

**UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS Y DE ADMINISTRACIÓN**

**TRABAJO MONOGRÁFICO PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
CONTADOR PÚBLICO – PLAN 1990**

**INFLUENCIA DEL MERCOSUR EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS  
EMPRESAS PRODUCTORAS Y/O COMERCIALIZADORAS DE  
DETERGENTES Y SUSTANCIAS AFINES**



**AUTORES:** Elisa Adamoli

Adriana Guerra

**TUTOR:** Prof. Cr - Ec. Carlos Viera

**Montevideo - URUGUAY**

**Diciembre 2012**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRACION**

El tribunal docente integrado por los abajo firmantes aprueba la Monografía:

“INFLUENCIA DEL MERCOSUR EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS  
EMPRESAS PRODUCTORAS Y/O COMERCIALIZADORAS DE  
DETERGENTES Y SUSTANCIAS AFINES”

**AUTORES:** Elisa Adamoli y Adriana Guerra

**TUTOR:** Cr. - Ec. Carlos Viera

**CARRERA:** Contador Público

**CÁTEDRA:** Economía Aplicada a la Empresa

**PUNTAJE:** .....

**TRIBUNAL:**

Profesor: .....

Profesor: .....

Profesor: .....

**FECHA:**

## **AGRADECIMIENTOS**

Deseamos agradecer a nuestras familias y amigos por todo el apoyo brindado en forma incondicional a lo largo de nuestra carrera.

Agradecemos en especial a nuestro tutor Cr. - Ec. Carlos Viera por su buena disposición y por habernos orientado en el desarrollo de nuestro trabajo de investigación.

Por último, agradecemos a las empresas el tiempo brindado para efectuar las entrevistas así como también la información proporcionada para nuestro análisis.

## **RESUMEN**

El objetivo del presente trabajo es analizar la competitividad que presentan las empresas productoras y comercializadoras de productos químicos, en especial detergentes y sustancias afines, instaladas en el Uruguay.

Para ello se estudiará la evolución del sector durante el período 2001- 2011, determinando la influencia del Mercosur en las transacciones comerciales realizadas por nuestro país.

Por otra parte, se investigará cuáles son las ventajas competitivas de Uruguay en el sector así como también los factores positivos y negativos que están presentes a la hora de seleccionar un país para realizar una inversión.

Para llevar a cabo nuestro trabajo nos basaremos en la teoría de Michael Porter titulada “La ventaja competitiva de las Naciones” así como también tomaremos en cuenta información estadística del sector, entrevistas y trabajos monográficos anteriores.

## TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO 1 - INTRODUCCIÓN .....	1
1.1 OBJETO DEL ESTUDIO.....	1
1.2 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN .....	2
1.3 METODOLOGÍA .....	3
CAPÍTULO 2 - NUESTRO OBJETO DE ESTUDIO .....	6
2.1 DETERGENTES .....	10
2.1.1 Materias Primas .....	11
2.1.2 Tipos de detergentes.....	13
2.1.3 Propiedades .....	14
2.1.4 Proceso productivo del detergente .....	14
CAPÍTULO 3 – DESCRIPCIÓN DEL MERCADO SELECCIONADO .....	16
3.1 PRODUCCIÓN.....	16
3.2 IMPORTACIONES .....	18
3.3 EXPORTACIONES.....	19
3.3.1 Análisis de las exportaciones de detergentes y sustancias afines.....	21
3.4 CONSUMO INTERNO .....	23
3.5 PARTICIPACIÓN DE EMPRESAS EN EL MERCADO .....	24
3.5.1 Breve reseña de empresas del sector.....	28
3.6 ENDEUDAMIENTO DEL SECTOR.....	31
3.7 ESTRUCTURA DE COSTOS.....	32
3.8 PRECIOS DE VENTA .....	33
3.9 MATERIAS PRIMAS .....	34
3.10 ASPECTOS TRIBUTARIOS Y CREDITICIOS DE INCIDENCIA EN EL SECTOR .....	35
3.10.1 Admisión Temporal .....	35
3.10.2 Devolución de Tributos.....	37
3.10.3 IVA .....	37
3.10.4 Financiamiento de exportación del BCU .....	38

CAPÍTULO 4 - REALIDAD DEL MERCOSUR .....	39
4.1 TRATADOS Y ACUERDOS PREVIOS AL MERCOSUR .....	39
4.2 FORMAS DE INTEGRACIÓN.....	46
4.3 ANÁLISIS DEL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS TRAZADOS POR EL MERCOSUR.....	48
4.4 CERTIFICADO DE ORIGEN.....	48
4.5 TRANSACCIONES INTRA Y EXTRA MERCOSUR .....	50
CAPÍTULO 5 – MARCO TEÓRICO .....	60
5.1 LA CADENA DE VALOR Y LA VENTAJA COMPETITIVA .....	61
5.1.1 La Cadena de Valor.....	61
5.1.2 La Ventaja Competitiva .....	63
5.2 EL DIAMANTE DE PORTER.....	68
5.2.1 Determinantes de la Ventaja Competitiva.....	69
CAPÍTULO 6 – CONTRASTACIÓN DE LA TEORÍA CON LA REALIDAD.....	77
6.1 ANÁLISIS FODA .....	77
6.1.1 FODA del sector .....	78
6.2 BARRERAS DE ENTRADA DE PORTER .....	80
6.3 CONTRASTACIÓN DEL MODELO DEL DIAMANTE DE PORTER CON LA REALIDAD DEL SECTOR.....	83
CAPÍTULO 7 – CONCLUSIONES .....	92
BIBLIOGRAFÍA .....	104
ANEXOS .....	107

## TABLA DE FIGURAS

- FIGURA 2.1 – Exportaciones de la Industria Química al Mercosur (FOB en U\$S)
- FIGURA 2.2 – Exportaciones de los sectores de la Industria Química en el período 2001- 2011 del Uruguay al Mercosur (FOB en U\$S)
- FIGURA 2.3 – Apertura del capítulo Productos Químicos
- FIGURA 2.4 – Exportaciones de Uruguay al Mercosur de Productos Químicos (FOB en U\$S)
- FIGURA 2.5 – Incidencia en las exportaciones al Mercosur de los sub capítulos de Productos Químicos
- FIGURA 3.1 – Tasa de crecimiento de la Industria Química
- FIGURA 3.2 – Tasa de crecimiento anual de la producción (por sectores)
- FIGURA 3.3 – Comparación de la evolución del crecimiento de la industria química con el sector 2424
- FIGURA 3.4 – Importaciones de Productos Químicos
- FIGURA 3.5 – Exportaciones de Productos Químicos
- FIGURA 3.6 – Evolución de las Exportaciones del sector de detergentes y productos afines en el período 1990 – 2011
- FIGURA 3.7 – Significancia del Mercosur en las Exportaciones de detergentes y productos afines
- FIGURA 3.8 – Evolución de las exportaciones al Mercosur de detergentes y sustancias afines en el período 1990 – 2011
- FIGURA 3.9 – Consumo de detergentes en el mercado local

- FIGURA 3.10 – Empresas exportadoras de Productos Químicos
- FIGURA 3.11 – Empresas importadoras de Productos Químicos
- FIGURA 3.12 – Empresas exportadoras de detergentes y sustancias afines
- FIGURA 3.13 – Empresas importadoras de detergentes y sustancias afines
- FIGURA 3.14 – Costos de Producción
- FIGURA 3.15 – Índices de precios de exportación
- FIGURA 4.1 Exportaciones globales de Uruguay a los países del Mercosur (FOB miles U\$S)
- FIGURA 4.2 Importaciones globales de Uruguay desde los países del Mercosur (CIF miles U\$S)
- FIGURA 4.3 Exportaciones globales del Mercosur al resto del mundo (FOB miles U\$S)
- FIGURA 4.4 Importaciones globales desde el resto del mundo al Mercosur (CIF miles U\$S)
- FIGURA 4.5 Exportaciones del Mercosur al resto del mundo de detergentes y sustancias afines (FOB miles U\$S)
- FIGURA 4.6 Importaciones desde el resto del mundo al Mercosur de detergentes y sustancias afines (CIF en miles U\$S)
- FIGURA 4.7 – Exportaciones de Uruguay al Mercosur de Productos Químicos
- FIGURA 4.8 – Evolución de las exportaciones de Uruguay al Mercosur de Productos Químicos en el período 2001-2011
- FIGURA 4.9 – Evolución de las exportaciones de la Industria Química al Mercosur



- FIGURA 5.1 Cadena de Valor
- FIGURA 5.2 Fuerzas Competitivas de Porter
- FIGURA 5.3 Estrategias de Porter
- FIGURA 5.4 El Diamante de Porter

## **CAPITULO 1 - INTRODUCCIÓN**

### **1.1 OBJETO DEL ESTUDIO**

El objeto de estudio de este trabajo de investigación es la producción y comercialización de ciertos productos químicos en Uruguay.

El sector que vamos a estudiar se encuentra clasificado en la Sección VI (Productos de las Industrias Químicas o de las Industrias Conexas) de la Nomenclatura Común del Mercosur, dentro del capítulo 34 “Jabón, agentes de superficies orgánicas, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ceras artificiales, ceras preparadas, productos de limpieza, velas y artículos similares, pastas para modelar, “ceras para odontología” y preparaciones para odontología en base a yeso fraguable”.

Dentro de este capítulo, nos vamos a enfocar en el sector que se encuentra incluido en el código 3402: “Agentes de superficie orgánicos (excepto el jabón); preparaciones tensoactivas, preparaciones de lavar (incluidas las preparaciones auxiliares para lavado) y preparaciones para limpieza, aunque contengan jabón, excepto las de la partida 3401”.

Seleccionamos este capítulo para realizar nuestro trabajo, ya que son los productos más exportados al Mercosur en los años 2001 a 2011 en Uruguay.

## **1.2 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

El objetivo de nuestra investigación es estudiar si dicha producción es competitiva y de qué manera ha incidido el Mercosur en la misma.

Cuando nos referimos a si es competitivo, estamos apuntando a dos situaciones: por un lado si los productos elaborados por empresas instaladas en Uruguay pueden penetrar en mercados externos con sus productos y por el otro, qué posibilidades de defensa existen cuando los productos extranjeros intentan ingresar al mercado local.

Dado que la rama específica que hemos seleccionado se caracteriza por altas exportaciones, estamos en presencia de una demostración de competitividad y por lo tanto nuestro trabajo se orienta en explicarla a través de los factores que inciden sobre la misma.

La teoría económica distingue determinados factores que inciden en la competitividad de los procesos productivos y ayudan a explicar los motivos por los cuales un producto puede ser competitivo o no.

Michael Porter fue quien realizó investigaciones al respecto y elaboró teoría. Nos remitiremos a dicho autor para explicar con base científica las características competitivas del objeto de estudio.

### **1.3 METODOLOGÍA**

La metodología a utilizar para alcanzar el objetivo consistirá en primer lugar en realizar una primera aproximación de la realidad a estudiar a través de la recopilación de información sobre estadísticas del sector, entrevistas a informantes calificados, encuestas y trabajos de investigación anteriores.

En segundo lugar recurriremos a la teoría más recibida de Michael Porter en su obra “La Ventaja Competitiva de las Naciones” para contrastar el deber ser de la teoría con la realidad expuesta en el sector, a efectos de concluir en qué grado la teoría explica la performance competitiva del sector.

A la luz de dicha teoría examinaremos la realidad del sector de cuya contrastación esperaremos encontrar los factores determinantes de su performance competitiva que a priori es buena.

El lector podrá encontrar en el desarrollo del trabajo de investigación los siguientes capítulos, que siguen a este capítulo 1 que denominamos Introducción:

- Capítulo 2 – NUESTRO OBJETO DE ESTUDIO: en este capítulo veremos la realidad del sector en particular; realizando una descripción detallada del proceso productivo de los distintos productos así como también de las etapas que componen el mismo. Describiremos las materias

primas se utilizan para la producción y cuál es el origen de las mismas, así como también cuáles son los requerimientos de factores humanos y tecnológicos.

- **Capítulo 3 – DESCRIPCIÓN DEL MERCADO SELECCIONADO:**  
Veremos podemos observar cuál es el destino de la producción (exportaciones y consumo interno) así como también el origen del consumo interno (producción nacional e importaciones). Por otra parte, cuales son las empresas relacionadas con el rubro y qué tipo de mercado conforman. En éste capítulo, realizaremos un relevamiento sobre los precios de venta en plaza y los precios promedios de exportación, los cuales juegan un rol muy importante al momento de competir en el extranjero.
- **Capítulo 4 – REALIDAD DEL MERCOSUR:** consiste en una breve reseña histórica sobre los comienzos del Mercosur así como también los tratados y acuerdos firmados. Además se hace referencia al marco normativo que regula las operaciones económicas, además se aportarán estadísticas e indicadores de producción y transacciones desde y hacia el Mercosur, todo lo que regule la producción y la comercialización de los productos estudiados, con especial énfasis en la de nuestro país.

