendo esta última la de mayor interés debido a que es aquella que protege a todos los símbolos distintivos conocidos como “marcas” y a la innovación, la invención y la creación de tecnología conocidos como “patentes”.

- **Marcas**

Las marcas tienen como finalidad ayudar a los consumidores a identificar y comprar un producto o servicio sea esta por su calidad o característica garantizando una competencia leal. Las marcas pueden consistir en palabras, símbolos, cifras, dibujos que identifiquen o distingan a un determinado bien o servicio. (Organización Mundial de Comercio)

Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual para realizar el registro de una marca se debe:

- ✓ Presentar una solicitud de registro de marca en la oficina de marcas nacional o regional apropiada siendo en Uruguay la Dirección Nacional de la Propiedad Intelectual (DNPI) y en el Ecuador el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), la misma que debe contener una reproducción clara del signo que desea inscribirse, incluyendo los colores, las formas o los rasgos tridimensionales.
- ✓ La solicitud debe contener una lista de los bienes o servicios a quienes se aplicará el signo, el mismo que debe satisfacer ciertas condiciones para poder ser protegido como marca registrada.
- ✓ La marca debe ser clara para no causar confusión a los consumidores y puedan identificarlo con facilidad por alguna característica en particular, así como distinguirlo de otras marcas que identifican a otros productos.
- ✓ Los derechos que se solicitan no pueden ser los mismos, o similares, que los derechos que hayan sido concedidos a otro titular de una marca. Esto puede determinarse mediante la investigación y examen por parte de la oficina nacional o mediante la oposición de terceros que reivindican derechos similares o idénticos. (Asociación Mundial de la Propiedad Intelectual)

- **Patentes**

Las patentes tienen por objeto proteger toda invención y creación considerada como “nueva” es decir que no haya sido antes conocida, fomentando de tal manera el desarrollo y la investigación. La persona que posee una patente tiene la potestad de vender o autorizar el uso de su patente durante el tiempo que está protegida la misma, una vez cumplido el plazo de protección de la patente esta pasará a dominio público. (Organización Mundial de Comercio)

Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual para conceder una patente se debe:

- ✓ Presentar una solicitud de patente concedidas por una oficina nacional de patentes o por una Oficina regional. La solicitud de patente contiene, por lo general, el título de la invención, así como una indicación sobre su ámbito técnico; debe incluir los antecedentes y una descripción de la invención, en un lenguaje claro y con los detalles suficientes para que una persona con un conocimiento medio del ámbito en cuestión pueda utilizar o reproducir la invención. Estas descripciones están acompañadas, generalmente, por materiales visuales como dibujos, planos o diagramas que contribuyen a describir más adecuadamente la invención. La solicitud contiene asimismo varias "reivindicaciones", es decir, información que determina el alcance de protección que concede la patente. (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual)

4.4.11. Requisitos Específicos para productos ecuatorianos

Según la Federación Ecuatoriana de Exportadores, existen algunos requisitos que los ciertos productos ecuatorianos deben cumplir antes de que puedan ser comercializados a nivel internacional.

Las empresas o personas naturales que deseen exportar sus productos en el ámbito internacional deberán obtener los siguientes certificados:

Certificados Sanitarios

- a) Certificado Sanitario para las exportaciones de productos pesqueros en estado fresco y para frutas y hortalizas frescas, a la Unión Europea otorga el Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez.
- b) Certificados fitosanitarios para exportar productos agrícolas en cualquiera de sus formas, se extiende a través del Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria SESA-Ministerio de Agricultura y Ganadería.
- c) Certificado Zoosanitario para la exportación de animales, productos y subproductos de origen animal, otorga el Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria -SESA-MAGAP.
- d) Certificado Ictiosanitario para productos del mar y sus derivados, lo confiere el Instituto Nacional de Pesca -INP.

Certificados de Origen

- a) Para café en grano y soluble y para cacao y subproductos emite el MIC.
- b) Para los productos acogidos a los beneficios del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) y la Preferencia Comercial Andina (ATPDEA) extiende el Ministerio de Industrias y Productividad.
- c) Para los países de ALADI y Grupo Andino, expide por delegación del MIC, las Cámaras de Industriales, Comercio, Pequeña Industria y FEDEXPOR.

Certificados de Calidad

- a) Para productos del mar y derivados, confiere el Instituto Nacional de Pesca.
- b) Para conservas alimenticias otorga el INEN.
- c) Para banano, café y cacao en grano, emiten los programas nacionales correspondientes. (Federación Ecuatoriana de Exportadores)

4.4.12. Servicios Logísticos

Según el Instituto de Promoción de Inversiones y Exportaciones de Uruguay, este país cuenta con algunos medios de acceso al mismo como los mencionados a continuación:

Transporte por carretera

Uruguay posee cuarenta y cinco km de carreteras pavimentadas por cada 1000km² de superficie, el transporte internacional de carga no tiene restricciones a través de los diferentes puntos de frontera de Uruguay con Argentina y Brasil, y a través de éstos con el resto del continente.

Transporte Fluvial y Marítimo

Uruguay cuenta con un puerto principal, el mismo que se encuentra en la capital de este país, Montevideo, el cual es el único puerto libre dentro de América del Sur. Este puerto recibe y envía mercancías al mundo entero.

Existe otra vía de acceso marítimo como es el puerto de Nueva Palmira, ubicado en un punto estratégico de la Hidrovía Paraguay-Paraná, el cual se une con el Río de la Plata y a través de ésta, al Océano Atlántico.

Transporte aéreo

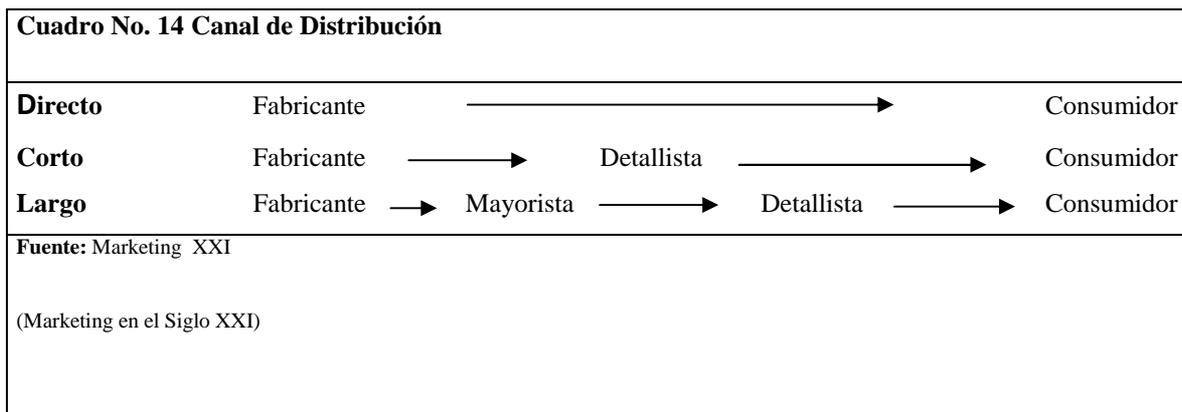
El principal aeropuerto de Uruguay conocido como “Aeropuerto Internacional de Carrasco” se encuentra entre las principales ciudades de este país, Montevideo y Punta del Este. El aeropuerto de Carrasco por estar ubicado en una zona turística, recibe tanto a pasajeros como a carga enviada por diferentes países. Existen doce compañías aéreas que tienen como destino este país, las que a más de ser un medio de transporte para pasajeros también lo son para mercancías.

4.4.13. Canales de distribución (mayoristas, minoristas, supermercados)

Según Marketing del siglo XXI tercera edición, los canales de distribución son las etapas que un producto debe atravesar desde la persona que elaboró el bien hasta el consumidor final y según el tiempo de recorrido tomará diferentes denominaciones

como por ejemplo canal de distribución directo, corto, largo; es por esta razón que el canal de distribución es un proceso activo en donde existen tres actores básicos que son:

- ✓ Fabricante
- ✓ Intermediario
- ✓ Consumidor



Se considera como “mayorista” a la persona o empresa que se ha puesto en contacto de manera directa con el fabricante de un bien o servicio determinado para distribuirlos. Dentro de Uruguay existen algunos mayoristas de productos de consumo masivo como los detallados a continuación: (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación)

Cuadro No. 15 Mayoristas	
Nombre:	Naturezas - Alimentos Vegetales
Dirección:	Parque Tecnológico Industrial del Cerro - Haiti 1500
Teléfono:	(598-2) 312 75 83
Fax:	(598-2) 312 75 83
País:	Uruguay, Montevideo
Nombre:	La Maragata
Dirección:	Ruta 1 Km 100.500
Teléfono:	(0349) 2020
Fax:	(0349) 2020
País:	Uruguay, San José , Ecilda Paullier
Nombre:	Lacto
Dirección:	Ruta 1 Km. 57.500
Teléfono:	(0345) 9892 - Cel: (099) 639 479
Fax:	(0345) 9892
País:	Uruguay, San José , Libertad
Nombre:	F. Pache S.A.
Dirección:	Ruta101 Km. 24.200
Teléfono:	(598-2) 683 87 14
Fax:	(598-2) 683 87 14
País:	Uruguay, Canelones
Fuente: Guía Industrial de Uruguay	
(Guía Industrial de Uruguay)	

Los minoristas son las personas o empresas que comercializan un producto o servicio al consumidor final. En Uruguay existen algunos minoristas de diferentes productos como los mencionados a continuación: (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación)