- Capítulo 5 - TEORÍA: estudio sobre “La Ventaja Competitiva de las Naciones” de Michael Porter, a través del cual se intenta establecer cuáles son los factores que explican el éxito o el fracaso competitivo de las empresas instaladas en una nación. El autor establece lo que se denomina El Diamante de Porter, en el cual se establecen cuatro determinantes que impulsan o dificultan la creación de ventajas competitivas en una nación.
- Capítulo 6 – CONTRASTACIÓN DE LA TEORÍA CON LA REALIDAD: de acuerdo con la información recabada sobre la realidad y la teoría de Porter, podremos realizar un análisis para determinar si el marco teórico de referencia sirve para explicar la situación de buena competitividad que presenta el sector. Así mismo se determinarán cuáles son las fortalezas y oportunidades así como también las debilidades y amenazas.

Por último, en el capítulo 7 en base al análisis realizado del sector y al marco teórico utilizado podremos concluir cuáles han sido los factores clave de la competitividad del producto estudiado y de qué manera dicha competitividad se ha visto afectada (positiva o negativamente) por la ampliación del mercado que surgió con el Mercosur.

## **CAPÍTULO 2 - NUESTRO OBJETO DE ESTUDIO**

Tal como mencionamos en el capítulo anterior, nuestra investigación se centrará en los productos químicos más exportados en los últimos años.

Las exportaciones de la industria química en los últimos 10 años han presentado una constante evolución al alza, siendo los más significativos los “Productos farmacéuticos” (capítulo 30) y los “Jabones, agentes de superficies orgánicas, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ceras artificiales, ceras preparadas, productos de limpieza, velas y artículos similares, pastas para modelar y ceras para odontología” (capítulo 34).

Dado que se está llevando a cabo un trabajo monográfico sobre productos farmacéuticos, nos enfocaremos en el estudio de los detergentes (incluido dentro del capítulo 34 en el sector 3402), por ser el producto químico más exportado durante el período 2001 – 2011.

En el siguiente cuadro se expresan los valores de las exportaciones al Mercosur de los sectores de la industria química. En el mismo se podrá observar la importancia que representa cada uno de los sectores.

**FIGURA 2.1 – Exportaciones de la Industria Química al Mercosur (FOB en U\$S)**

NCM8	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Totales
34	4.595.278	4.569.128	14.481.609	20.546.344	29.342.704	33.199.284	43.241.990	55.068.984	52.704.807	51.701.095	64.327.254	373.778.477
30	19.092.578	13.303.829	11.134.818	15.351.450	19.254.798	20.250.725	23.271.550	30.593.892	30.114.792	33.299.061	44.070.260	259.737.753
38	5.927.752	4.432.742	5.583.076	8.163.593	7.320.708	16.768.690	17.159.100	30.582.259	19.661.871	49.676.865	60.006.013	225.282.671
31	10.200.851	9.152.010	10.770.832	16.214.690	9.957.512	8.669.999	24.993.756	24.078.303	13.910.027	29.481.472	39.541.586	196.971.037
32	13.806.923	11.162.837	14.889.740	13.859.242	12.958.396	14.637.688	15.670.989	19.022.206	15.470.088	22.532.785	29.392.014	183.402.907
28	8.401.641	6.357.174	4.256.503	8.175.046	11.433.446	14.601.418	17.709.033	19.173.494	16.795.604	12.977.726	11.930.095	131.811.179
29	11.377.104	8.506.671	2.662.703	2.260.619	1.483.095	2.407.501	3.513.563	5.617.688	4.339.100	4.097.284	6.721.529	52.986.857
35	1.404.941	1.700.982	567.035	1.070.473	1.132.870	1.244.561	2.325.156	861.592	1.533.806	2.720.162	2.132.188	16.693.768
33	4.025.572	1.321.871	627.444	689.387	1.073.555	555.544	590.448	688.321	1.351.103	1.940.673	1.660.266	14.524.184
37	23.921	11.244	50.559	29.532	18.671	66.393	24.334	29.074	14.485	16.727	7.894	292.834
36	-	16.149	-	-	-	-	-	-	-	-	11.880	28.029

Fuente: Uruguay XXI

34 - Jabón, agentes de superficies orgánicas, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ceras artificiales, ceras preparadas, productos de limpieza, velas y artículos similares, pastas para modelar y “ceras para odontología”

30 - Productos farmacéuticos

38 - Productos diversos de las industrias químicas

31 – Abonos

32 - Extractos curtientes o tintóreos; taninos y sus derivados; pigmentos y demás materias colorantes; pinturas y barnices; mástiques; tintas

28 - Productos químicos inorgánicos; compuestos inorgánicos u orgánicos de los metales preciosos, de los elementos radiactivos, de metales de las tierras raras o de isótopos



29 - Productos químicos orgánicos

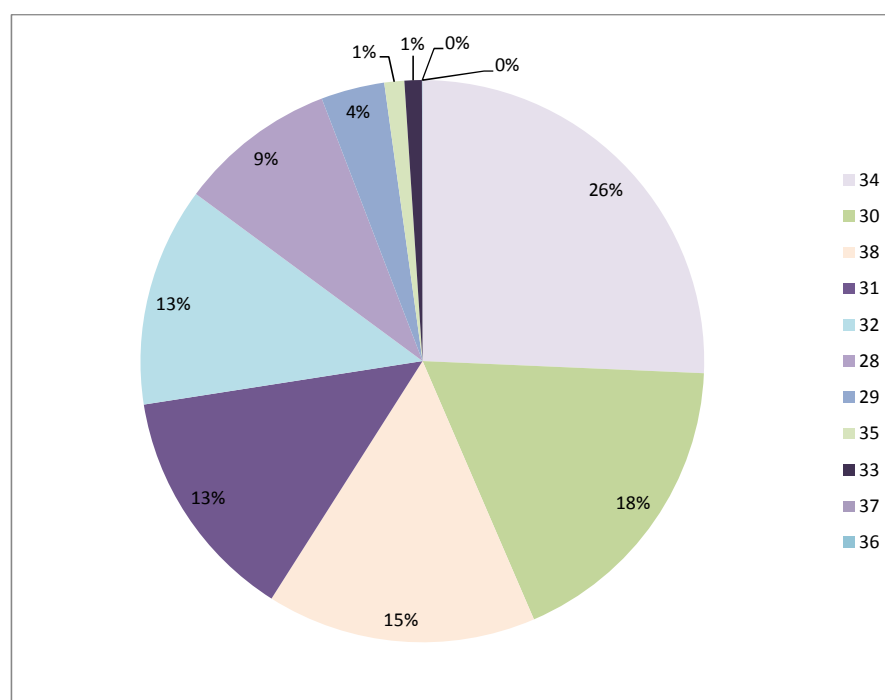
35 - Materias albuminoideas; productos a base de almidón o de fécula modificados; colas; enzimas

33 - Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética

37 - Productos fotográficos o cinematográficos

36 - Pólvoras y explosivos; artículos de pirotecnia; fósforos (cerillas); aleaciones pirofóricas; materias inflamables

**FIGURA 2.2 – Exportaciones de los sectores de la Industria Química en el período 2001- 2011 del Uruguay al Mercosur (FOB en U\$S)**



Fuente: Uruguay XXI

Se observa que el capítulo 34 es el de mayor peso significativo. Dicho capítulo a su vez, se conforma de los siguientes sectores:

**FIGURA 2.3 – Apertura del capítulo Productos Químicos**

Sector	Descripción
3401	Jabón; Productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes, trozos o piezas troqueladas o moldeadas, aunque contengan jabón; Productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel, líquidos o en crema, acondicionados para la venta al por menor, aunque contengan jabón; papel, guata, fieltro y tela sin tejer, impregnados, recubiertos o revestidos de jabón o de detergentes.
3402	Agentes de superficie orgánicos (excepto el jabón); Preparaciones tensoactivas, Preparaciones de lavar (incluidas las preparaciones auxiliares para lavado) y preparaciones para limpieza, aunque contengan jabón, excepto las de la partida 34.01.
3403	Preparaciones lubricantes (incluidos los aceites para corte, las preparaciones de aflojar tuercas, las preparaciones antiherrumbre o anticorrosión y las preparaciones para el desmoldeo, a base de lubricantes ) y preparaciones de los tipos utilizados para el ensimado de materias textiles o el aceitado engrasado de cueros y pieles, peletería u otras materias, excepto las que contengan como componente básico una proporción de aceites de petróleo o de mineral bituminoso superior o igual al 70% en peso.
3404	Ceras artificiales y ceras preparadas.
3405	Betunes y cremas para el calzado, encáusticos, abrillantadores, (lustres) para carrocerías, vidrio o metal, pasta y polvos de fregar y preparaciones similares (incluso papel, guata, fieltro, tela sin tejer, plástico o caucho celulares, impregnados, recubiertos o revestidos de estas preparaciones), excepto las ceras de la partida 34.04.
3406	Velas, cirios y artículos similares.
3407	Pastas de modelar, incluidas las presentadas para entretenimiento de los niños; Preparaciones llamadas "ceras para odontología" o "compuestos para impresión dental", Presentadas en juegos o surtidos, en envases para la venta al por menos o en plaquitas, herraduras, barritas o formas similares; Las demás preparaciones para odontología a base de yeso fraguable.

De la apertura nombrada anteriormente, observamos en el siguiente cuadro el peso que tiene cada sector dentro de las exportaciones al Mercosur del período 2001 – 2011.

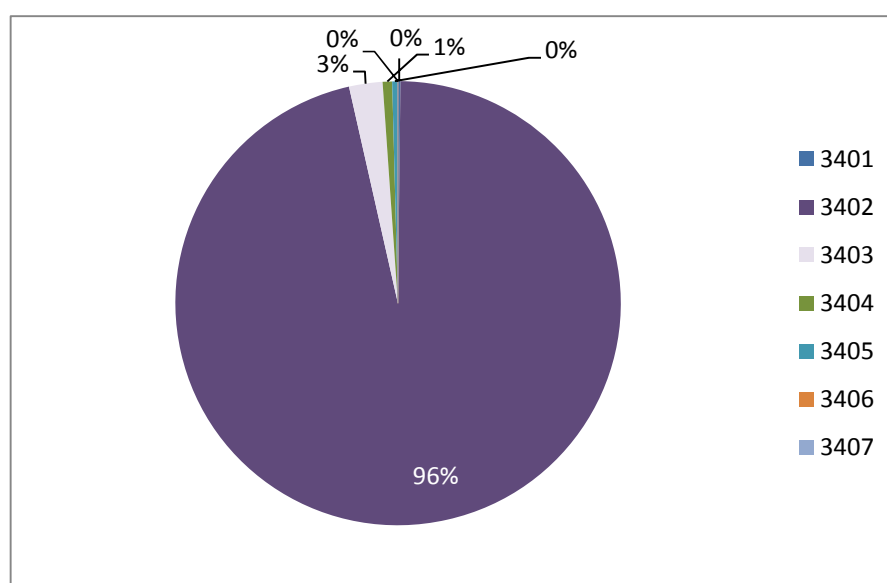
**FIGURA 2.4 – Exportaciones de Uruguay al Mercosur de Productos Químicos (FOB en U\$S)**

NCM	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Totales
3401	444,302	23,251	52,878	29,966	38,370	31,134	8,465	0	5,488	36,680	0	670,533
3402	3,729,116	3,893,465	13,312,903	19,553,157	27,633,245	31,647,838	41,677,050	53,657,307	51,740,496	50,341,776	62,973,189	360,159,542
3403	78,106	490,481	801,327	728,215	1,338,168	1,104,683	998,455	852,669	691,219	1,098,217	930,677	9,112,216
3404	38,990	3,414	272,369	192,917	249,450	265,918	315,333	235,653	200,566	198,296	264,370	2,237,276
3405	301,840	157,127	41,197	40,496	83,384	149,039	241,844	322,434	66,899	25,706	157,709	1,587,675
3406	0	0	324	84	0	0	0	15	0	0	5	428
3407	2,924	1,390	612	1,508	88	672	843	906	139	421	1,305	10,806

Fuente: Uruguay XXI

Del mismo se desprende que el sector que comprende a los detergentes y sustancias afines es el que mayor cantidad de exportaciones realizó, representando el 96 % del total del sector como vemos en el siguiente gráfico.

**FIGURA 2.5 – Incidencia en las exportaciones al Mercosur de los subcapítulos de Productos Químicos**



Fuente: Uruguay XXI

Veremos a continuación cuales son las materias primas necesarias para la elaboración de los detergentes y describiremos el proceso productivo que se desarrolla para obtener los productos terminados.

## 2.1 DETERGENTES

Los detergentes o “agentes tensoactivos” son un grupo de compuestos orgánicos que cuando se emplean con un disolvente (generalmente agua) permiten quitar la suciedad sin desgastar el objeto sometido al proceso de limpieza.

El componente activo del detergente es similar al del jabón. Su molécula tiene una larga cadena lipófila y una terminación hidrófila. Las moléculas lipófilas permiten que las partículas se acerquen y mantengan contacto con las grasas mientras que las moléculas hidrófilas tienen afinidad por el agua. Las moléculas de agua no se sienten tan atraídas mutuamente y pueden penetrar mejor en la superficie a limpiar (por ejemplo un tejido).

La suciedad (que está adherida a los tejidos mediante partículas oleosas) atrae a los polos lipófilos, y los polos hidrófilos quedan dispuestos hacia afuera y rodeando la suciedad, de forma que el agua arrastra todo el conjunto.

### **2.1.1 Materias Primas**

Un detergente está formado por uno o más agentes tensoactivos y por un conjunto de componentes complementarios como son los agentes coadyuvantes, aditivos y auxiliares.

Los agentes tensoactivos son compuestos químicos que tienen una estructura molecular que actúa como un enlace entre el agua y las partículas de suciedad, soltando las mismas de los tejidos e impidiendo que estas se depositen nuevamente.

Éstos agentes se pueden clasificar en función de su capacidad de disociación en agua: aniónicos (son los más utilizados a nivel doméstico), catiónicos (tiene poca utilidad en limpieza y son buenos desinfectantes), no iónicos (son poco tóxicos, son utilizados en preparaciones farmacéuticas y en la industria cosmética) y anfotéricos (se utilizan para shampoo).

Los agentes coadyuvantes ayudan al agente tensoactivo en su labor. Son sustancias que se incorporan a la formulación de un detergente para proteger y mejorar la eficacia del tensoactivo.

Podemos encontrar los polifosfatos (ablandan el agua y permiten lavar en aguas duras), silicatos solubles (ablandan el agua, dificultan la oxidación de sustancias como el acero inoxidable o el aluminio), carbonatos (ablandan el agua) y perboratos (blanquean manchas difíciles).

Los agentes auxiliares son los demás elementos que permiten que la limpieza sea óptima. Dentro de estos encontramos: blanqueadores (ayudan a blanquear y eliminan las manchas más difíciles), enzimas (ayudan a desintegrar la materia que forma las manchas, para que se eliminen con mayor facilidad) y perfumes (brindan aroma).

### **2.1.2 Tipos de detergentes**

Los detergentes se pueden clasificar en:

- Detergentes alcalinos: Poseen penetración en todo tipo de suciedades, facilitando la eliminación de las mismas. Las sustancias alcalinas poseen un ph de 8 o mayor, esto las hace muy corrosivas.
  
- Detergentes ácidos: tienen alto poder detergente para todo tipo de superficies. Son recomendados para limpiar superficies de contacto o materiales pétreos, porque recuperan la apariencia estética de fachadas y muros, disminuyendo los tiempos de limpieza.
  
- Detergentes a base de polifosfatos:
  - Pirofosfato tetra sódico: es más eficaz en condiciones de alta temperatura y alcalinidad, su disolución es lenta en agua fría. Se utiliza como detergente auxiliar.
  
  - Tripolifosfato y tetrafosfato de sodio: es muy soluble en agua. Permiten a los agentes tensoactivos trabajar en su pleno potencial.
  
  - Hexametafosfato de sodio: su uso es limitado ya que disminuye su efecto en presencia de agua dura (es aquella que contiene un alto nivel de minerales) y es muy caro. Se utiliza en soluciones acuosas

para la limpieza de piedras calcáreas. También puede eliminar grasas y aceites en obras pétreas y cerámicas.

### **2.1.3 Propiedades**

Los detergentes permiten variar la tensión superficial del agua, siendo sus propiedades específicas:

- Humectación: es la capacidad de mojar toda la superficie de contacto con poca agua.
- Penetración: es la capacidad de introducirse en suciedad
- Emulsión: es la dispersión o suspensión de finas partículas de uno o más líquidos en otro líquido.
- Suspensión: consiste en dejar la suciedad en una solución y evitar que la misma vuelva a depositarse.

### **2.1.4 Proceso productivo del detergente**

La fabricación de detergentes consiste en mezclar las materias primas con agua hasta formar una pasta. Luego dicha pasta se debe transformar en polvo, proceso que se conoce como atomización.

Para realizar este proceso, la pasta pasa por un tubo a presión y a la salida es rociada con aire caliente a contracorriente. Este aire evapora el agua de la pasta y se forma el polvo. El mismo se coloca en un tambor que con el movimiento va logrando una mezcla homogénea.

Para finalizar, se pasa por un cedazo que separa las partículas que son demasiado finas o gruesas.

Cuando el detergente debe contener sustancias sensibles a la temperatura como enzimas, perborato o sustancias orgánicas susceptibles de degradación térmica, éstas se añaden luego del proceso de secado por atomización.



### **CAPÍTULO 3 – DESCRIPCIÓN DEL MERCADO SELECCIONADO**

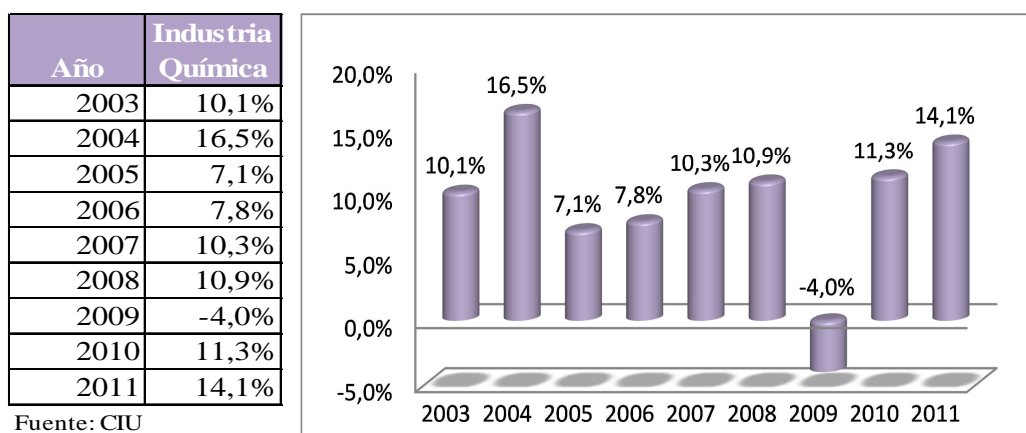
En este capítulo expondremos como es el comportamiento de los Detergentes dentro del mercado Uruguayo.

#### **3.1 PRODUCCIÓN**

Según la información obtenida de la Dirección de Investigación y Análisis de la Cámara de Industrias del Uruguay, en el año 2011 la industria química alcanzó un Valor Bruto de Producción<sup>1</sup> de U\$S 1.400.- millones, el cual se incrementó en un 21% respecto al año 2010.

La tasa de crecimiento anual de producción de la industria química durante el período 2003 – 2011 mostró la siguiente evolución:

**FIGURA 3.1 – Tasa de crecimiento de la Industria Química**



<sup>1</sup> VBP: es el valor del total de bienes y servicios producidos por una economía durante un cierto período de tiempo

Si bien en el año 2009 el crecimiento se vió afectado con motivo de la crisis internacional, a partir del 2010 se pudo revertir esta situación recuperando los niveles anteriores.

Nuestro objeto de estudio se encuentra dentro de la Nomenclatura Común del Mercosur (NCM). A su vez, existe otra clasificación utilizada por la Cámara de Industrias del Uruguay denominada Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) .

De acuerdo a la correlación entre la NCM – CIIU (Rev.3), el sector bajo análisis se encuentra comprendido en la rama 2424 “Artículos de limpieza” de la clasificación CIIU. La misma se compone de varios sectores pertenecientes a la NCM (Anexo E), no pudiendo determinar los porcentajes que representa cada rubro en el total de la rama.

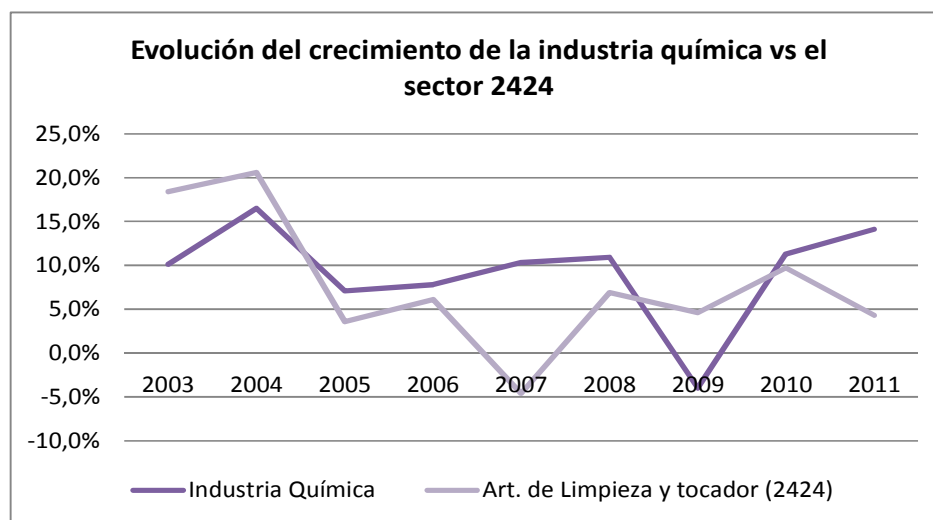
Por este motivo, analizaremos la producción de la rama 2424 en general.

**FIGURA 3.2 – Tasa de crecimiento anual de la producción (por sectores)**

Año	Sust. Químicas básicas (2411)	Plaguicidas (2421)	Pinturas, barnices y lacas (2422)	Prod. Farmacéuticos y medicamentos (2423)	Art. de Limpieza y tocador (2424)	Otros productos químicos (2429)
2003	8,2%	9,1%	21,1%	5,5%	18,4%	5,8%
2004	15,7%	1,0%	21,0%	15,7%	20,6%	20,6%
2005	3,7%	30,9%	3,5%	6,7%	3,6%	8,9%
2006	6,0%	25,6%	8,8%	6,3%	6,1%	36,8%
2007	9,8%	18,8%	6,1%	11,6%	-4,6%	12,8%
2008	24,7%	-17,7%	11,5%	14,3%	6,9%	8,0%
2009	-9,2%	-8,5%	-23,2%	6,0%	4,6%	-16,9%
2010	6,0%	53,7%	26,4%	2,8%	9,7%	10,8%
2011	11,1%	-5,4%	8,1%	23,8%	4,3%	-1,0%

Fuente: CIU

**FIGURA 3.3 – Comparación de la evolución del crecimiento de la industria química con el sector 2424**



Fuente: CIU

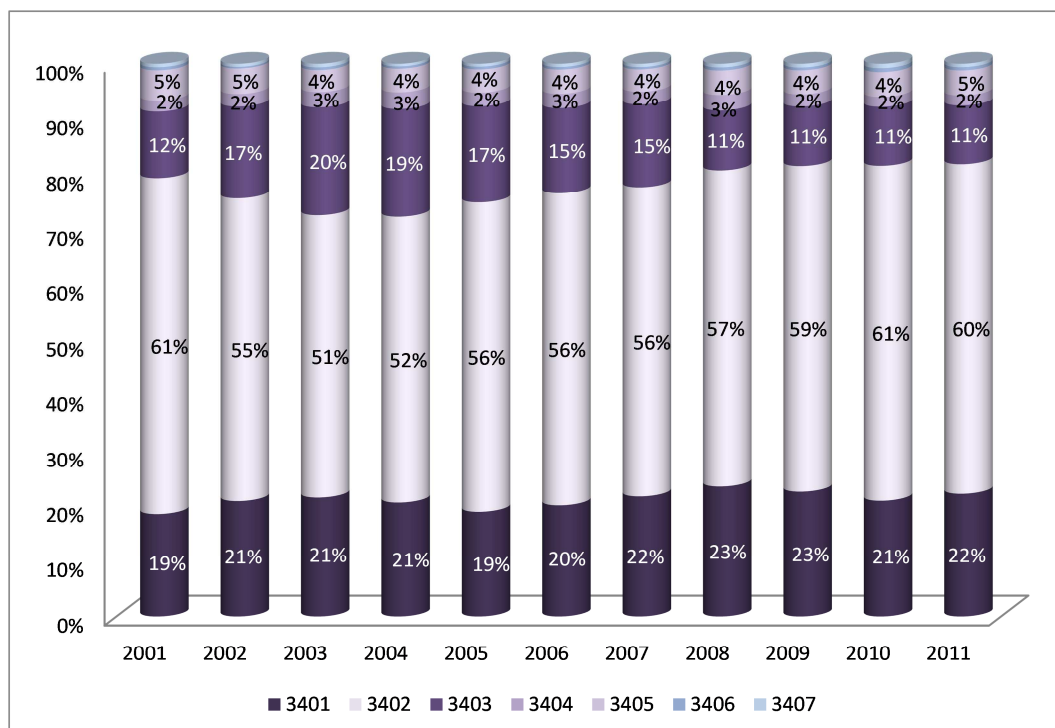
El crecimiento del sector 2424 no ha sido proporcional con el crecimiento de la industria química global.

### 3.2 IMPORTACIONES

En relación a las importaciones de bienes durante el año 2011, el capítulo 34 registró un saldo de U\$S 86.257 en un total de importaciones del país de U\$S 10.690.575 (montos expresados en miles de dólares CIF).

Si analizamos la evolución de los últimos 10 años, nuestro sector objeto de estudio (3402) fué el más significativo en comparación con el resto de los sectores que conforman el capítulo de Productos Químicos, representando un 60 % de los mismos en 2011.