Cuadro No. 16 Minoristas	
Nombre:	Boranra - Bordados Industriales
Dirección:	Amézaga 2169
Teléfono:	209 44 58 - 099 699 873
Fax:	209 44 58
País:	Uruguay, Montevideo
Nombre:	Yosi S.A.
Dirección:	Oncativo 2546
Teléfono:	5221704/05
Fax:	5221704
País:	Uruguay, Montevideo
Nombre:	Química Oriental S.A.
Dirección:	Av. General Flores 4314
Teléfono:	(598-2) 2150627* - 2150278 - 2150941
Fax:	598-2) 2153334
País:	Uruguay, Montevideo
Fuente: Guía Industrial de Uruguay	
(Guía Industrial de Uruguay)	

Los supermercados son empresas independientes que pueden estar conformadas por una o más tiendas tanto a nivel nacional como local, los mismos que son abastecidos por proveedores y en algunas ocasiones distribuyen sus productos a tiendas de menor tamaño. (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación)

Cuadro No. 17 Supermercados	
Nombre:	Supermercado Cofa´s
Dirección:	Acevedo Díaz 1663 esq. Colonia
Teléfono:	(598-2) 4096421
Sitio Web:	www.cofas.com.uy
País:	Uruguay, Montevideo
Nombre:	Supermercados Multiahorro
Dirección:	Igua 4498
Teléfono:	(598-2) 5222844/ 5223511
Sitio Web:	www.multiahorro.com
País:	Uruguay, Montevideo
Nombre:	Supermercados Ta-Ta
Dirección:	Avda. Garzón 1952
Teléfono:	(598-2) 5089600
Sitio Web:	www.tata.com.uy
País	Uruguay, Montevideo
Nombre:	Supermercado Tienda Inglesa
Dirección:	Luis Alberto de Herrera 1290
Teléfono:	(598-2) 6221111
Sitio Web:	www.tinglesa.com.uy
País	Uruguay, Montevideo
Fuente: Supermercados de Uruguay	
(Supermercados de Uruguay)	

CAPÍTULO 5: OPORTUNIDADES COMERCIALES

5.1. Productos con potencial

Son denominados productos potenciales a todos aquellos que presentan un nivel de aceptación alto dentro de un determinado mercado.

Los datos que se presentan a continuación han sido tomados de la fuente de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI). En el cuadro siguiente se muestran algunos de los productos ecuatorianos que pueden ser altamente apetecidos dentro del mercado uruguayo, como por ejemplo el capítulo 30 que son los productos farmacéuticos, presentan un potencial muy alto con un porcentaje de 95,2, seguido por el cacao y sus preparaciones presenta un potencial muy alto con el 94,67, de igual manera los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos con un porcentaje de 91,47.

Los productos con alto potencial representan para el exportador ecuatoriano una nueva oportunidad para poder introducir sus productos en el mercado uruguayo, contando con aspectos positivos como son la estabilidad económica y política, un país poco poblado entre otras ventajas que generan muchas expectativas en el ámbito comercial por parte de estos dos países.

Tabla No. 11 Productos con Potencial			
Capítulo	Descripción de la Partida	Cualificador	Índice
30	Productos farmacéuticos	Potencial muy alto	95,2
18	Cacao y sus preparaciones	Potencial muy alto	94,67
63	Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos	Potencial muy alto	91,47
48	Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón	Potencial muy alto	91,45
20	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas	Potencial alto	89,92
20	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas	Potencial alto	89,62
48	Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón	Potencial alto	89,23
52	Algodón	Potencial alto	88,89
52	Algodón	Potencial alto	88,42
15	Grasas y aceites animales o vegetales, productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal	Potencial alto	87,79
48	Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón	Potencial alto	87,5
64	Calzado, polainas y artículos análogos, partes de estos artículos	Potencial alto	86,92
58	Tejidos especiales; superficies textiles con mechón insertado; encajes; tapicería; pasamanería; bordados	Potencial alto	86,61
52	Algodón	Potencial alto	86,55
63	Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos	Potencial alto	86,51
55	Fibras sintéticas o artificiales discontinúas	Potencial alto	86,46
55	Fibras sintéticas o artificiales discontinúas	Potencial alto	86
90	Instrumentos y aparatos de óptica, fotográfica o cinematográfica, de medida, control o precisión, instrumentos y aparatos medico quirúrgicos, partes y accesorios de estos aparatos	Potencial alto	85,94
59	Telas impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas; artículos técnicos de materia textil	Potencial alto	85,38
73	Manufacturas de fundición, hierro o acero	Potencial alto	85,27
Fuente: Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones)			
Elaboración: CORPEI- CICO			

5.2. Hábitos y tendencias de consumo

Al hablar acerca de este tema es preciso comenzar definiendo el término consumidor, se denomina así a toda persona que utiliza un producto o servicio con la finalidad de satisfacer una necesidad, es por ello que las empresas de la actualidad estudian los diferentes comportamientos de las personas para poder ofrecer un producto que sobrepasen sus expectativas. Existen algunos factores que influyen en el comportamiento del consumidor como por ejemplo: (Revista Gestipolis)

- Culturales
 - ✓ Cultura
 - ✓ Subcultura
 - ✓ Clases sociales

- Sociales
 - ✓ Grupos de Referencia
 - ✓ Familia
 - ✓ Roles Sociales

- Personales
 - ✓ Edad
 - ✓ Personalidad
 - ✓ Estilo de Vida

- Psicológicos
 - ✓ Motivación
 - ✓ Creencias
 - ✓ Percepción

Según la Revista Gestipolis, el consumidor uruguayo actual es muy diferente a lo que era en épocas pasadas, debido a que se han visto influenciados por distintos factores dentro del mercado. Éste se caracteriza por ser cada vez más exigente e innovador, pero a su vez está más consciente de cuáles son sus derechos como tal, es por ello que el Gobierno del Uruguay junto con el Ministerio de Economía y

Finanzas han creado una área destinada a la protección de los derechos de los consumidores, a través de un nuevo concepto entre la empresa y el cliente, en donde uno de sus compromisos como empresa es que el marketing utilizado sea cada vez más honesto y transparente, por tanto si una empresa hace publicidad de un determinado producto, ésta se compromete a cumplir lo que ofrece más allá de lo que digan sus etiquetas y reglamentos.

Hoy en día la globalización ha puesto nuevos retos a las empresas, las cuales tienen que enfrentar los cambios en los hábitos y tendencias de los consumidores para de esta manera siempre exceder sus expectativas debido a que éstos cada vez se encuentran mejor informados. En la actualidad de manera constante se crean nuevos productos que se diferencian de su competencia por una mínima diferencia, pero son los consumidores los que tienen la capacidad elegir cuales son los que mejor se adaptan a sus necesidades.

Los hábitos de consumo dentro de este país son muy difíciles de determinar, debido a que éstos dependen de distintos factores, como por ejemplo el nivel de ingreso de la población ya que su poder adquisitivo influenciará en la tendencia de consumo de un determinado producto.

En Uruguay y el mundo entero existe una fuerte tendencia hacia los estilos de vida más saludables, por tanto el consumidor actual se caracteriza por adquirir productos naturales de origen vegetal como son las legumbres, las frutas, etc., que son alimentos bajos en calorías, pero son ricos en proteínas. “Según el Roper Report 2008, la tendencia mundial demuestra que hay un marcado enfoque hacia una “Conciencia ecológica y al cuidado de la naturaleza”. En el año 2007, el mercado global de productos saludables y sustentables superó los \$200 mil millones y para el año 2015 la tendencia indica que este número se cuadruplicaría a unos \$800 mil millones.” (Diario Hoy)

5.3. Nuevos productos y necesidades del consumidor Uruguayo

En los últimos años en el mundo entero ha existido una mayor conciencia acerca de los recursos naturales, según Nora Lado uruguaya experta en los nuevos desafíos y tendencias que tiene el Marketing, comenta que hoy en día los consumidores se

encuentran más informados, conocen más acerca de los productos que van a adquirir siendo la tendencia actual la de consumir alimentos más saludables y que tengan el menor impacto medioambiental, a esta nueva tendencia hacia el consumo de productos o servicios extraídos, procesados y comercializados siguiendo patrones que evitan o reducen impactos negativos sobre el ambiente y las personas, se conoce con el nombre de “consumidores verdes”. Muchas empresas han cambiado su manera de proceder por el interés de las personas en temas más ecológicos, razón por la cual éstas han emprendido campañas para el uso de productos beneficiosos para la salud, campañas de reciclaje, etc., manteniendo un equilibrio social, económico, ambiental, cultural que dé mayores aportes al desarrollo sostenible de las empresas, siendo ésta la meta de todas las organizaciones debido a que es una de las exigencias y preocupaciones del consumidor actual. (Consumidor Verde)

Hoy en día las personas se caracterizan por consumir en mayor medida productos diferentes a los productos convencionales, la elección de éstos productos están basados en el cuidado del medio ambiente y la salud de los mismos, es por esta razón que el consumo de estos productos tienen un perfil socioeconómico medio alto a alto y la demanda de los mismos a nivel mundial ha incrementado año tras año en mayor medida en países desarrollados que en países en vías de desarrollo.

Según el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de Uruguay la agricultura ecológica es una nueva tendencia en los países en vías de desarrollo en donde se busca que los alimentos sean más sanos para todos los consumidores, así como que la producción de los mismos cause el menor impacto medioambiental. Hoy esta nueva forma de producción tiene cada vez mayor aceptación en los mercados mundiales y en los países como Uruguay ha tenido un fuerte impacto en las zonas rurales en donde los campesinos se han agrupado para tener una mayor producción y poder comerciar con países del primer mundo.

La tendencia hacia el consumo de productos orgánicos es una realidad tanto en países primer mundistas como en los países en vías de desarrollo, tal es el caso de Uruguay que desde los años ochenta comenzó la producción de productos orgánicos interesados en el alto potencial de los mismos para acceder a mercados internacionales. Es por ello que a partir del surgimiento de esta nueva tendencia dentro de este país se conformaron movimientos de agricultura orgánica apoyadas

por empresas no gubernamentales así como por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de este país. Según el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de Uruguay existen un total de 550 productores orgánicos dedicados a la exportación y alrededor de 150 dedicados a abastecer al mercado interno. Según esta fuente, existen, algunos canales de comercialización de los productos orgánico un 59% se vende en supermercados, 25 % en canastas de venta directa, 9 % en ferias, y 7 % en ferias especializadas.