**FIGURA 3.4 –Importaciones de Productos Químicos**



Fuente: Uruguay XXI

En su mayoría, las importaciones del capítulo 3402 proceden desde Argentina (69,9%), EEUU (8,9%), Brasil (8,8%) y las restantes provienen del resto del mundo. Las importaciones de productos químicos alcanzaron los U\$S 1.391 millones, aumentando 21% respecto al 2010.

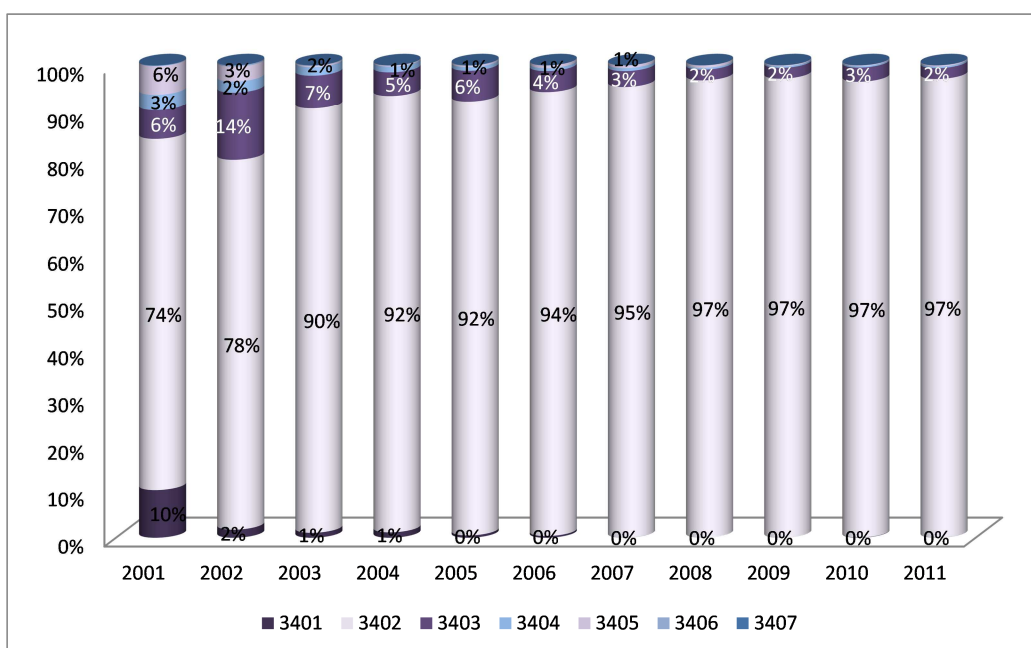
### 3.3 EXPORTACIONES

En cuanto a las exportaciones de bienes durante el año 2011, el capítulo 34 registró un saldo de U\$S 78.641 en un total de exportaciones del país de U\$S 9.280.884 (montos expresados en miles de dólares a valores FOB).

En los últimos 10 años, el sector 3402 fue el más significativo en comparación con el resto de los sectores que componen la industria química, representando en 2011 el 97% de los mismos.

En 2011 las exportaciones de dicha industria ascendieron a U\$S 413 millones, aumentando un 22% respecto a 2010 y representando el 5 % del total de bienes exportados por el país y el 8% de las exportaciones industriales.

**FIGURA 3.5 – Exportaciones de Productos Químicos**



Fuente: Uruguay XXI

Los destinos de las exportaciones del capítulo 3402 son mayormente Brasil (50,50%), Argentina (28,81%), Chile (4,17%), y las restantes al resto del mundo.

Si comparamos las importaciones con las exportaciones del año 2011, podemos observar que éstas últimas son inferiores, lo cual tiene un efecto negativo en la balanza comercial.

### 3.3.1 Análisis de las exportaciones de detergentes y sustancias afines

La evolución de las exportaciones del sector 3402 en los últimos 21 años ha mostrado un constante crecimiento. El destino de las exportaciones en su mayoría son los países que integran el Mercosur. Esta tendencia ya se observaba en los años previos a la creación e instauración del mismo.

**FIGURA 3.6 – Evolución de las Exportaciones del sector de detergentes y productos afines en el período 1990 – 2011**

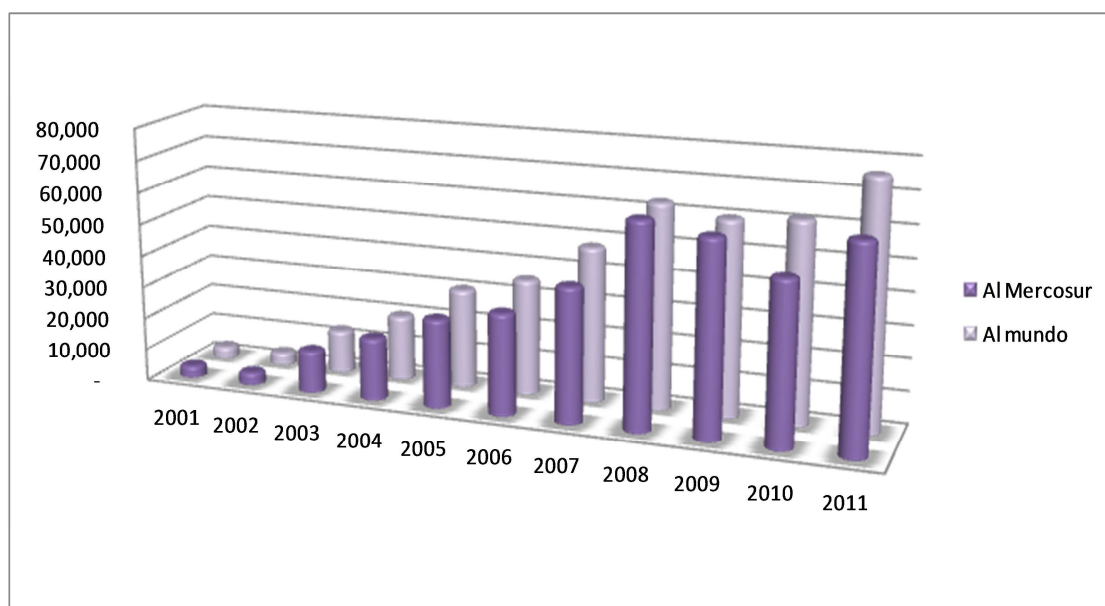
	Años	En miles de U\$S		%
		Al Mundo	Integrantes del Mercosur	
Pre Mercosur	1990	4.580	4.580	100,00%
	1991	7.528	7.520	99,89%
	1992	5.534	5.528	99,89%
	1993	2.862	2.860	99,93%
	1994	5.994	5.983	99,82%
	1995	5.857	5.841	99,73%
Post Mercosur	1996	3.437	3.406	99,10%
	1997	1.882	1.788	95,01%
	1998	3.272	3.163	96,67%
	1999	5.075	4.904	96,63%
	2000	3.200	3.074	96,06%
	2001	3.857	3.729	96,69%
	2002	4.087	3.893	95,26%
	2003	13.596	13.313	97,92%
	2004	20.455	19.553	95,59%
	2005	30.930	27.633	89,34%
	2006	36.038	31.648	87,82%
	2007	48.290	41.677	86,31%
	2008	63.517	63.319	99,69%
	2009	60.347	60.219	99,79%
	2010	62.026	50.342	81,16%
	2011	76.376	62.973	82,45%

Fuente: ALADI

Analizados los datos precedentes, se demuestra que en la etapa previa a la creación del Mercosur el destino de las exportaciones eran casi en su totalidad a Brasil y Argentina utilizando los acuerdos del PEC<sup>2</sup> y el CAUCE<sup>3</sup>.

Si Uruguay no hubiese formado parte del Mercosur dichos tratados hubiesen caído, generando problemas potencialmente negativos a la hora de comercializar sus productos en el exterior.

**FIGURA 3.7 – Significancia del Mercosur en las Exportaciones de detergentes y productos afines**

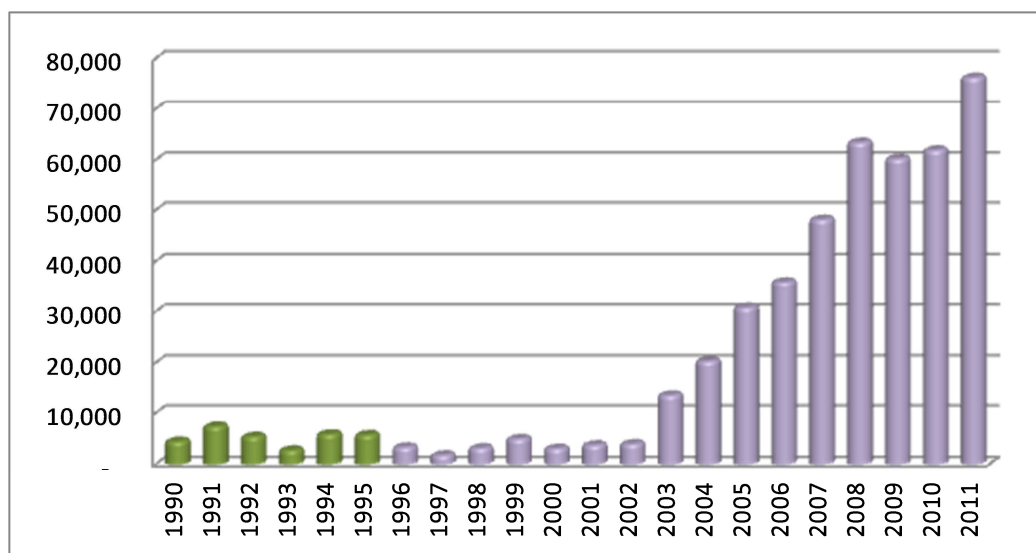


Fuente: ALADI

<sup>2</sup> PEC: Protocolo de Expansión Comercial (Brasil - Uruguay)

<sup>3</sup> CAUCE: Convenio Argentino Uruguayo de Cooperación Económica

**FIGURA 3.8 – Evolución de las exportaciones al Mercosur de detergentes y productos afines en el período 1990 – 2011**



Fuente: ALADI

Continuando la línea de análisis, en los años posteriores a la implantación del Mercosur, las exportaciones de nuestro país hacia los países miembros registraron un notable crecimiento.

### 3.4 CONSUMO INTERNO

El consumo interno de detergentes durante el año 2011 ascendió a U\$S 69<sup>4</sup> millones. El mismo se divide en dos clases: detergentes de ropa y detergentes de vajilla.

---

<sup>4</sup> Datos estimados en base a la información suministrada por la empresa Id Retail



**FIGURA 3.9 – Consumo de detergentes en el mercado local**

Clases de detergentes	Unidades Físicas (Kgs)	Unidades Monetarias (U\$S)
Ropa	13.666.873	48.722.960
Vajilla	11.763.148	20.215.937
<b>TOTAL</b>	<b>25.430.020</b>	<b>68.938.897</b>

Fuente: ID Retail

Se observa que el consumo de detergentes de ropa es mayor que el consumo de detergentes de vajilla, representando un 54% del total de unidades físicas y un 71% del total de unidades monetarias.

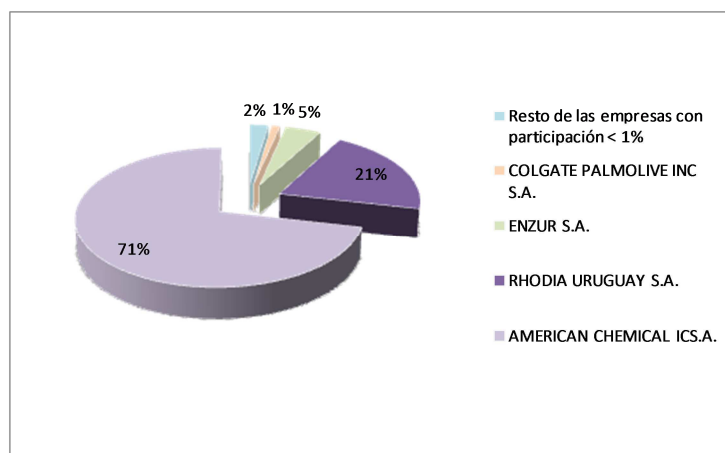
Por otra parte, el precio de venta del detergente de ropa es el doble del de vajilla.

### **3.5 PARTICIPACIÓN DE EMPRESAS EN EL MERCADO**

El mercado de los productos químicos está integrado tanto por empresas nacionales como multinacionales.

Actualmente 33 empresas exportan los productos del capítulo 34, dentro de las cuales se destacan American Chemical S.A. (73%), Rhodia Uruguay S.A. (21%) y Enzur S.A. (5%) por liderar el sector.