Uruguay cuenta con una larga trayectoria en la producción de productos orgánicos para satisfacer la creciente demanda de los mismos en el mundo entero, por esta razón este país se ha preocupado por crear entidades especializadas encargadas de otorgar etiquetas y aplicar ciertas normas y reglas que garanticen que determinado producto cumple con la calidad y el proceso adecuado para ser considerado como “orgánico”, debido a que al acceder a mercados internacionales necesitan contar con una determinada certificación de tal manera que puedan ser comercializados como tales. (Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca de Uruguay)

CAPÍTULO 6: INFORMACIÓN ÚTIL

6.1. Idioma

Uruguay es un país en donde gran parte de su población es hispano parlante; es por esta razón que el español es considerado su idioma oficial; existen otros idiomas dentro de este país como lo es el portunol o el brasilero el cual según datos proporcionados por la Agencia Central de Inteligencia de los Estados Unidos es una mezcla entre portugués y el español, idioma utilizado en su parte noreste que limita con el Brasil.

6.2. Religión

Como la gran mayoría de países sudamericanos; Uruguay es un país en donde existe respeto y tolerancia hacia las diferentes formas de pensar de su gente. Según datos proporcionados por la Agencia Central de Inteligencia de los Estados Unidos la religión católica es predominante dentro de este país constituyendo el 47,1% de su población. De igual manera, en este país existen personas no creyentes, así como un porcentaje menor de personas que practican otras religiones. Es importante mencionar que la religión dentro de Uruguay no es un impedimento, ni un tema transcendental para quien visita este país o lo que es aún más importante para quien busca realizar negocios debido a que existe plena libertad de cultos.

6.3. Husos horarios y días festivos

Uruguay se encuentra entre los paralelos 30° y 35° de latitud Sur y los meridianos 53° y 58° de longitud Oeste, comparado con nuestro país que se encuentra entre los paralelos 0° y 14° de latitud Sur y los meridianos 78° y 3° de longitud Oeste. Por lo tanto este país se encuentra a dos horas de diferencia del Ecuador, mientras en nuestro país son las 4 pm en Uruguay serán las 6 pm. (Husos Horarios del Mundo)

Uruguay está compuesta por 19 departamentos entre los cuales se encuentra Artigas, Rivera, Salto, Paysandú, Río Negro, Colonia, Maldonado entre otros, este último

caracterizado por poseer una de las playas más visitadas de América como lo es Punta del Este.

Es importante mencionar que este país posee un calendario con sus principales días festivos, el cual ha sido proporcionado por el Ministerio de Turismo y Deporte del Uruguay, el mismo que se encuentra a continuación:

Días Festivos Año 2010	
Año Nuevo	Viernes 1 Enero
Carnaval	Lunes 15 de Febrero
Día Festivo	Martes 30 de Marzo
Miércoles santo	Miércoles 31 Marzo
Jueves Santo	Jueves 1 Abril
Viernes Santo	Viernes 2 Abril
Día de la Tierra	Jueves 22 Abril
Día del Trabajo	Sábado 1 Mayo
Fiesta de las Madres	Domingo 9 Mayo
Elecciones municipales	Domingo 9 Mayo
Batalla de Las Piedras	Lunes 17 Mayo
Aniversario de José Artigas	Sábado 19 Junio
Proclamación de la primera Constitución	Domingo 18 Julio
Día de la Independencia	Miércoles 25 Agosto
Día de la hispanidad	Lunes 11 Octubre
Día Internacional para la Erradicación de la Pobreza	Domingo 17 Octubre
Todos los Santos - (inicio)	Viernes 22 Octubre
Fiesta de las Naciones Unidas	Domingo 24 Octubre
Todos los Santos - (final)	Lunes 1 Noviembre
Día de los difuntos	Martes 2 Noviembre
Día Universal del Niño	Sábado 20 Noviembre
Día mundial del SIDA	Miércoles 1 Diciembre
Día de los Derechos Humanos	Viernes 10 Diciembre
Día de Navidad	Sábado 25 Diciembre
Fuente: Días Festivos en el mundo	
(Días Festivos del Mundo)	

6.4. Comunicaciones

Según datos proporcionados por la Agencia Central de Inteligencia de los Estados Unidos, este país se encuentra altamente digitalizado en lo que a sistema

telefónico se refiere; Uruguay cuenta con muchas de las facilidades modernas como son los teléfonos celulares, estaciones satélites, estaciones de radio y televisión que en su mayoría están concentradas en su capital, Montevideo. Este país cuenta con un sistema de cableado interoceánico que permite la comunicación directa con sus países vecinos como lo son Brasil y Argentina.

Telefonía	959.300 millones (2008)
Telefonía Móvil	3.508 millones (2008)
Código de Área	598
Usuarios de Internet	498.232 millones (2009)
Fuente: The World Factbook (Agencia Central de Inteligencia de los Estados Unidos)	

6.5. Hoteles en las principales ciudades del país

Montevideo

Montevideo conocida por su importancia financiera y comercial dentro de este país, presenta una amplia variedad de espacios públicos, museos, sus tan apreciadas galerías en donde artistas del mundo entero exhiben su arte. En esta ciudad también se encuentra el famoso “Estadio Centenario”, el mismo que es muy conocido por fanáticos de este deporte. Según el Ministerio de Turismo y Deportes de Uruguay en Montevideo se encuentra el Castillo Pitamiglio, el Palacio Legislativo, la Estación de Trenes, el Hotel Carrasco y el Parque Hotel, entre otros. A continuación se detallan algunos lugares de alojamiento dentro de esta ciudad.

Hoteles en Montevideo			
Nombre	Dirección	Teléfonos	Contacto
Armon Suites Hotel	21 de Septiembre 2885	(598) 7124120 -7124118	gerencia@armonsuites.com.uy
Belmont House	Av. Rivera 6512	(598) 6060312- 099181907	victoria@belmonthouse.com.uy
Sheraton Montevideo	Victor Soliño 349	(598) 7102121	business.montevideo@sheraton.com
Regency Suite Hotel	Gabriel Otero 6428	(598) 6001383	regency@adinet.com.uy
Fuente: Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay (Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay)			

Colonia del Sacramento

Colonia es uno de los 19 departamentos de este país, según el Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay esta ciudad fue nombrada en 1995 por la UNESCO Patrimonio Cultural de la Humanidad, Sacramento es visitada cada año por millones de turistas del mundo entero por su atractivo histórico, sus playas son visitadas especialmente por turistas argentinos debido a que sus playas se encuentran a una hora del puerto de Buenos Aires. Existen algunos majestuosos hoteles nombrados a continuación: (Ministerio de Turismo y Deporte)

Hoteles en Colonia del Sacramento			
Nombre	Dirección	Teléfonos	Contacto
El Mirador Hotel & Spa	Roosevel 381	(598) 05222004	hmirador@adinet.com.uy
Radisson Colonia Hotey & Csino	Washington Barbot 283	(598) 05230460 095400717	pizutti@radissoncolonia.com
Days Inn Casa del Sol	Ruta 1 Km. 170.500	(598) 05226383	info@daysinncasadelsol.com
Fuente: Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay			
(Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay)			

Maldonado

En esta ciudad se encuentra el tan famoso balneario conocido como “Punta del Este”, centro de un sin número de entretenimientos para pequeños y grandes, como son sus espectáculos deportivos, musicales, casinos, sus hermosas playas de arena blanca que han hecho que este lugar se convierta en uno de los más importantes de Sudamérica. Según el Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay dentro de Maldonado también se encuentra otro atractivo turístico como lo es Piriápolis, en donde quienes gustan de la naturaleza pueden disfrutar y observar la belleza de Uruguay en todo su esplendor.

Hoteles en Maldonado			
Nombre	Dirección	Teléfonos	Contacto
Hotel Art & Spa Las Cumbres	Ruta12 Km 4 Laguna del Sauce	(598) 042578689 - 094731771	hotel@cumbres.com.uy
Rivendel Apart Hotel	Cerrito s/n C.AV. Artiguas-Piriapolis	(598) 04324726 - 094457945	rivendel@movinet.com.uy
Hotel Catedral Spa & Resort	Ruta Panorámica s/n	(598) 042578611	contable@bdsestudio.com
Fuente: Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay (Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay)			

6.6. Requisitos para entrada y salida de pasajeros

Entrada de carácter temporal a Uruguay

Según Infomigrante se considera como extranjero en carácter de temporario cuando, no teniendo el propósito de establecerse en el país en forma definitiva, su permanencia en él es menor de tres meses, estas personas deberán presentar a la autoridad consular uruguaya competente:

- Certificados expedidos por autoridad sanitaria competente del país de origen del extranjero, o del de residencia en su caso, que acrediten que el interesado no se encuentra comprendido por la prohibición del numeral 5 del artículo 11 de la ley N° 9.604 y artículo 4 de la ley N° 9.787, así como que ha sido vacunado contra la viruela y la difteria;
- Pasaporte debidamente autenticado por las autoridades competentes del país a que pertenezca su poseedor.

Además de los requisitos estrictamente exigidos, deberán presentar ante la autoridad consular uruguaya del lugar de su residencia:

- Certificado, permiso de ingreso o visación, otorgado por autoridad competente del país de destino, en que conste que el interesado se encuentra habilitado para su desembarco en ese país;
- Pasaje en el medio de transporte que utilizarán para viajar al país de destino o, en su defecto, declaración de la respectiva compañía o agencia local de transporte en la que se haga constar que el pasaje ha sido reservado

en o por el representante o agencia filiar correspondiente acreditado en el Uruguay. (Infomigrante)

Consejos sobre la seguridad (Taxis, en la calle...)