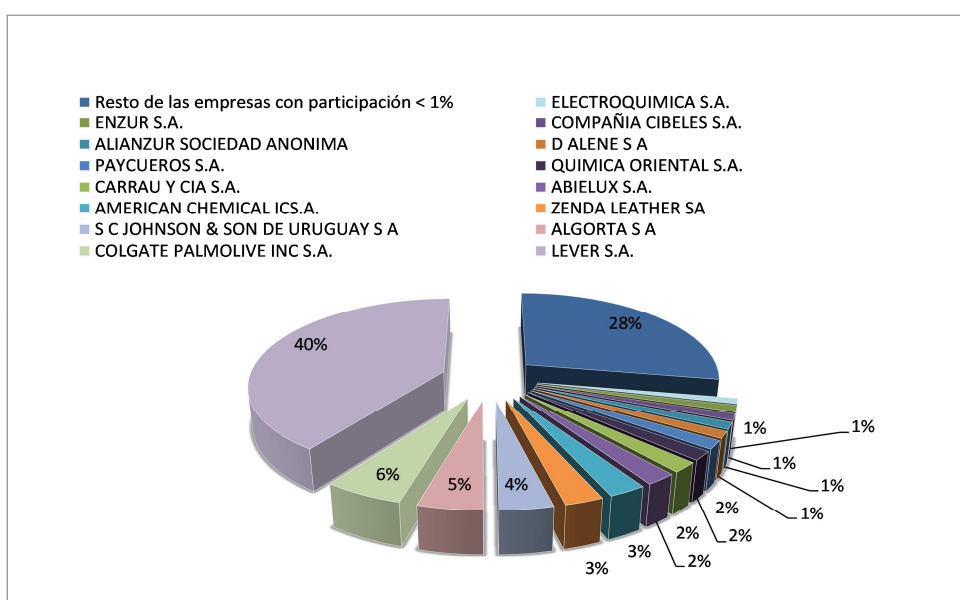
**FIGURA 3.10 – Empresas exportadoras de Productos Químicos**



Fuente: URUNET

Siguiendo la línea de análisis, las importaciones son realizadas por 853 empresas siendo las principales Lever S.A. (40%), Colgate Palmolive S.A. (6%) y Algorta S A (5%).

**FIGURA 3.11 – Empresas importadoras de Productos Químicos**



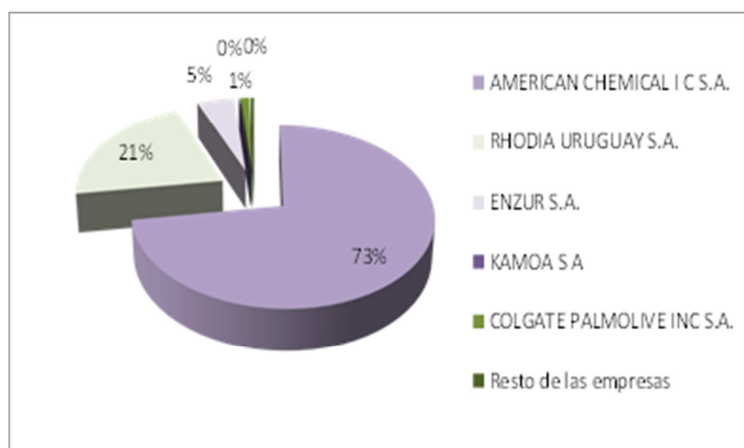
Fuente: UrUNET

En relación al consumo interno, las empresas que lideran el mercado son Unilever S.A. (55%), Colgate Palmolive S.A. (12%) y Electroquímica (18%).

**FIGURA 3.12 – Empresas exportadoras de detergentes y sustancias afines año 2011**

Exportador	US\$-FOB	%
AMERICAN CHEMICAL I C S.A.	55.455.053	73%
RHODIA URUGUAY S.A.	16.156.135	21%
ENZUR S.A.	3.579.217	5%
KAMOA S A	57.057	0%
COLGATE PALMOLIVE INC S.A.	842.376	1%
Resto de las empresas	286.189	0%
<b>TOTAL</b>	<b>76.376.028</b>	<b>100%</b>

Fuente: Urunet...

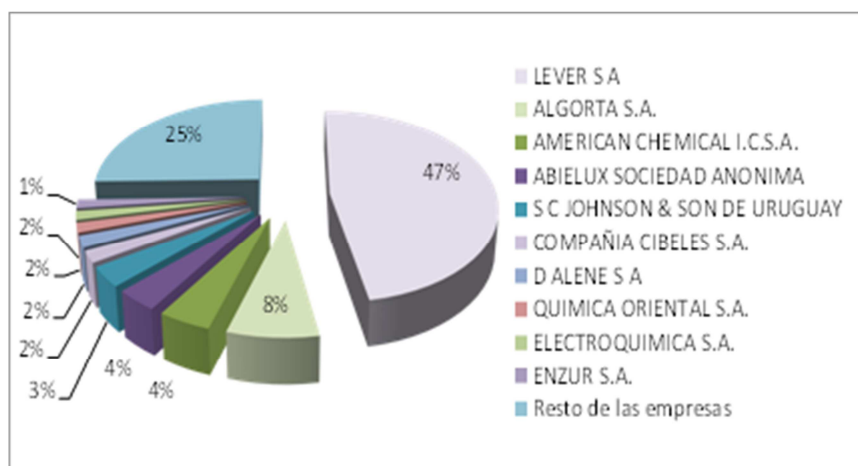


Las empresas exportadoras líderes del sector son: American Chemical (73%) Rhodia Uuguay S.A (21%) y Enzur (5%)

**FIGURA 3.13 – Empresas importadoras de detergentes y sustancias afines**

Importador	U\$S-CIF	%
LEVER S A	24.292.710	47,2%
ALGORTA S.A.	3.891.053	7,6%
AMERICAN CHEMICAL I.C.S.A.	2.254.185	4,4%
ABIELUX SOCIEDAD ANONIMA	1.840.708	3,6%
S C JOHNSON & SON DE URUGUAY	1.716.788	3,3%
COMPAÑIA CIBELES S.A.	1.025.167	2,0%
D ALENE S A	1.017.104	2,0%
QUIMICA ORIENTAL S.A.	842.808	1,6%
ELECTROQUIMICA S.A.	776.335	1,5%
ENZUR S.A.	755.051	1,5%
Resto de las empresas	13.047.649	25,4%
<b>TOTAL</b>	<b>51.459.558</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Urunet



Las empresas líderes importadoras son Lever (47%), Algorta SA (7.6%) y American Chemical (4.4%)

### **3.5.1 Breve reseña de empresas del sector**

American Chemical S.A.: Es una empresa familiar fundada en 1961. Desde el inicio se especializó en la fabricación de dos grandes líneas de productos químicos: para el mercado de curtiembres y para el mercado de detergentes y tensoactivos.

Tempranamente inició la actividad exportadora que de inmediato se transformó en una corriente continua de ventas al exterior.

American Chemical es actualmente líder en la fabricación de las siguientes líneas de productos químicos especiales: Curtientes, Recurtientes, Engrasantes & Auxiliares para el completo proceso del tratamiento del cuero. Tensoactivos biodegradables, para la fabricación de detergentes líquidos y en polvo, de uso industrial, doméstico y cuidado personal

Enzur S.A: Es una empresa que actúa en el sector de la industria microbiológica y química desde 1958. El equipo de trabajo es liderado por 2 ingenieros y la misma cuenta con un alto grado de formación técnica de los profesionales que lo integran.

Enzur SA desarrolla, fabrica y vende una completa gama de productos para diversos sectores de la producción: industrias del cuero, textil, cosmética, higiene, limpieza y domisanitarios, biocidas industriales, especialidades para el agro y la

agroindustria, productos para el tratamiento biológico de efluentes y especialidades químicas.

Kamoa SA: Leder Chemical SPA, nace en 1986 desarrollando la actividad de producción y comercialización de productos químicos para el sector curtidor. Desde su inicio, la dedicación y formación de sus integrantes llevó a una evolución constante y a la satisfacción completa de sus clientes en todos los mercados.

En enero de 2005 inicia sus actividades Kamoa S.A. - Leder Chimica en Uruguay. La creación y producción de nuevos productos, la formulación de recetas específicas para los artículos requeridos por los clientes y la calificada asistencia técnica, han sido la fortaleza y base del crecimiento continuo de la empresa.

Kamoa S.A opera en América del Sur a través de su planta de producción y por medio de una red de distribución con representantes en Brasil, Argentina, Venezuela, Ecuador, Chile y México.

Rhodia: Rhodia se estableció en Uruguay en 1949, como asiento de un laboratorio Rhône-Poulenc. Desde los años '60, Rhodia ha mantenido una presencia comercial en el país, con una oficina dedicada a la venta de productos de Rhodia para la industria uruguaya. Mecha para filtro de cigarrillo, ácido adípico, solventes oxigenados, sílice, hilos industriales para neumáticos, hilos textiles, agentes

radioactivos para el proceso de polimerización, plásticos de ingeniería y vainillina son los productos más populares de Rhodia en Uruguay.

La oficina de Uruguay administra varias sociedades con industrias locales para promover y mejorar las ventas de los productos Novecare de Rhodia en América Latina y exporta productos a países como Chile, Argentina, Brasil, Ecuador, Perú, Guatemala, Paraguay y Puerto Rico.

Electroquímica S.A.: En el año 1939 inicia la empresa como una fábrica de hipoclorito de sodio, lavandinas y productos industriales. En 1946 se transforma en Electroquímica S.A. comenzando a incursionar en productos de higiene y limpieza, como detergentes y desodorantes, entre otros.

En 1993 es la primer empresa en lograr el sello de calidad del LATU, para aguas lavandinas Sello Rojo y Blancanieves. En 1998 logra la Certificación de su Sistema de Gestión de Calidad según la norma ISO 9000 para toda su actividad. Hoy en día cuentan con más de 100 trabajadores, siendo una de las empresas con mayor fuerza en el país. Su constante desarrollo, su contribución permanente con la comunidad y el cuidado responsable del medio ambiente, confirman su imagen de empresa líder y prestigiosa.

Colgate Palmolive S.A.: Empresa multinacional de origen Estadounidense presente en más de 200 países, y en Uruguay desde hace 64 años.

Es una empresa líder en Uruguay, las marcas que trabajan son cremas dentales Colgate y Kolynos, enjuague bucal Plax, jabones Palmolive y Astral, desodorantes Speed Stick y Lady Speed Stick, limpiador líquido Fabuloso y detergente Axion.

Estas marcas cuentan con gran prestigio y son consumidas en todos los segmentos del mercado.

### **3.6 ENDEUDAMIENTO DEL SECTOR**

El crédito bruto a la industria química en el año 2011 ascendió a U\$S 421 millones, aumentando un 38% respecto al 2010.

El endeudamiento financiero del sector 3402 alcanzó los U\$S 50 millones, representando un 11 % del total.

Las líneas de financiamiento más utilizadas por éste sector son para cubrir necesidades de capital de trabajo y financiación de exportaciones.

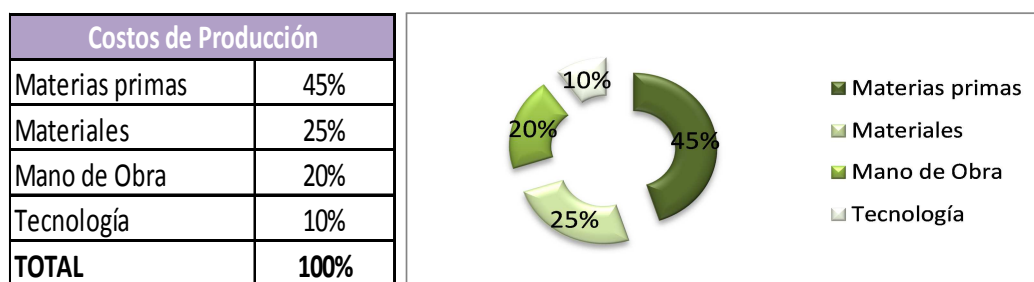


### 3.7 ESTRUCTURA DE COSTOS

De acuerdo a la información obtenida en las entrevistas realizadas, la estructura de costos de las empresas del sector es la siguiente: 30% costos de producción y 70% costos de administración y operativos.

A su vez, la estructura de costos de producción es la siguiente:

**FIGURA 3.14 – Costos de Producción**



Fuente: empresas entrevistadas

Los costos de administración y operativos incluyen los costos de distribución, marketing, controles de calidad, asistencia en los puntos de venta y merchandising entre otros. Los cuales hoy en día tienen un peso muy importante a la hora de ser competitivos en el mercado local e internacional.

### 3.8 PRECIOS DE VENTA

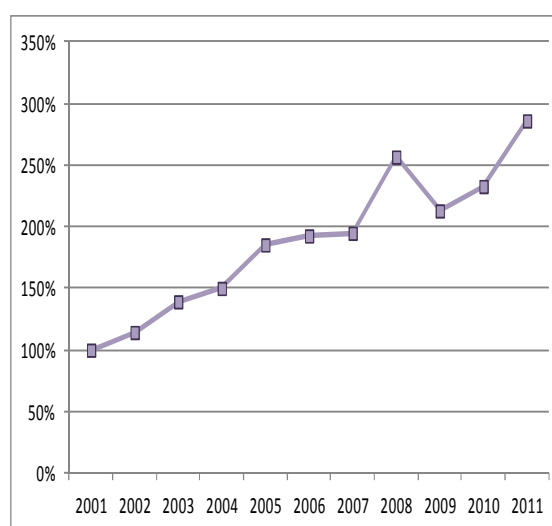
Los precios de venta de plaza se dividen de acuerdo a las clases de detergentes que se comercializan. Los detergentes de ropa presentan un precio de venta de U\$S 3,57 por kilo, mientras que el precio de venta de los detergentes de vajilla asciende a U\$S 1,72 por kilo.

Por otra parte, los precios promedios de exportación para el año 2011 alcanzaron los U\$S 1,75 por kilo a valores FOB.

**FIGURA 3.15 – Índices de precios de exportación**

Años	Precio promedio (U\$S / Kg)	Indice	Evolución respecto al año anterior
2001	0,61	100%	0%
2002	0,70	114%	14%
2003	0,85	139%	22%
2004	0,92	150%	8%
2005	1,14	185%	24%
2006	1,18	193%	4%
2007	1,20	195%	1%
2008	1,57	257%	32%
2009	1,31	213%	-17%
2010	1,43	233%	9%
2011	1,75	286%	23%

Fuente: Penta Transaction



Los precios promedios de exportación muestran una tendencia creciente desde el año 2001, presentando las mismas fluctuaciones que la tasa de crecimiento de la Industria Química.

Si bien en el año 2009 los precios sufrieron una importante caída, se puede observar que para el año 2010 lograron una pronta recuperación y retomaron la tendencia al alza que venían presentando.

### **3.9 MATERIAS PRIMAS**

Las materias primas se adquieren tanto en el mercado local como en el exterior, de manera de diversificar los riesgos.

En su mayoría derivan del petróleo teniendo una consistencia líquida, la cual es sometida a un proceso por el cual se crean moléculas para los detergentes. Una vez creadas las mismas, pasan por reactores y por ácido sulfúrico surgiendo así la materia prima.

Las materias primas se pueden adquirir en forma líquida, la cual se transporta en camiones cisterna o a través de barricas de 150 lts; o en forma sólida en bolsas de 20 a 25 Kgs.

Por otra parte, se pueden comprar bases concentradas que son un líquido espeso que después se diluye y a través de determinados tratamientos se transforma para obtener una base líquida o un determinado producto final. Estas bases se mezclan con distintas materias primas para lograr diversos productos terminados.

El transporte utilizado para trasladar las materias primas es a través de camiones para las que se compran en el mercado local y a través de barcos para las que se importan.

Existen empresas en el mercado local que están incursionando en la producción de sus propias materias primas de manera de abaratar sus costos.

Cuando las materias primas no son adquiridas en plaza sino que provienen del exterior; varias empresas del sector utilizan la admisión temporaria.

### **3.10 ASPECTOS TRIBUTARIOS Y CREDITICIOS DE INCIDENCIA EN EL SECTOR**

#### **3.10.1 Admisión Temporaria**

Este régimen se encuentra reglamentado por la Ley 18.184 del 27 de octubre de 2007 y el Decreto 505/009 del 3 de noviembre de 2009.

Dicha ley define la admisión temporaria como “la introducción a plaza, exenta de tributos, de mercaderías extranjeras procedentes del exterior del territorio aduanero nacional, con un fin determinado ajeno al consumo, para ser reexpedidas, dentro de determinado plazo, sea en el estado en que fueron introducidas o después de haber sido objeto de una transformación, elaboración,

reparación o agregación de valor determinados, con efectiva ocupación de mano de obra.

El régimen de Admisión Temporal es también aplicable a las máquinas y equipos de cualquier origen, que ingresen temporalmente para su reparación, mantenimiento o actualización”.

Los organismos que controlan éste sistema son la Dirección Nacional de Aduanas (DNA) y el Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU).

Para poder operar con éste régimen las empresas exportadoras deben de estar inscriptas en el LATU, así como también deben demostrar la necesidad de dicho insumo en su producción.

La empresa debe presentar ante el LATU una solicitud de importación en admisión temporal cada vez que desea utilizar éste régimen.

Una vez obtenida la autorización, se dispone de 18 meses para que dicha mercadería se incorpore al producto y sea reexpedida.

En los próximos capítulos analizaremos con mayor profundidad la utilización de dicho régimen y su aplicación en nuestro sector objeto de estudio.

### **3.10.2 Devolución de Tributos**

Uruguay cuenta con un sistema de Devolución de Tributos (reglamentado por el Decreto 230/007) para los exportadores, el mismo consiste en la devolución del 2% sobre el valor FOB de las exportaciones mensuales, dicho monto se obtiene a través de certificados de crédito solicitados a DGI.

Dichos certificados se tramitan al mes siguiente de otorgada la conformidad a la exportación por la DNA y se deberá acreditar la recepción de la mercadería por parte del comprador del exterior.

El fin de la devolución de tributos es que el exportador no traslade al precio de la mercadería los impuestos indirectos en los cuales incurrió y no podrá deducir.

Este sistema no se aplica a exportadores de productos que incorporen insumos importados cuyo valor CIF sea mayor al 80% del valor FOB de dicho producto.

### **3.10.3 IVA**

El IVA originado en la compra de insumos que integran el costo de los bienes exportados, se le es reintegrado al exportador mediante certificados de créditos en pesos uruguayos.

#### **3.10.4 Financiamiento de exportación del BCU**

Nuestro país tiene un régimen de financiamiento de exportaciones a través del BCU. Dicho régimen cubre la pre y la post financiación de exportaciones. La primera está destinada normalmente a la adquisición de materia prima, y gastos del proceso productivo; mientras que la segunda se utiliza para cubrir la brecha existente entre el momento en que se deben cubrir los gastos y se recibe la cobranza del exterior (dependiendo del plazo de pago acordado con el cliente), esto genera una necesidad financiera.

Este régimen funciona de la siguiente manera: el exportador mediante un banco comercial intermediario (no el BCU) firma un vale por el 100% del valor de venta (FOB) en dólares, dicho banco entrega al exportador el 70% o 90% del valor, el restante porcentaje se deposita en el BCU ya sea el 30% o el 10% del valor FOB. El plazo del financiamiento es de 6, 9 o 12 meses. Tanto el porcentaje a solicitar como el plazo son elegidos por el exportador.

El BCU paga intereses por el dinero en custodia pero sobre el 100% del valor FOB, no sobre un 30% o un 10% como debería ser.

El BCU entrega este dinero al banco comercial y éste lo retiene como pago a cuenta, una vez que el exportador reciba el dinero de su cliente pagará al banco comercial la diferencia entre el vale firmado (capital más intereses) menos los intereses recibidos por el BCU.

## **CAPÍTULO 4 - REALIDAD DEL MERCOSUR**

### **4.1 TRATADOS Y ACUERDOS PREVIOS AL MERCOSUR**

La organización mundial de comercio (OMC) es actualmente la base legal de todo el sistema multilateral de Comercio.

Los principios fundamentales del sistema multilateral de comercio OMC se encuentran basados en la no discriminación, estos son: la cláusula de la nación más favorecida y el trato nacional:

- Por cláusula de la nación más favorecida los miembros de la OMC se comprometen a otorgar a los productos y servicios de los países miembros un trato no menos favorable que aquel acordado a los productos procedentes de cualquier otro país.
- Por trato nacional se entiende que a los productos, servicios y ciudadanos que ingresen a un mercado se les concede un trato no menos favorable que el otorgado a los productos, servicios y ciudadanos de origen nacional.

Sin embargo la OMC estableció dos excepciones a lo antes citado:

- En el artículo XXIV del acuerdo, que permite la existencia de zonas de libre comercio y uniones aduaneras



- Cláusula de habilitación que establece un tratamiento preferencial a los países en vías de desarrollo (esta cláusula es el fundamento jurídico del Sistema Generalizado de Preferencias y algún otro régimen especial)

La ALALC (Asociación Latinoamericana de Libre Comercio) funcionó desde el año 1960 al 1980 con el objetivo de incrementar el comercio intrarregional. Los países fundadores fueron Argentina, Brasil, Chile, México, Paraguay, Perú y Uruguay, luego se sumaron Colombia, Ecuador, Venezuela y Bolivia.

Una de sus características principales era que todo su accionar se basaba en el principio de la multilateralidad, por lo que en principio, impedía los acuerdos parciales entre los países miembros. Para lograr un acuerdo todos los países tenían que integrar el mismo y actuar en consenso.

La ALALC fue la antecesora de ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración) constituida en el año 1980 mediante el Tratado de Montevideo, donde se estudió el desempeño de ALALC, el mismo dio como resultado que el avance había sido muy lento y el problema principal era el principio de la multilateralidad. En la realidad ocurría que países que por su proximidad geográfica tenían más afinidad habían estado avanzando en los procesos de integración de una manera más rápida, como esto no estaba permitido los países solicitaban a ALALC un “waiver”, esto era solicitar una especie de excepción a las normas. Como ejemplo de éstos en la década del 70 Uruguay profundizó su

relacionamiento comercial con Brasil a través de Protocolo de Expansión Comercial (PEC) y con Argentina a través del Convenio Argentino Uruguayo de Cooperación Económica (CAUCE).

Los acuerdos bilaterales juegan un papel decisivo en el comercio con Argentina, y un rol menos significativo con Brasil.

En el marco del PEC Brasil y Uruguay se conceden preferencias arancelarias frente a terceros países tan sólo en los segmentos y ramas carentes de ofertas nacionales. Uruguay importa de Brasil bienes de equipo y productos intermedios no disponibles en su mercado interno, exportando a su vez manufacturas pero más que nada productos alimenticios.

En el marco del CAUCE las exportaciones uruguayas a Argentina compiten en cambio en algunos segmentos con productos nacionales del mercado interno del país receptor. Dicha competencia en tales sectores se limita prohibiendo que las importaciones desde Uruguay sobrepasen el 5% de la oferta del mercado interno. Viceversa las exportaciones Argentinas a Uruguay cubren básicamente – como en el caso de Brasil- bienes de equipo y productos intermedios, complementando por lo tanto la oferta de mercado interno en Uruguay.

En el Tratado de Montevideo de 1980 se pudo observar que si bien ALALC no permitía acuerdos parciales, en la realidad había muchos waivers y por lo tanto fue obvia la necesidad de los mismos, en consecuencia una de las principales

modificaciones que tuvo el tratado y la política general de ALADI fue permitir los acuerdos parciales entre sus países miembros. La ALADI propicia la creación de un área de preferencias económicas en la región, con el objetivo final de lograr un mercado común latinoamericano, los países miembros son: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

Entre los años 1984 y 1989 Argentina y Brasil suscribieron 24 protocolos bilaterales, en los que se regulaban diversas áreas. En 1990 Argentina y Brasil suscribieron y registraron en ALADI un acuerdo de Complementación Económica, en el que sistematizaron y profundizaron los acuerdos bilaterales y comerciales preexistentes. En ese mismo año representantes de dichos países se reunieron con autoridades de Uruguay y Paraguay, ocasión en la cual éstos últimos expresaron la firme disposición de sus países de incorporarse al proceso bilateral en curso. Se convino entonces que era necesario suscribir un acuerdo creando un mercado común cuatripartito.

Los mecanismos de integración de ALADI son: una preferencia arancelaria regional que se aplica a productos originarios de los países miembros frente a los aranceles vigentes para terceros países; acuerdos de alcance regional (comunes a la totalidad de los países miembros) y acuerdos de alcance parcial, con la participación de dos o más países del área.

ALADI es el “paraguas” que alberga a importantes acuerdos de integración subregional como ser Comunidad Andina de Naciones y Mercosur.

ALADI es la que certifica ante el mundo que tenemos un acuerdo de integración regional llamado Mercosur y que por lo tanto no es aplicable la cláusula de la nación más favorecida.

El Mercosur surge a partir del Tratado de Asunción suscrito el 26 de marzo de 1991 por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, con el objeto de constituir un mercado común para fines del año 1994.

Este mercado común implica, según establece el art. 1 del Tratado de Asunción, la libre circulación de bienes, servicios y factores productivos entre los países. A su vez, implica también el establecimiento de un arancel externo común y la adopción de una política comercial común en relación a terceros estados o agrupaciones de estados. También se prevé la coordinación de políticas macroeconómicas y sectoriales entre los estados parte para asegurar condiciones adecuadas de competencia entre los mismos.

El Tratado fija como principales instrumentos para constituir el mercado común:

- Un programa de liberación comercial consistente en rebajas arancelarias y eliminación de otro tipo de trabas no arancelarias hasta llegar al arancel cero (con regímenes especiales para Paraguay y Uruguay).

- Coordinación de políticas macroeconómicas.
- Arancel externo común.
- Acuerdos sectoriales

Por otro lado, los estados parte se comprometen a tratar a los productos de los demás estados parte de igual forma que a los productos nacionales en cuanto a impuestos, tasas y otros gravámenes (art. 7 del Tratado de Asunción).

El Tratado de Asunción crea como órganos del Mercosur al Consejo del Mercado Común y al Grupo Mercado Común.

El Consejo del Mercado Común es el órgano superior del Mercosur, y le corresponde la conducción política y la toma de decisiones para alcanzar el mercado común. Estará integrado por los Ministros de Relaciones Exteriores y Ministros de Economía de los estados parte. El Consejo se reúne cada vez que se considere necesario y por lo menos una vez al año con los presidentes de los estados parte.

Por otra parte, el Grupo Mercado Común es el órgano ejecutivo del Mercosur y será coordinado por los Ministerios de Relaciones Exteriores y podrá establecer los sub grupos de trabajo que se estimen necesarios.

El Grupo estará integrado por 4 miembros titulares y 4 miembros alternos por país que representen al Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Economía y Banco Central.