Según el sitio web de turismo de Uruguay, se puede decir que este país es muy pacífico en relación a otros países Sudamericanos en donde los índices de criminalidad han descendido en el presente año y que se pudo constatar en la primera Conferencia Especializada Interamericana sobre Seguridad Pública de la Organización de Estados Americanos realizada en la capital, pero lamentablemente al igual que algunos países del mundo no está exento de problemas de violencia.

Personas que desean realizar negocios en este país o quien tan solo deseen visitarlo siempre deben tomar ciertas precauciones para que su estadía sea placentera.

- Es importante mencionar que en los pasos a desnivel para tomar algunas rutas especialmente como Canelones, la ruta para Montevideo-Punta del Este, Colonia-Montevideo son peligrosas, por lo tanto se debe tomar todas las precauciones en este tipo de cruces.
- Al salir de su lugar de alojamiento, es recomendable únicamente llevar el dinero y documentos necesarios, debido a que en caso de ser asaltado no pierda todos sus objetos de valor.
- Un turista no debe exponerse a lugares que se consideren peligrosos, y en caso que no los fueran estar siempre alerta de sus objetos personales en el lugar que se visite.
- En caso de pérdida de dinero, documentos u otros objetos de valor se debe poner una denuncia en la policía del lugar donde se encuentra y solicitar una copia de la misma. Una vez hecho el reporte la persona debe dirigirse al Consulado de su país de origen para adquirir la documentación necesaria para regresar a su país.

6.7. Tipo de alimentación

Según el Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay la comida uruguaya es muy parecida a la argentina, caracterizadas por sus carnes, productos lácteos y sus

derivados, pero sin lugar a dudas lo que más lo identifica a este pequeño país es su tradicional platillo elaborado a base de carne de res, conocido como “parrillada uruguaya”; famoso en el mundo entero por su exquisito sabor, el mismo que no podría ser igual sin su tan apetecido acompañante “vino uruguayo”, elaborado a partir de la cepa Tannat que por su calidad y sabor ha logrado posicionarse a nivel mundial y llegar a ser uno de los productores más importantes de este producto.

6.8. Temas culturales

Según el Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay, este país al igual que muchos países del mundo ha formado parte de fuertes períodos de colonización, razón por la cual este país desde sus inicios ha sido heredero de una gran influencia europea, de donde provienen sus tradiciones culturales.

Dentro de la cultura Uruguaya existe una figura símbolo del folklore de este país conocido como “el gaucho”, el mismo que según su literatura, su música lo describen como una persona que se destaca por su valentía, a quien siempre lo acompaña su caballo para realizar sus labores de campo, en este país se celebran algunos festivales como el de “Minas y Abril”, la misma que es una fiesta que muestra el folklore uruguayo, caracterizado por sus danzas y su música, siempre acompañada por sus infaltables instrumentos musicales la guitarra y el acordeón que resaltan sus tradiciones.

El tango es una auténtica expresión cultural, que no lo es únicamente característico de este país, sino de toda esta región. Este baile también lo es practicado en Argentina, y es por su fuerte oleada migratoria que este ritmo es una mezcla de tradiciones culturales.

Otro de los elementos culturales de este país que no se podría dejar de nombrar es una tradicional bebida que se obtiene a partir de la “yerba de mate”, que para quienes residen en este lugar, constituye una bebida primordial para acompañar el su día.

CAPÍTULO 7: CONTACTOS Y FUENTES

7.1. Embajadas y Oficinas Comerciales CORPEI

Según el Ministerio de Relaciones Exteriores de Uruguay, las embajadas son entidades ubicadas en un país determinado, cuya finalidad es defender los intereses del estado al cual representan y establecer relaciones de cooperación y amistad entre ambos países, de tal manera que el comercio, la ciencia y la cultura sean beneficiosos para estos países. (Ministerio de Relaciones Exteriores de Uruguay)

En la capital del Ecuador, Quito, se encuentra ubicada la Embajada de Uruguay a la cual las personas interesadas en visitar este país sea por motivos de negocios, turismo, etc., podrán recurrir a ésta para realizar diversos trámites. Según el Ministerio de Relaciones Exteriores de Uruguay existen algunos países que se encuentran exentos de visa, siendo uno de ellos Ecuador, por tanto las personas ecuatorianas únicamente deberán presentar al momento del ingreso ciertos requisitos impuestos por migración de este país como los detallados a continuación:

- Certificados expedidos por autoridad sanitaria competente del país de origen del extranjero, o del de residencia en su caso que ha sido vacunado contra la viruela y la difteria
- Pasaporte debidamente autenticado por las autoridades competentes del país a que pertenezca su poseedor.

La información acerca de esta embajada en nuestro país se muestra a continuación:

- ✓ **Dirección:** 6 de Diciembre 2816 y Paul Rivet, Edif. Josueth González, Piso 9
- ✓ **Embajador de Uruguay en el Ecuador:** Sr. Gustavo Vanerio
- ✓ **Teléfono:** (593-2) 2563762 - 2544228
- ✓ **Fax:** (593-2) 2563763
- ✓ **Horario:** 9:00 a 15:00 hs
- ✓ **Correo Electrónico:** uruguay@embajadauruguay.com.ec

Dentro de Uruguay la Embajada Ecuatoriana se encuentra ubicada en Montevideo.

- ✓ **Dirección:** Pedro Berro 1217 y Pereira
- ✓ **Teléfono:** (598-2) 7076463/7076465
- ✓ **Fax:** (598-2) 7076466
- ✓ **Horario:** 9:00 a 17:00 hs
- ✓ **Correo Electrónico:** embajadaecuador@netgate.com.uy
- ✓ **Correo Electrónico:** consuladoecuador@netgate.com.uy

Dentro de Uruguay existen otras Embajadas a las que las personas acudirán dependiendo de su nacionalidad.

- Alemania
 - ✓ **Dirección:** La Cumparsita 1417/1435, Plaza Alemania
 - ✓ **Ciudad:** Montevideo
 - ✓ **Teléfono:** (598-2) 9025222
 - ✓ **Fax:** (598-2) 9023422
 - ✓ **Correo Electrónico:** info@deutschebotschaft-montevideo.info

- Argentina
 - ✓ **Dirección:** Cuareim 1470
 - ✓ **Ciudad:** Montevideo
 - ✓ **Teléfono:** (598-2) 9028166
 - ✓ **Fax:** (598-2) 9028172
 - ✓ **Correo electrónico:** eurug@mrecic.gov.ar/emargrou@adinet.com.uy

- Estados Unidos
 - ✓ **Dirección:** Lauro Muller 1776
 - ✓ **Ciudad:** Montevideo
 - ✓ **Teléfono:** (598-2) 4087777
 - ✓ **Fax:** (598-2) 4188611
 - ✓ **Correo electrónico:** webmastermvd@state.gov

- Brasil
 - ✓ **Dirección:** Boulevard Artigas, 1328

- ✓ **Ciudad:** Montevideo
- ✓ **Teléfono:** (598-2) 7072003/7072119/7072036
- ✓ **Fax:** (598-2) 7072086
- ✓ **Correo electrónico:** montevideu@brasemb.org.uy

- Canadá
- ✓ **Dirección:** Plaza Independencia 749, suite 102
- ✓ **Ciudad:** Montevideo
- ✓ **Teléfono:** (598-2) 9022030
- ✓ **Fax:** (598-2) 9022029
- ✓ **Correo electrónico:** mvdeo@international.gc.ca

- Chile
- ✓ **Dirección:** Calle 25 de Mayo N° 575
- ✓ **Ciudad:** Montevideo
- ✓ **Teléfono:** (598-2) 9164090/9164082
- ✓ **Fax:** (598-2) 9153804
- ✓ **Correo electrónico:** echileuy@netgate.com.uy

- China
- ✓ **Dirección:** Miraflores 1508
- ✓ **Ciudad:** Carrasco, Montevideo
- ✓ **Teléfono:** (598-2) 6001419/6016126
- ✓ **Fax:** (598-2) 6018508
- ✓ **Correo electrónico:**
embchina@adinet.com.uy/mbchinb@adinet.com.uy

- Colombia
- ✓ **Dirección:** Juncal 1305, Floor 18, Tupi Building, Office 1801
- ✓ **Ciudad:** Montevideo
- ✓ **Teléfono:** (598-2) 9161594
- ✓ **Fax:** (598-2) 9161594

- España
- ✓ **Dirección:** Calle Libertad, 2738
- ✓ **Ciudad:** Montevideo
- ✓ **Teléfono:** (598-2) 7086010
- ✓ **Fax:** (598-2) 7083291
- ✓ **Correo electrónico:** embespuy@correo.mae.es

La Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI) es un organismo dedicado a promover el comercio multilateral, es por ello que su objetivo principal es brindar apoyo al exportador ecuatoriano de sectores productivos del país a promocionar sus productos en el exterior para de esta manera proporcionar mayores ingresos e incrementar las relaciones comerciales entre el productor y socio comercial teniendo una visión global y clara del mercado al cual se pretende acceder. (Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones)

CORPEI cuenta con oficinas localizadas en las tres principales ciudades del Ecuador a las cuales el exportador ecuatoriano puede acceder para realizar cualquier consulta y asesoramiento antes de la comercialización de su producto en el exterior.

Guayaquil	Quito	Cuenca
Dirección: Av. De las Américas # 406, Centro de Convenciones Simón Bolívar PB. Piso 1 (Ex arribo internacional)	Dirección: Av. Amazonas # 4430, y Villalengua Edf. Amazonas Piso 8.	Dirección: Av. Federico Malo 1-90 y Av. 12 de Abril, Edificio Cámara de Comercio de Cuenca Primer Piso Alto.
Teléfono: (593-4) 228 7123	Teléfono: (593-2) 246 0606	Teléfono: (593-7) 284 3897 - 282 7390
Fax: (593-4) 229 2910	Fax: (593-2) 246 0605	
Fuente: Corporación de Exportaciones e Inversiones (CORPEI)		
(Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones)		

7.2. Instituciones ante las cuales se puede realizar trámites de importación, permisos de ingreso, registro de productos, etiquetas, etc.

Existen algunos organismos en donde tanto los importadores como exportadores deben acceder para realizar trámites de importación como lo es el Banco Central del Ecuador; entidad encargada de gestionar que todo importador cumpla con la declaración respectiva previo al embarque de la mercadería en el exterior. (Banco Central del Ecuador)

Quito	Guayaquil	Cuenca
Dirección: Av. 10 de Agosto N11-409 y Briceño	Dirección: Av. 9 de Octubre y Pichincha	Dirección: Calle Larga y Huayna Cápac
Teléfono: (593-2) 2490888	Teléfono: (593-4) 2566333	Teléfono: (593-7) 2831255
Sitio Web: www.bce.fin.ec		
Fuente: Banco Central del Ecuador		
(Banco Central del Ecuador)		

De igual manera las mercancías importadas requieren de licencias de importación bajo los términos de COMEXI, esta entidad tiene como finalidad establecer políticas de comercio exterior e inversiones tanto del sector público como privado para de esta manera lograr una mayor inserción en mercados internacionales. (Consejo de Comercio Exterior e Inversiones del Ecuador).

Quito	
Dirección:	Av. Eloy Alfaro y Amazonas
Teléfono:	(593-2) 2239258
Fax:	(593-2) 2543897
Correo Electrónico:	info@comexi.gov.ec
Fuente: Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI)	
(Consejo de Comercio Exterior e Inversiones del Ecuador)	

La Corporación Aduanera Ecuatoriana es un organismo indispensable para el proceso de importación y exportación de mercaderías, esta entidad se encargará de verificar que todas las personas naturales como jurídicas que ingresan mercancías al

país presenten la documentación necesaria para la Declaración Única Aduanera.
(Corporación Aduanera Ecuatoriana)

- Guayaquil

Gerencia General

- ✓ **Dirección:** Av. 25 de Julio Km 4, vía a puerto marítimo
- ✓ **Teléfono:** (593-4) 2480640/2500111
- ✓ **Fax:** (593-4) 2488894
- ✓ **Correo Electrónico:** helpdesk@aduana.gov.ec

- Quito

Gerencia Distrital

- ✓ **Dirección:** Pasaje Amazonas y Río Arajuno
- ✓ **Teléfonos:** (593-2) 2444010/2444015
- ✓ **Fax:** (593-2) 2444049/2448581

- Cuenca

- ✓ **Dirección:** Gil Ramírez Dávalos y Elia Liut (esquina)
- ✓ **Teléfono:** (593-7) 2897900

- Esmeraldas

Gerencia Distrital

- ✓ **Dirección:** Av. Jaime Roldós Aguilera, vía puerto marítimo
- ✓ **Teléfonos:** (593-6) 2721401/2725660
- ✓ **Fax:** (593-6) 2725660

AdapAustro S.A es una empresa privada ubicada en la ciudad de Cuenca dedicada a ofrecer al empresario ecuatoriano servicios aduaneros, para que de esta manera todo trámite relacionado al comercio exterior sea realizado de forma más ágil y segura.
(Aduana Privada del Austro)

Cuenca	Guayaquil
Dirección: Av. Octavio Chacón y Carlos Tosi	Dirección: Av. 25 de julio vía Puerto Marítimo
Telefax: (593-7) 2865863 / 2863905	Telefax: (593-4) 2502993
Teléfono Celular: 099484830	Correo Electrónico: adapagyq@ecua.net.ec
Fuente: Aduana privada del Austro	
(Aduana Privada del Austro)	

Según la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) todo importador ecuatoriano previo al embarque de la mercadería debe poseer pleno conocimiento acerca de los procedimientos que deben seguirse. Algunas mercancías requieren autorización previa en algunas entidades ecuatorianas como por ejemplo:

- **Ministerio de Salud Pública (MSP)**

Quito	
Dirección:	República del Salvador 950 entre Suecia y Naciones Unidas
Teléfono:	(593-2) 23814400
Fax:	(539-2) 23 814400
Sitio Web: www.msp.gov.ec	
Fuente: Ministerio de Salud Pública del Ecuador	
(Ministerio de Salud Pública del Ecuador)	

- **Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Ecuador (MAG)**

Quito	
Dirección:	Amazonas y Eloy Alfaro
Teléfono:	(593-2) 23960 1
Sitio Web: www.mag.gov.ec	
Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador	
(Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Ecuador)	

- **Instituto Nacional de Normalización (INEN)**

Quito	Guayaquil	Cuenca	Riobamba
Dirección: Baquerizo Moreno E8-29 y Diego de Almagro. Edificio Central INEN	Dirección: General Córdova 1012 y 9 de Octubre Edificio San Francisco 300 Ofic. No. 1, Piso 8	Dirección: González Suárez s/n entre Cumandá y Av. De las Américas	Dirección: Lavalle 2320 y Primera Constituyente Edif. Rivas Carvajal. Piso 2 Ofic. 201
Teléfonos: (593-2) 2501885/ 2501891	Teléfono: (593-4) 2313521	Teléfonos: (593 7) 2871685/ 2808630	Teléfonos: (593- 3) 2965226
Fax: (593- 2) 2567815			
Correo electrónico: baguilera@inen.gov.ec	Correo electrónico: inenguayas@inen.gov. ec	Correo electrónico: inencuenca@inen.go v.ec	Correo electrónico: inenriobamba@in en.gov.ec
Fuente: Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN)			
(Instituto Nacional de Normalización)			

- **Ministerio de Industrias y Productividad del Ecuador**

Quito	
Dirección:	Av. Eloy Alfaro y Av. Amazonas
Teléfono:	(593-2) 2546690
Fax:	(593-2) 2503818
Sitio Web: www.mic.gov.ec	
Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad	
(Ministerio de Industrias y Productividad)	

7.3. Empresas de transporte y logística

La Unión de Exportadores del Uruguay es una asociación gremial que conjuntamente con el gobierno local, las diferentes cámaras y el sector exportador de este país promueven el intercambio comercial entre los diferentes países. Es por esta razón

que brinda algunos servicios al exportador uruguayo siendo uno de estos la información acerca de la logística y transporte. (Unión de Exportadores de Uruguay)

Tipo de Transporte	Empresa	Teléfono	Sitio Web/Correo Electrónico
Agencia Marítima	Universal Shipping	(598-2) 9160303	www.unimar.com.uy usa@unimar.com.uy
Agencia Marítima	Chrostophersen	(598-2) 9160109	www.christophersen.com.uy chris@christophersen.com.uy
Agencia Marítima	Hamburgsud	(598-2) 9150050	www.hamburgsud.com hamburg@uy.hamburgsud.com
Agencia Marítima	MSC (Mediterranean Shipping)	(598-2) 7038888	www.mscuruguay.net distribution@mscuy.mscqva.com
Courier	Fedex	(598-2) 6280100	www.fedex.com mvdweb@emc.fedex.com
Servicios Marítimos	Tsakos	(598-2) 9248336	www.tsakosmonte.com.uy tsakos@tsakosmonte.com.uy
Transporte Terrestre	Carlos Patrón	(598-2) 3124324	www.carlospatron.com hpatron@carlospatron.com apatron@carlospatron.com
Transporte Terrestre	Tirapu	(598-2) 3238824	www.tirapu.com.uy tirapu@adinet.com.uy
Fuente: Unión de Exportadores de Uruguay			
(Unión de Exportadores de Uruguay)			

En el Ecuador de igual manera existen algunas empresas encargadas de facilitar el transporte de las mercancías desde y hacia el lugar de destino final. (Autoridad)

Tipo	Empresa	Teléfono	Sitio Web/Correo Electrónico
Agencia Marítima	Marglobal S.A	(593-4) 2451247 -2453739	info@marglobal.com
Agencia Marítima	Naviera del Sur S.A NAVISUR	(593-4) 2325437- 2326531	navisur@navisur.com.ec
Agencia Marítima	Grupo Transoceánica	(593-4) 2598060	www.transoceanica.com.ec
Transporte Terrestre	Citep	(593-4) 42488354	
Servicios Aduaneros	AdapAustro S.A.	(593-7) 2865863/(593-4) 2 502993	adapagyq@ecua.net.ec

Fuente: Autoridad Portuaria de Guayaquil
(Autoridad)

7.4. Directorio de Importadores, distribuidores, supermercados

Supermercados	
Nombre:	Supermercado Cofa´s
Dirección:	Acevedo Díaz 1663 esq. Colonia
Teléfono:	(598-2) 4096421
Sitio Web:	www.cofas.com.uy
País:	Uruguay, Montevideo
Nombre:	Supermercados Multiahorro
Dirección:	Igua 4498
Teléfono:	(598-2) 5222844/ 5223511
Sitio Web:	www.multiahorro.com
País:	Uruguay, Montevideo
Nombre:	Supermercados Ta-Ta
Dirección:	Avda. Garzón 1952
Teléfono:	(598-2) 5089600
Sitio Web:	www.tata.com.uy
País:	Uruguay, Montevideo
Nombre:	Supermercado Tienda Inglesa
Dirección:	Luis Alberto de Herrera 1290
Teléfono:	(598-2) 6221111
Sitio Web:	www.tinglesa.com.uy
País:	Uruguay, Montevideo
Fuente: Guía Industrial de Uruguay (Guía Industrial de Uruguay)	

Mayoristas	
Nombre:	Naturezas - Alimentos Vegetales
Dirección:	Parque Tecnológico Industrial del Cerro - Haiti 1500
Teléfono:	(598-2) 312 75 83
Fax:	(598-2) 312 75 83
País:	Uruguay, Montevideo
Nombre:	La Maragata
Dirección:	Ruta 1 Km 100.500
Teléfono:	(0349) 2020
Fax:	(0349) 2020
País:	Uruguay, San jose , EcildaPaullier
Nombre:	Lacto
Dirección:	Ruta 1 Km. 57.500
Teléfono:	(0345) 9892 - Cel: (099) 639 479
Fax:	(0345) 9892
País:	Uruguay, San José , Libertad
Nombre:	F. Pache S.A.
Dirección:	Ruta101 Km. 24.200
Teléfono:	(598-2) 683 87 14
Fax:	(598-2) 683 87 14
País:	Uruguay, Canelones
Fuente: Guía Industrial de Uruguay	
(Guía Industrial de Uruguay)	

7.5. Ferias y eventos locales

En coordinación con el Gobierno local y los distintos Ministerios de Uruguay se realizan ferias y eventos anualmente en las diferentes ciudades de este país, de tal manera que tanto sus productos como servicios puedan darse a conocer en el exterior y despierten el interés de nuevos inversionistas. (Portal Uruguayo de Congresos, ferias y Exposiciones).