Posteriormente, en diciembre del año 1994 se aprobó el Protocolo de Ouro Preto que establece la estructura institucional del Mercosur poniendo fin al período de transición inicial.

El artículo 1 del Protocolo de Ouro Preto establece como órganos del Mercosur:

- El Consejo del Mercado Común
- El Grupo Mercado Común
- La Comisión de Comercio del Mercosur
- La Comisión Parlamentaria Conjunta
- El Foro Consultivo Económico-Social
- La Secretaría Administrativa del Mercosur

El Protocolo establece a su vez el funcionamiento de los órganos y sus atribuciones, el sistema de toma de decisiones, el modo de solución de controversias y directivas de funcionamiento general.

Como está establecido en el artículo 20 del Tratado de Asunción, la adhesión al mismo está abierta mediante negociación para países miembro de ALADI luego de 5 años de vigencia del Tratado. Es así que figuran como estados asociados al Mercosur Bolivia, Chile, Ecuador, Perú, Colombia y Venezuela.

Venezuela hoy en día es miembro pleno.

## 4.2 FORMAS DE INTEGRACIÓN

Área de Preferencia Arancelaria: área integrada por dos o más países que gravan todo o parte del comercio recíproco con aranceles inferiores a los que aplican a mercaderías a terceros países.

Zona de Libre Comercio: área común entre dos o más países en la cual se eliminan todas las trabas arancelarias y para-arancelarias al comercio recíproco, pero en la cual cada país mantiene su arancel propio frente a terceros países.

Unión Aduanera: además de libre comercio entre los países miembros, incluye un arancel externo común frente a terceros países, así como una política comercial y estrategias de negociación comunes frente al resto del mundo.

Mercado Común: es una Unión aduanera a la que se le agregan la libre movilidad de factores productivos (mercaderías, personas, capitales) entre los países miembros. Contempla la coordinación de políticas macroeconómicas y sectoriales entre los miembros. Puede, además, requerir de la armonización de las legislaciones nacionales.

Unión Económica (o Unión Económica y Monetaria): espacio integrado por dos o más países donde se eliminan las trabas arancelarias y para-arancelarias, se suprimen las restricciones al libre intercambio de bienes y circulación de bienes,

servicios y factores coordinan las políticas macroeconómicas y supone la armonización legislativa además de fijarse un sistema monetario común. Los países ceden parte de su soberanía ante la aparición de organismos supranacionales, cuyas decisiones son obligatorias para todos los países miembros en forma automática.

Unión Política: nivel de integración que supone la unificación de la dirección y gobierno de la política y de la economía interna como externa de los países que la conforman.

ALADI desde siempre ha sido un área de preferencia arancelaria, aunque con vocación de llegar algún día a un Mercado Común Latinoamericano.

Al momento de suscribir el acuerdo del Mercosur teníamos acuerdos de integración con ALADI, acuerdos parciales con Argentina (PEC) y Brasil (CAUCE) por lo tanto nos encontrábamos en un Area de Preferencia Arancelaria.

El Mercosur con vocación inicial de llegar a ser un mercado común (para lo cual se había fijado originalmente como plazo el 1/1/95 pero que ahora se ha dejado sin fecha). Actualmente estamos a nivel de una unión aduanera imperfecta, ya que existen excepciones a la liberación del comercio en la zona además de excepciones al arancel común.



#### **4.3 ANÁLISIS DEL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS TRAZADOS POR EL MERCOSUR**

- Libre circulación de bienes y servicios: se cumplió sólo en los bienes, con algunas excepciones, en cuanto a servicios se sigue negociando.
- Factores productivos: no se cumplió.
- Establecimiento de un arancel externo común: sí se cumplió
- Negociación conjunta con terceros estados o asociaciones de estado se ha encarado de esa forma pero sin mucha eficacia al respecto.
- Políticas macroeconómicas y sectoriales: no se cumplió, no existe una moneda común, ni política fiscal, ni Banco Central común

#### **4.4 CERTIFICADO DE ORIGEN**

Uno de los documentos que se utiliza en la exportación de mercaderías puede ser el certificado de origen, éste no es siempre necesario.

El uso más difundido de los certificados de origen es cuando el país importador aplica aranceles diferenciales, como el caso del Mercosur.

Para que los productos se puedan comercializar a arancel cero deben contar con el certificado de origen Mercosur.

Existen varios criterios para determinar el origen de una mercadería:

- Criterio de lo totalmente producido: éste criterio es el más sencillo de todos y es aplicado a productos de origen primario como las cosechas, los minerales extraídos del territorio nacional, etc.
  
- Criterio del mínimo suficiente: en un mundo globalizado y con productos que tienen mucho valor agregado, cada vez es más frecuente ver que un producto industrial tenga componentes de orígenes sumamente diversos. Para determinar cuál es el origen que prima de esa mercadería existen 3 criterios del mínimo suficiente:
  - Criterio del salto arancelario: todas las mercaderías son clasificadas con una posición arancelaria, esto es un código numérico de 10 dígitos en el caso de Uruguay, dividido en capítulos, subcapítulos, partidas, etc.

Cuando se produce el salto en la numeración y sobre todo el cambio de capítulo en la codificación de esas mercaderías, se dice que el producto final es del lugar donde se produjo la última etapa aunque no se le haya agregado demasiado valor a la mercadería original.

- Criterio del porcentaje mínimo de insumos: en el Mercosur está admitido que podamos traer insumos de afuera de la región siempre y cuando el valor CIF de esos componentes no supere el 40 % del valor FOB del producto final que se va a exportar.
  
- Criterios técnicos: el cumplimiento de ciertos procesos técnicos en un determinado país le dan el origen al producto en ese país aunque la mercadería provenga de otros lugares, es decir el origen es el país donde se cumpla con éste proceso técnico.

#### 4.5 TRANSACCIONES INTRA Y EXTRA MERCOSUR

Los cuadros a continuación representan las evoluciones de las exportaciones e importaciones uruguayas desde y hacia los países integrantes del Mercosur correspondientes al período 2001 – 2011.

**FIGURA 4.1 Exportaciones globales de Uruguay a los países del Mercosur**  
(FOB miles U\$S)

Copartícipe	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011 (*)	Totales	2011%
Argentina	316.366	113.343	155.166	223.298	266.928	301.975	442.983	507.039	345.614	573.518	590.991	3.837.221	28,32%
Brasil	440.695	431.790	470.863	483.642	458.246	584.261	731.527	986.623	1.099.064	1.421.774	1.618.735	8.727.220	64,40%
Paraguay	82.805	61.685	47.798	58.532	55.812	58.347	77.210	106.935	84.534	159.833	193.401	986.892	7,28%
<b>Totales</b>	<b>839.866</b>	<b>606.818</b>	<b>673.827</b>	<b>765.472</b>	<b>780.986</b>	<b>944.583</b>	<b>1.251.720</b>	<b>1.600.597</b>	<b>1.529.212</b>	<b>2.155.125</b>	<b>2.403.127</b>	<b>13.551.333</b>	<b>100,00%</b>

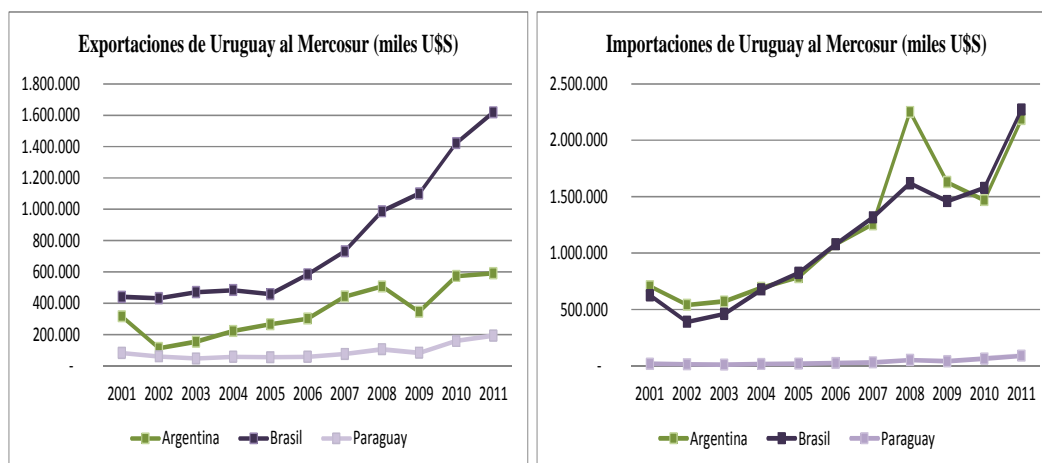
Fuente: ALADI

**FIGURA 4.2 Importaciones globales de Uruguay desde los países del Mercosur (CIF miles U\$S)**

Coparticipa	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011 (*)	Totales	2011%
Argentina	705.789	540.625	571.684	691.461	785.716	1.078.548	1.254.981	2.249.962	1.628.291	1.468.890	2.185.957	13.161.904	51%
Brasil	625.884	389.602	459.767	676.525	824.684	1.077.865	1.314.636	1.617.998	1.459.760	1.578.114	2.271.709	12.296.544	48%
Paraguay	18.330	13.666	10.661	16.141	20.145	25.853	30.615	51.284	41.476	63.639	90.241	382.051	1%
<b>Totales</b>	<b>1.350.003</b>	<b>943.893</b>	<b>1.042.112</b>	<b>1.384.127</b>	<b>1.630.545</b>	<b>2.182.266</b>	<b>2.600.232</b>	<b>3.919.244</b>	<b>3.129.527</b>	<b>3.110.643</b>	<b>4.547.907</b>	<b>25.840.499</b>	<b>100%</b>

Fuente: ALADI

(\*) Estimamos el mes de diciembre 2011 bajo el supuesto que las ventas de enero a noviembre 2011 fueron lineales



De la información expuesta surge que el principal socio de Uruguay en el Mercosur en cuanto a las exportaciones es Brasil representando un 64,36% en el total de las mismas.

En cuanto a las importaciones el liderazgo lo tiene Argentina pero en forma muy poco significativa ya que representa el 51% mientras que Brasil lo hace en un 48% del total de importaciones.

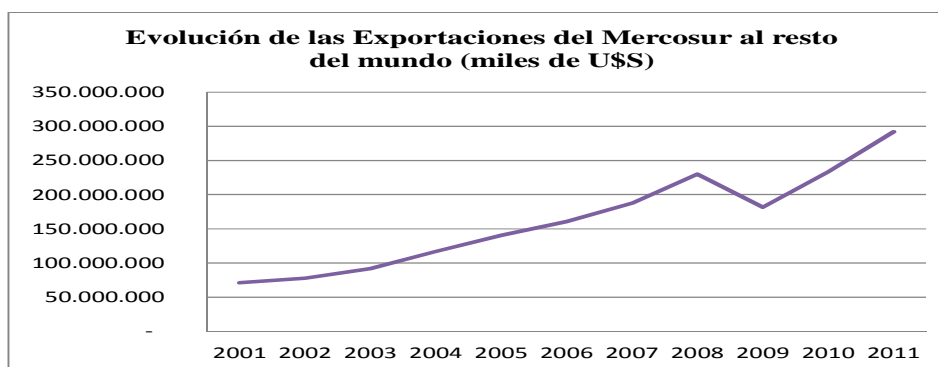
Apreciando al Mercosur como un solo país podemos observar cual es la proporción que representan los países integrantes del mismo en el total de las transacciones con el resto del mundo.

En los cuadros siguientes se observan las relaciones comerciales que mantiene el Mercosur en el período 2001 a 2011.

**FIGURA 4.3 Exportaciones globales del Mercosur al resto del mundo (FOB miles U\$S)**

Coparticipa	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2011%
Argentina	18.787.253	19.664.601	23.581.058	27.368.694	32.048.719	35.818.037	42.574.885	52.468.019	40.941.979	49.804.699	61.480.515	21,06%
Brasil	50.582.428	56.011.778	66.186.055	86.095.690	104.407.654	120.907.371	139.958.171	171.388.122	134.374.183	176.182.638	223.139.812	76,45%
Paraguay	466.914	432.071	502.613	1.209.936	1.375.687	986.809	1.467.131	2.279.782	2.246.696	2.996.716	2.688.498	0,92%
Uruguay	1.216.174	1.682.961	1.530.913	2.158.393	2.621.387	3.033.531	3.337.960	3.853.853	3.853.853	4.584.544	4.584.544	1,57%
<b>Total</b>	<b>71.054.770</b>	<b>77.793.413</b>	<b>91.802.642</b>	<b>116.834.717</b>	<b>140.455.452</b>	<b>160.747.754</b>	<b>187.340.154</b>	<b>229.991.784</b>	<b>181.418.720</b>	<b>233.570.607</b>	<b>291.895.380</b>	<b>100%</b>

Fuente: ALADI



En términos generales las exportaciones del Mercosur muestran una evolución creciente en los últimos 10 años.