Feria	Ciudad	Fecha	Contacto
Maderexpo 2010	Montevideo	19-22/08/2010	www.maderexpo.com
Punta Travel Show 2010	Punta del Este, Maldonado	21/01/2010 23/01/2010	contacto@zonaeventos.com
Fiexpo Latinoamérica 2010	Montevideo	23/06/2010 24/06/2010	contacto@zonaeventos.com
Fuente: Portal Uruguayo de Congresos, Ferias y Exposiciones			
(Portal Uruguayo de Congresos, ferias y Exposiciones)			

Eventos	Ciudad	Fecha	Contacto
IV Congreso Latinoamericano sobre Investigación Turística	Montevideo	22/9/2010 24/9/2010	info@investigacionturistica.com
IV Asamblea del Fondo Mundial para el Medio Ambiente	Punta del Este, Maldonado	20/5/2010 30/5/2010	grohr@congresos-rohr.com
44ª Asamblea anual de la Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN)	Punta del Este. Maldonado	7/11/2010 9/11/2010	grohr@congresos-rohr.com
Fuente: Portal Uruguayo de Congresos, Ferias y Exposiciones			
(Portal Uruguayo de Congresos, ferias y Exposiciones)			

7.6. Organismos de comercio exterior y de promoción de importaciones

La Federación de Exportadores (Fedexpor) es una entidad ecuatoriana constituida por personas naturales o jurídicas cuya finalidad es promover actividades de exportación de aquellos sectores productivos y altamente competitivos en mercados internacionales. (Federación de Exportadores del Ecuador)

Quito	Guayaquil	Cuenca	Manta
Dirección: Iñaquito 3537 y Juan Pablo Sanz	Dirección: Av. Miguel H. Alcivar Mz 506 Edif Torres del Norte Torre B piso 5 oficina 501	Dirección: Av. Florencia Astudillo y Alfonso Cordero. Edif. Cámara de Industriales de Cuenca, piso 12	Dirrección: Av 6 y Calle 7, Edif. Filanbanco, piso 4
Teléfonos: (593-2) 2252426/2256008	Teléfonos: (593-4) 2687 240	Teléfonos: (593-7) 2881363	Teléfono: (593-5) 2612786
Fax: (593-2)2440574		Fax: (593-7)2881363	
Correo Electrónico: fdxecua@uio.satnet.net	Correo Electrónico: fedexpor@gye.satnet.net	Correo Electrónico: dircuen@ecuador.fedexpor.com	Correo Electrónico: fdxmanta@aiaisat.com
Fuente: Federación de Exportadores del Ecuador			
(Federación de Exportadores del Ecuador)			

En Uruguay existen algunas entidades que promueven la exportación de productos a los diferentes países. Los cuales se muestran a continuación.

- **Instituto de Promoción de Inversiones y Exportaciones de Bienes y Servicios del Uruguay**

Este organismo es el encargado de promocionar los productos de este país al exterior, para que de esta manera las fronteras de este país se extiendan cada vez más y poder comerciar con países del mundo entero atrayendo a nuevos inversionistas que serán fuente de entrada de divisas para el país. (Instituto de Inversiones y Exportaciones de Bienes y Servicios de Uruguay)

Montevideo	
Dirección:	Rincón 518/528
Teléfono:	(598-2) 9153838 - (598-2) 9163059
Correo Electrónico:	direccion@uruguayxxi.gub.uy
Fuente: Uruguay XXI	
(Instituto de Inversiones y Exportaciones de Bienes y Servicios de Uruguay)	

- **Unión de Exportadores de Uruguay**

Montevideo	
Dirección:	Uruguay 917 piso 1
Teléfono:	(598-2) 9010105
Correo Electrónico:	info@uruguayexporta.com
Fuente: Unión de Exportadores de Uruguay	
(Unión de Exportadores de Uruguay)	

La Asociación Latinoamericana de Integración está conformada por doce estados miembros entre ellos Ecuador y Uruguay, los que podrán recurrir a esta entidad para realizar trámites tanto de exportación como de importación así como también podrá encontrar información acerca de una diversidad de temas relacionados al comercio exterior.

- **ALADI**

Montevideo	
Dirección:	Calle Cebollatí 1461, Barrio Palermo
Teléfono:	(598-2) 4101121
Casilla de Correo:	20.005
Fax:	(598-2) 419 06 49
Correo Electrónico:	sgaladi@aladi.org
Fuente: Asociación Latinoamericana de Integración	
(Asociación Latinoamericana de Integración)	

7.7. Organismos gubernamentales

- **Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración del Ecuador**

Esta entidad gubernamental es la encargada de planificar y tomar decisiones acerca de todos aquellos asuntos relacionados a las relaciones internacionales de nuestro país.

Quito	
Dirección:	Carrión E1-76 y Av. 10 de Agosto
Teléfono:	(593-2) 2993200
Correo Electrónico:	webmast@mrrree.gov.ec
Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Integración (Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Integración)	

- **Ministerio de Industrias y Productividad del Ecuador**

Quito	
Dirección:	Av. Eloy Alfaro y Av. Amazonas
Teléfono:	(593-2) 2546690
Fax:	(593-2) 2503818
Sitio Web: www.mic.gov.ec	
Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad (Ministerio de Industrias y Productividad)	

- **Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Ecuador**

Quito	
Dirección:	Av. Río Amazonas y Av. Eloy Alfaro
Teléfono:	(593-2) 3960100
Sitio Web:	www.magap.gov.ec
Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Ecuador	
(Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Ecuador)	

- **Ministerio de Economía y Finanzas de Uruguay**

Montevideo	
Dirección:	Colonia 1089 planta baja
Teléfono:	(598-1) 712 2910
Fax:	(598-1) 712 2919
Correo Electrónico:	atención.usuario@mef.gub.uy
Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas de Uruguay	
(Ministerio de Economía y Finanzas de Uruguay)	

- **Ministerio de Relaciones Exteriores de Uruguay**

Montevideo	
Dirección:	Palacio Santos: 18 de Julio 1205 Edificio Nuevo: Colonia 1206
Teléfono:	(598-2) 9021010
Sitio Web:	www.mrree.gub.uy
Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores de Uruguay	
(Ministerio de Relaciones Exteriores de Uruguay)	

7.8. Revistas especializadas

- **Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador**

- ✓ Dirección: La Pradera E7-174 y Av. Diego de Almagro
- ✓ País: Ecuador, Quito
- ✓ Teléfonos: (593-2) 3238888
- ✓ Fax: (593 2) 3237960
- ✓ Correo electrónico: flacso@flacso.org.ec

- **Revista Gestión**

- ✓ País: Ecuador, Quito
- ✓ Teléfonos: (593-2) 2545-209 / 2545-190
- ✓ Correo Electrónico: info@dinediciones.com
- ✓ Sitio Web: www.gestion.dinediciones.com

7.9 Otras direcciones o links de utilidad

- **Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)**

- ✓ Dirección: Vialdelle Terme di Caracalla
- ✓ País: Italia, Roma
- ✓ Teléfono: (0039) 0657051
- ✓ Fax: (+39) 06 570 53152
- ✓ Correo Electrónico: FAO-HQ@fao.org
- ✓ Sitio Web: www.fao.org

- **Organización Mundial de Comercio (OMC)**

- ✓ Dirección: Centro William Rappard, rue de Lausanne 154, CH-1211 Ginebra 21
- ✓ País: Suiza

- ✓ Teléfono: (0041-22) 7395111
- ✓ Fax: (0041-22) 7314206
- ✓ Correo Electrónico: enquiries@wto.org
- ✓ Sitio Web: www.wto.org

- **MERCOSUR**

- ✓ Dirección: Dr. Luis Piera 1992 Piso 1 - Edificio MERCOSUR C.P.

11.200

- ✓ País: Uruguay, Montevideo
- ✓ Teléfono: (598-2) 4129024
- ✓ Fax: (598-2) 4100958/4180557
- ✓ Sitio Web: www.mercosur.org.uy

- **Dirección de Programación Comercial de Uruguay**

- ✓ Dirección: Colonia 1206 1er Piso
- ✓ País: Uruguay, Montevideo
- ✓ Teléfono: (598-2) 9032872
- ✓ Fax: (598-2) 9032873
- ✓ Correo Electrónico: dipc41@mrree.gub.uy
- ✓ Sitio Web: www.dpc.mrree.gub.uy

Conclusión

El Ecuador gracias a la ardua labor del gobierno en coordinación con los diferentes ministerios y organismos competentes como la Corporación Ecuatoriana de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI); encargado de proporcionar al exportador ecuatoriano constante ayuda y capacitación sobre las diferentes oportunidades comerciales en diversos países forja a que las exportaciones lleguen hacia nuevos canales en donde los productores puedan ofertar sus productos.

Desde 1885 las relaciones bilaterales entre Ecuador y Uruguay han venido marcadas por un clima de buenas relaciones en donde cada vez son mayores para dinamizar las relaciones entre estos dos países. Tanto nuestro país como Uruguay al ser signatarios de diversos acuerdos tanto de alcance regional como parcial han buscado incrementar sus ingresos a través del intercambio bilateral, logrando de esta manera promocionar productos y servicios en el exterior atrayendo cada vez más a nuevos inversionistas gracias a la diversificación de sus productos exportables.

Actualmente la balanza bilateral entre Ecuador y Uruguay es altamente deficitaria para nuestro país, ya que si bien en los últimos años los bienes exportados hacia el Uruguay tienen una tendencia al crecimiento, pero estos no son significativos frente a la magnitud de las importaciones. Es importante mencionar que el número de productos que Ecuador exporta a Uruguay ha crecido, como consecuencia de la fase expansiva en la que se encuentra la economía uruguaya; pero en términos monetarios es difícil que alcancen valores similares a las importaciones que realiza el Ecuador, pues el mercado uruguayo está constituido por un cuarto de los consumidores que existen en nuestro país; por tanto la meta inicial debe ser lograr que la relación entre importaciones y exportaciones alcance una relación de cuatro a uno.

Nuestro país forma parte del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), debido a que integra el “Grupo de los setenta y siete” denominado así por ser un país en desarrollo, razón por la cual goza de preferencias arancelarias en determinados productos que van a ser exportados a países signatarios de este acuerdo, es por ello que el Ecuador muchas veces es vulnerable a tener momentos de menor capacidad de acción como lo demuestran por ejemplo el crecimiento considerable de las

importaciones en el año 2007 dentro de nuestra balanza comercial, pero en el 2008 las importaciones bajan considerablemente lo cual es beneficioso para nuestro país debido a que siempre se espera que las exportaciones sean mayores a las importaciones debido a que éstas generan ingresos económicos para el mismo.

Al haber elaborado el presente trabajo se ha podido constatar que Uruguay es un país en donde dentro de su política exterior priman las relaciones comerciales multilaterales y un área abierta al dialogo cuyo objetivo es llegar a mercados externos mediante la participación en bloques con ideologías similares como por ejemplo este país es parte de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), Mercosur entre otros organismos que promueven una mayor integración económica entre los países sudamericanos, es por ello que el mercado uruguayo se muestra como una zona con alto potencial por ser cada vez mayores las políticas para atraer a un mayor número de inversionistas que son las que fomentan el trabajo su gente y crean una imagen positiva de este país hacia zonas regionales e internacionales.

La estabilidad económica y política que tiene Uruguay determina que tenga una impresionante perspectiva de crecimiento económico y comercial, lo que sin duda atrae a inversionistas y socios estratégicos; ante este escenario Ecuador debe aprovechar las buenas relaciones políticas existentes e intentar mejorar el intercambio comercial bilateral ya que el mejoramiento económico de la población uruguaya ha modificado sus hábitos de gasto y consumo.

Bibliografía

Aduana Privada del Austro. Contactos. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 15:17 pm <<http://www.adapaustro.com/home.htm>>.

Agencia Central de Inteligencia de los Estados Unidos. Comunicaciones de Uruguay. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 10:52 am <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/uy.html>>.

—. The World Factbook. Lunes 29 de Junio de 2010 a las 15:05 pm <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/uy.html>>.

Asociación Latinoamericana de Integración. Acuerdo Regional de Apertura de Mercados a favor de Ecuador. Martes 29 de Junio de 2010 a las 11:43 am <<http://www.aladi.org/nsfaladi/textacdos.nsf/0f226c9002f6aebf03257491004226fe/bf0d48f646eb92f10325682400521605?OpenDocument>>.

—. Acuerdos de Alcance Parcial. Martes 29 de Junio de 2010 a las 11:35 am <<http://www.aladi.org/nsfaladi/textacdos.nsf/0f226c9002f6aebf03257491004226fe/045cf3f3b9548cd4032571c70054193c?OpenDocument>>.

—. Acuerdos de Complementación Económica. Martes 29 de Junio de 2010 a las 11:29 am <[http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/438f22281c05235303256848005ea465/4ff4be63200080220325722d004ec9c3/\\$FILE/22-05.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/438f22281c05235303256848005ea465/4ff4be63200080220325722d004ec9c3/$FILE/22-05.pdf)>.

—. Contactos. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 16:14 pm <<http://www.aladi.org/nsfaladi/arquitect.nsf/vsitioweb/CONTACTO>>.

—. Gestión Logística: envases y embalajes. Martes 29 de Junio de 2010 a las 16:17 pm <<http://www.aladi.org/nsfaladi/integracion.nsf/8f70fad97989e41a03256e600050e57d/74371b17c4eddc5803256e40004ead46?OpenDocument>>.

—. Información General de ALADI. Martes 29 de Junio de 2010 a las 10:36 am <http://www.aladi.org/nsfaladi/arquitect.nsf/VSITIOWEB/quienes_somos>.

—. Normas Técnicas y de calidad. Martes 29 de Junio de 2010 a las 15:58 pm
<<http://www.aladi.org/nsfaladi/guiasimportacion.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/0fd6d945e54c1ed4032574be00508856?OpenDocument>>.

—. Preferencia Arancelaria Regional. Martes 29 de Junio de 2010 a las 11:03 am
<<http://www.aladi.org/nsfaladi/guiasimportacion.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/683c29721f736cca032574860071faf9?OpenDocument>>.

—. Principales documentos exigidos para una transacción internacional. Martes 29 de Junio de 2010 a las 12:14 pm
<<http://www.aladi.org/nsfaladi/integracion.nsf/8f70fad97989e41a03256e600050e57d/2473c6808ddee91203256e5a00642369?OpenDocument&Click=>>>.

—. Régimen Tributario no aduanero dentro de Uruguay. Martes 29 de Junio de 2010 a las 16:42 pm
<<http://www.aladi.org/nsfaladi/guiasimportacion.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/b876262502fdd13d03257506006e0e6b?OpenDocument>>.

—. Reglamentaciones de carácter sanitario de Uruguay. Martes 29 de Junio de 2010 a las 15:46 pm
<<http://www.aladi.org/nsfaladi/guiasimportacion.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/c444231a38c5ec9f032574be0050d392?OpenDocument>>.

—. Reglamentaciones en materia de envasado y etiquetado. Martes 29 de Junio de 2010 las 16:10 pm
<<http://www.aladi.org/nsfaladi/guiasimportacion.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/d972378d8a136255032574be005258f0?OpenDocument>>.

Asociación Mundial de la Propiedad Intelectual. Acerca de las Marcas. Martes 29 de Junio de 2010 a las 17:05 pm
<http://www.wipo.int/trademarks/es/about_trademarks.html#how_to_register>.

Autoridad Portuaria de Guayaquil. Autoridad Portuaria de Guayaquil. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 15:42 pm <www.puertodeguayaquil.com>.

Banco Central del Ecuador. Balanza Comercial no petrolera Ecuador-Uruguay. Lunes 29 de Junio de 2010 a las 16:45 pm <http://sim.ecuadorexporta.org/cgi-bin/corpei2/comercio/balanza_resul.cgi>.

—. Balanza Comercial Petrolera Ecuador-Uruguay. Lunes 29 de Junio de 2010 a las 16:41 <http://sim.ecuadorexporta.org/cgi-bin/corpei2/comercio/balanza_resul.cgi>.

—. Contactos. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 15:00 pm <www.bce.fin.ec>.

—. Exportaciones Ecuatorianas a Uruguay. Lunes 29 de Junio de 2010 a las 17:35 pm <http://sim.ecuadorexporta.org/cgi-bin/corpei2/exportaciones/exporta1_resul.cgi>.

—. Exportaciones Ecuatorianas hacia Uruguay. Lunes 29 de Junio de 2010 a las 17:40 pm <http://sim.ecuadorexporta.org/cgi-bin/corpei2/exportaciones/exporta1_resul.cgi>.

—. Importaciones Ecuatorianas desde Uruguay. Lunes 29 de Junio de 2010 a las 17:20 pm <http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp>.

—. Nuevos productos ecuatorianos exportados a Uruguay. Lunes 29 de Junio de 2010 a las 18:10 pm <http://sim.ecuadorexporta.org/cgi-bin/corpei2/exportaciones/exporta1_resul.cgi>.

—. Número de partidas arancelarias exportadas por Ecuador hacia Uruguay. Lunes 29 de Junio de 2010 a las 17:29 pm <http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/seguridad/ComercioExteriorEst.jsp>.

—. Productos ecuatorianos exportados a Uruguay. Lunes 29 de Junio de 2010 a las 17:00 pm <http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/seguridad/ComercioExteriorEst.jsp>.

Banco Central del Uruguay. Cotizaciones Interbancarias. Miércoles 1 de Junio de 2010 a las 19:20 pm. <<http://www.bcu.gub.uy/autoriza/opinme/cotiz.htm>>.

Consejo de Comercio Exterior e Inversiones del Ecuador. Contactos. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 15:08 pm <<http://comexi.gov.ec/contactenos.shtml>>.

Consumidor Verde. Conceptos básicos acerca del consumidor verde. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 9:23 am <<http://consumidorverde.com/conceptos-basicos/conceptos-basicos>>.

Corporación Aduanera Ecuatoriana. Contactos. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 15:16 pm <<http://www.aduana.gov.ec/contenido/contactenos/guayaquil.html>>.

—. Definiciones sobre Comercio Exterior. Lunes 28 de Junio de 2010 a las 16:21 <<http://www.aduana.gov.ec/contenido/procImportar.html>>.

—. Procedimientos para exportar desde Ecuador. Martes 29 de Junio de 2010 a las 15:22 pm <<http://www.aduana.gov.ec/contenido/procExportar.html>>.

Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones. Contactos. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 11:42 am <<http://www.ecuadorexporta.org/contenido.ks?contenidoId=1697&modo=-1&rs=N>>.

Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones. Exportaciones Ecuatorianas a Uruguay. Lunes 29 de Junio de 2010 a las 17:07 pm <http://sim.ecuadorexporta.org/cgi-bin/corpei2/exportaciones/exportal_resul.cgi>.

—. Herramienta de Potenciales de Exportación. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 8:46 am <<http://tools.ecuadorexporta.org/ReportServer/Pages/ReportViewer.aspx?%2fCorpeiReports%2fpotenciales%2fMejorPartidaExportar&rs%3aCommand=Render>>.

Corporación de Promociones e Inversiones. Importaciones ecuatorianas desde Uruguay. Lunes 29 de Junio de 2010 a las 17:21 pm <http://sim.ecuadorexporta.org/cgi-bin/corpei2/importaciones/importal_resul.cgi>.

—. Principales productos ecuatorianos exportados. Lunes 29 de Junio de 2010 a las 18:00 pm <http://sim.ecuadorexporta.org/cgi-bin/corpei2/exportaciones/exportal_resul.cgi>.

Diario Hoy. Tendencias de Consumo. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 9:14 am <<http://www.hoy.com.ec/especiales/2008/ecuadorsi-2008/ecuadorsi27.htm>>.

Días Festivos del Mundo. Lista de días festivos República Oriental del Uruguay. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 10:47 am <http://www.dias-festivos.com/holidays_2010_183.htm>.

Husos Horarios del Mundo. Coordenadas Geográficas. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 10:30 am

<http://24timezones.com/es_husohorario/montevideo_hora_actual.php>.

Infomigrante. Entrada de Carácter Temporal a Uruguay. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 11:23 am

<http://www.infomigrante.org/infomigrante/index.php?option=com_content&task=view&id=1453&Itemid=170>.

Instituto de Inversiones y Exportaciones de Bienes y Servicios de Uruguay.

Contactos. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 15:54 pm

<http://www.uruguayxxi.gub.uy/innovaportal/v/51/1/innova.front/bienvenidos_a_uruguay_xxi>.

—. Régimen de promoción de inversiones. Martes 29 de Junio de 2010 a las 16:23 pm

<http://www.uruguayxxi.gub.uy/innovaportal/v/59/1/innova.front/regimen_de_promocion_de_inversiones>.

Instituto de Promoción de Inversiones y Exportaciones de Bienes y Servicios de Uruguay. Gravámenes a la importación y exportación de mercaderías. Martes 29 de Junio de 2010 a las 15:00 pm

<http://www.uruguayxxi.gub.uy/innovaportal/v/34/1/innova.front/gravamenes_a_la_importacion_y_exportacion_de_mercaderias>.

Instituto Nacional de Normalización. Contactos. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 15:30 pm

<http://www.inen.gov.ec/site/index.php?option=com_content&view=article&id=103&Itemid=129>.

Market Access Map. Impuestos promedio aplicados por Uruguay. Martes 29 de Junio de 2010 a las 12:03 pm

<<http://www.macmap.org/Country.Analysis.Results.AverageMFN.aspx>>.

—. Régimes de Comercio y reglas de origen aplicados por Uruguay. Martes 29 de Junio de 2010 a las 10:26 am

<<http://www.macmap.org/Quick.Search.ROO.Results.C2C.aspx>>.

Marketing en el Siglo XXI. Canales de distribución. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 8:30 am <<http://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm>>.

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Ecuador. Contactos. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 15:24 pm <<http://www.magap.gov.ec/magapweb/>>.

Ministerio de Economía y Finanzas de Uruguay. Contacto. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 16:19 pm <<http://www.mef.gub.uy/contactos.php>>.

Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca de Uruguay. Sistema Nacional de Certificación de la Producción Orgánica. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 9:40 am <<http://www.mgap.gub.uy/DGSSAA/ProdOrganica/ProdOrganica.htm>>.

Ministerio de Industrias y Productividad. Contacto. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 15:33 pm <<http://www.micip.gov.ec/index.php>>.

Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Integración. Contactos. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 16:15 pm <<http://www.mmrree.gov.ec/>>.

Ministerio de Relaciones Exteriores de Uruguay. Contacto. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 16:20 pm <<http://www.mrree.gub.uy/gxpsites/hgxpp001>>.

—. Política Exterior. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 11:35 am <<http://www.mrree.gub.uy/gxpsites/hgxpp001?7,1,87,O,S,0,MNU;E;8;2;MNU;,>>>.

Ministerio de Salud Pública del Ecuador. Contactos. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 15:20 pm <http://www.msp.gov.ec/index.php?option=com_contact&Itemid=111>.

Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay. Información Hotelera Colonia. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 11:06 am <<http://www.turismo.gub.uy/index.php/es/busquedaoperadoresyservicios.html>>.

—. Información Hotelera de Maldonado. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 11:15 am <<http://www.turismo.gub.uy/index.php/es/busquedaoperadoresyservicios.html>>.

—. Información Hotelera de Montevideo. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 10:52 am <<http://www.turismo.gub.uy/index.php/es/busquedaoperadoresyservicios.html>>.

Ministerio de Turismo y Deporte, del Uruguay. Ministerio de Turismo y de Deporte del Uruguay. 2009. <www.turismo.gub.uy>.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Estudio de mercados agroindustriales. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 8:35 am <<http://www.fao.org/docrep/006/y4532s/y4532s07.htm>>.

Organización Mundial de Comercio. ¿Qué se entiende por derechos de Propiedad Intelectual? Martes 29 de Junio de 2010 a las 17:10 pm <http://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/intell_s.htm>.

—. Información técnica sobre salvaguardias. Martes 29 de Junio de 2010 a las 16:38 pm <http://www.wto.org/spanish/tratop_s/safeg_s/safeg_info_s.htm>.

—. Reglamentos Técnicos y normas. Martes 29 de Junio de 2010 a las 15:53 pm <http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/agrm4_s.htm#trs>.

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Acerca de la Propiedad Intelectual. Martes 29 de Junio de 2010 a las 16:54 pm <<http://www.wipo.int/about-ip/es/>>.

—. Preguntas frecuentes acerca de las patentes. Martes 29 de Junio de 2010 a las 17:25 pm <http://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/intell_s.htm>.

Portal para investigadores y profesionales. Término y deficiencia económica. Lunes 28 de Junio de 2010 a las 15:25 pm <<http://www.elprisma.com/apuntes/economia/balanzacomercial/>>.

Portal para Investigadores y Profesionales. Términos y Definiciones. Martes 29 de Junio de 2010 a las 16:30 pm <<http://www.elprisma.com/apuntes/economia/balanzacomercial/>>.

Portal Uruguayo de Congresos, ferias y Exposiciones. Eventos de Uruguay. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 15:50 pm <<http://www.zonaeventos.com/zonaeventos/eventos/eventos.php>>.

Programa de Español Comercial y de Negocios. Indicadores Macroeconómicos. Lunes 28 de Junio de 2010 a las 15:10pm <<http://www.wadhoo.com/spanish-forbusiness/t1/page2.asp?Id=14916&Rf=32&Rt=3>>.

Revista Gestipolis. Análisis del Sector Industrial. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 9:08 am <<http://www.gestipolis.com/administracion-estrategia/estrategia/competitividad-analisis-del-sector-industrial.htm>>.

Supermercados de Uruguay. Directorio de Supermercados de Uruguay. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 8:42 am <<http://www.uruguay-w.com/Directorio-145.html>>.

Todo Comercio Exterior. Términos y definiciones económicas. Lunes 28 de Junio de 2010 a las 16:10 pm <<http://blog.todocomercioexterior.com.ec/2009/03/balanza-comercial.html>>.

Trademap. Balanza Comercial de Uruguay. Martes 29 de Junio de 2010 a las 9:00 am <http://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx>.

—. Exportaciones de productos Uruguayos al mundo. Martes 29 de Junio de 2010 a las 9:45 am <http://www.trademap.org/Product_SelProductCountry.aspx>.

—. Exportaciones Uruguayas hacia Ecuador. Martes 29 de Junio de 2010 a las 9:58 am <<http://www.trademap.org/Bilateral.aspx>>.

—. Lista de los productos exportados por Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Martes 29 de Junio de 2010 a las 11:00 am <http://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx>.

—. Lista de países exportadores de productos período 2008. Martes 29 de Junio de 2010 a las 10:45 am <http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx>.

—. Lista de países exportadores período 2004 - 2007. Martes 29 de Junio de 2010 a las 10:45 am <http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx>.

—. Mercados proveedores para un producto importado por Uruguay. Martes 29 de Junio de 2010 a las 9:10 am <http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx>.

—. Países importadores para un producto exportado por Uruguay. Martes 29 de Junio de 2010 a las 9:22 am <http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx>.

—. Productos Importados por Uruguay. Martes 29 de Junio de 2010 a las 10:02 am
<http://www.trademap.org/Product_SelProductCountry.aspx>.

—. Productos importados por Uruguay desde Ecuador. Martes 29 de Junio de 2010 a las 10:09 am <<http://www.trademap.org/Bilateral.aspx>>.

Unión de Exportadores de Uruguay. Contacto. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 16:03 pm <<http://www.uruguayexporta.com/default.aspx>>.

—. Transporte. Miércoles 30 de Junio de 2010 a las 15:40 pm
<http://www.uruguayexporta.com/Servicios/Paginas/Servicios_Transporte.aspx>.

Zona Económica. Diccionario Económico. Lunes 28 de Junio de 2010 a las 15:17 pm
<<http://www.zonaeconomica.com/producto-interno-bruto>>.