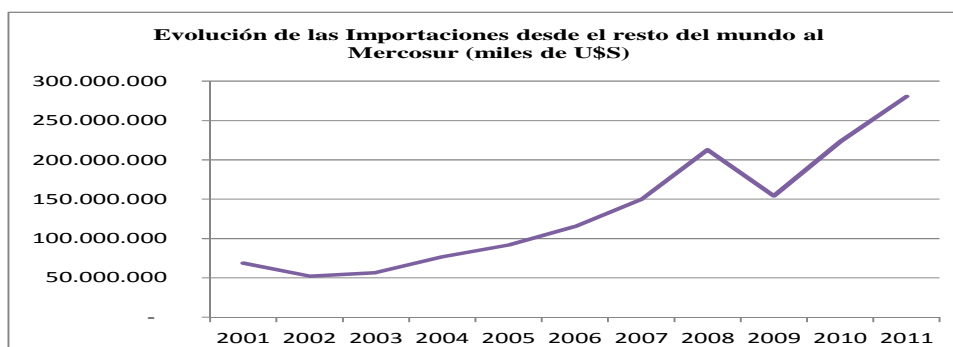
Los países integrantes que más peso tienen son Brasil y Argentina con un 76.45% y un 21,06 % respectivamente; el tercero es Uruguay con un 1,57% y el menos

representativo es Paraguay con un 0,92% en el total de las exportaciones al resto del mundo.

**FIGURA 4.4 Importaciones globales desde el resto del mundo al Mercosur**  
(CIF miles U\$S)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2011%
Argentina	14.358.927	6.154.249	8.593.529	14.032.976	17.522.757	21.329.991	28.859.769	37.153.086	25.976.125	37.400.486	50.370.078	17,95%
Brasil	51.669.565	44.324.017	45.377.937	59.436.277	70.108.762	86.395.212	114.471.740	166.812.144	119.986.893	174.265.612	217.642.546	77,56%
Paraguay	1.046.980	754.150	1.505.734	1.524.032	2.057.944	4.817.664	3.229.746	5.166.204	4.411.851	6.138.642	7.153.148	2,55%
Uruguay	1.718.158	1.020.345	1.115.751	1.730.046	2.166.654	2.592.201	3.020.028	3.777.135	3.777.135	5.459.090	5.459.090	1,95%
Total	68.795.631	52.254.762	56.594.953	76.725.335	91.858.122	115.137.074	149.583.290	212.910.577	154.154.013	223.265.840	280.626.873	100%

Fuente: ALADI



En relación a las importaciones, las mismas tienen una tendencia similar que las exportaciones durante los últimos 10 años.

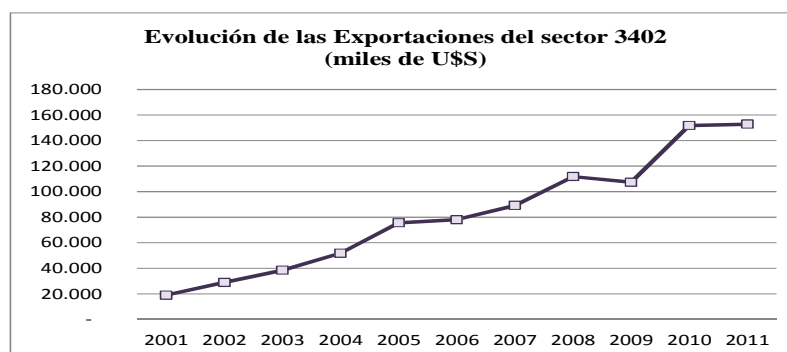
Brasil es el país que más peso tiene en el total de importaciones desde el resto del mundo al Mercosur, representando un 77.56%, lo siguen Argentina y Uruguay con un 17.95% y 2.56% respectivamente.

A continuación veremos el comportamiento de las transacciones del Mercosur con el resto del mundo en cuanto a nuestro objeto de estudio, es decir realizaremos el análisis descripto precedentemente pero ahora en relación al capítulo 3402.

**FIGURA 4.5 Exportaciones del Mercosur al resto del mundo de detergentes y sustancias afines (FOB miles U\$S)**

SubPartidas	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2011%
Uruguay	127	187	280	881	3.293	4.377	6.462	9.832	8.605	11.773	12.233	8,01%
Argentina	8.702	12.318	14.703	23.623	37.832	39.311	47.115	54.334	52.497	67.303	72.965	47,75%
Brasil	10.132	16.459	23.525	27.336	34.478	34.296	35.453	47.657	46.107	72.477	67.310	44,05%
Paraguay	5	4	6	25	43	107	134	-	121	190	294	0,19%
<b>Total</b>	<b>18.966</b>	<b>28.968</b>	<b>38.514</b>	<b>51.865</b>	<b>75.646</b>	<b>78.091</b>	<b>89.164</b>	<b>111.823</b>	<b>107.330</b>	<b>151.743</b>	<b>152.802</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: ALADI



**FIGURA 4.6 Importaciones desde el resto del mundo al Mercosur de detergentes y sustancias afines (CIF en miles U\$S)**

SubPartidas	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2011%
Uruguay	3.894	3.330	2.972	4.573	5.355	4.707	5.870	7.136	6.170	8.511	10.971	2,44%
Argentina	70.493	40.359	51.307	66.886	58.233	64.887	83.563	97.785	81.920	95.140	117.449	26,14%
Brasil	75.058	75.815	75.452	104.845	104.772	106.951	149.021	201.087	171.367	230.242	311.297	69,29%
Paraguay	668	379	462	553	629	2.653	4.655	9.407	5.977	7.965	9.540	2,12%
<b>Total</b>	<b>150.113</b>	<b>119.883</b>	<b>130.193</b>	<b>176.857</b>	<b>168.989</b>	<b>179.198</b>	<b>243.109</b>	<b>315.415</b>	<b>265.434</b>	<b>341.858</b>	<b>449.257</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: ALADI



Fuente: ALADI

En el resto del mundo se incluyen estados asociados que tienen exoneraciones de aranceles, por ejemplo Venezuela

Con el objetivo de iniciar nuestra investigación hemos realizado un análisis de las exportaciones de Uruguay al Mercosur de productos de las industrias químicas o productos conexos.



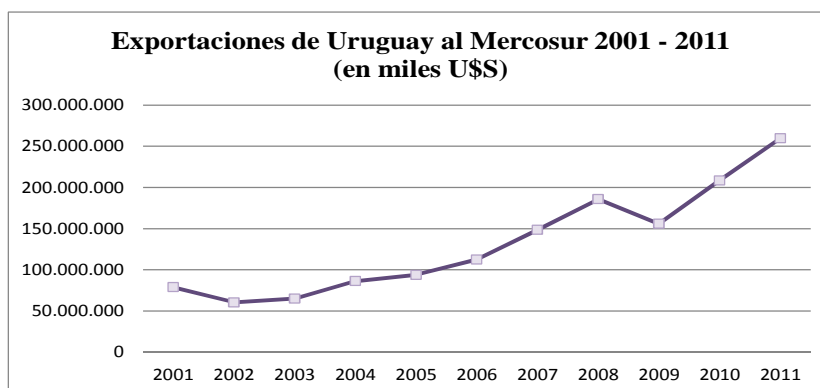
Plasmamos la información obtenida en Uruguay XXI en el siguiente cuadro comparativo, en el mismo se incluyen los importes exportados en dólares estadounidenses desde el año 2001 a 2011.

**FIGURA 4.7 – Exportaciones de Uruguay al Mercosur de Productos Químicos**

NCM	Descripción	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
28	Productos químicos inorgánicos; compuestos inorgánicos u orgánicos de los metales preciosos	8.401.641	6.357.174	4.256.503	8.175.046	11.433.446	14.601.418	17.709.033	19.173.494	16.795.604	12.977.726	11.930.095
29	Productos químicos orgánicos	11.377.104	8.506.671	2.662.703	2.260.619	1.483.095	2.407.501	3.513.563	5.617.688	4.339.100	4.097.284	6.721.529
30	Productos farmacéuticos	19.092.578	13.303.829	11.134.818	15.351.450	19.254.798	20.250.725	23.271.550	30.593.892	30.114.792	33.299.061	44.070.260
31	Abonos	10.200.851	9.152.010	10.770.832	16.214.690	9.957.512	8.669.999	24.993.756	24.078.303	13.910.027	29.481.472	39.541.586
32	Extractos curtientes o tintóreos; taninos y sus derivado	13.806.923	11.162.837	14.889.740	13.859.242	12.958.396	14.637.688	15.670.989	19.022.206	15.470.088	22.532.785	29.392.014
33	Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética	4.025.572	1.321.871	627.444	689.387	1.073.555	555.544	590.448	688.321	1.351.103	1.940.673	1.660.266
34	Jabón, agentes de superficies orgánicas	4.595.278	4.569.128	14.481.609	20.546.344	29.342.704	33.199.284	43.241.990	55.068.984	52.704.807	51.701.095	64.327.254
35	Materias albuminoideas; productos a base de almidón o de fécula modificados; colas; enzimas	1.404.941	1.700.982	567.035	1.070.473	1.132.870	1.244.561	2.325.156	861.592	1.533.806	2.720.162	2.132.188
36	Pólvoras y explosivos; artículos de pirotecnia; fósforos	0	16.149	0	0	0	0	0	0	0	0	11.880
37	Productos fotográficos o cinematográficos.	23.921	11.244	50.559	29.532	18.671	66.393	24.334	29.074	14.485	16.727	7.894
38	Productos diversos de las industrias químicas	5.927.752	4.432.742	5.583.076	8.163.593	7.320.708	16.768.690	17.159.100	30.582.259	19.661.871	49.676.865	60.006.013
Total General		78.856.559	60.534.638	65.024.319	86.360.375	93.975.755	112.401.805	148.499.920	185.715.814	155.895.683	208.443.850	259.800.978

Fuente: Uruguay XXI

**FIGURA 4.8 – Evolución de las exportaciones de Uruguay al Mercosur de Productos Químicos en el período 2001-2011**



Fuente: Uruguay XXI

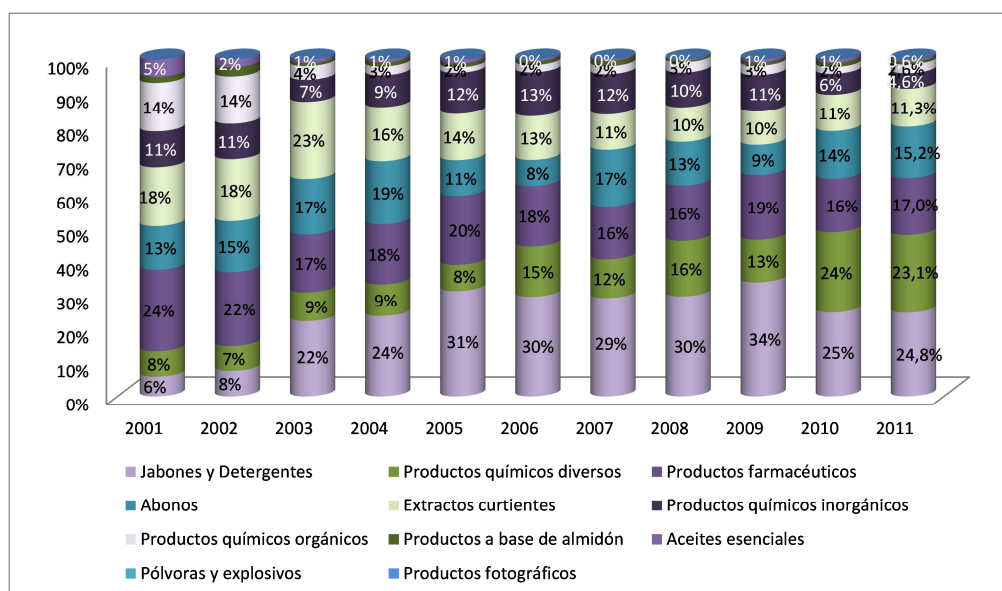
En términos generales podemos decir que las exportaciones de Uruguay al Mercosur han tenido una tendencia creciente en el periodo 2001-2011, más allá del breve punto de inflexión que representó el año 2009.

Esta tendencia creciente se aprecia en la mayoría de los productos aunque los principales exponentes son los incluidos en el capítulo 34 “Jabón, agentes de superficies orgánicas, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ceras artificiales, ceras preparadas, productos de limpieza, velas y artículos similares, pastas para moldear y ceras para odontología” (con un crecimiento del 1.300% en el periodo), productos diversos de las industrias químicas (912%), abonos (287%, aunque el desarrollo de este sector se aprecia en los últimos años del periodo) farmacéuticos (130%).

El rubro que presenta menos desarrollo, sin lugar a dudas es el de pólvoras y explosivos ya que presenta un comportamiento completamente errático con exportaciones solo en los años 2002 y 2011.

Contrariamente a la tendencia general, podemos apreciar que los productos fotográficos (-67%), aceites esenciales (-58.76) y productos químicos orgánicos (-40.92) presentan un comportamiento a la baja, pero con guarismos sustancialmente menores que los incrementos en los otros sectores.

**FIGURA 4.9 – Evolución de las exportaciones de la Industria Química al Mercosur**



Fuente: Uruguay XXI

Como ya mencionamos en capítulos anteriores, nos abocaremos en el capítulo 34 (Jabones y Detergentes) por ser el que representa mayor peso en las exportaciones de la industria química.

La evolución del sector 3402 en el período 2001 – 2011 muestra un constante crecimiento, que si bien en los años 2009 y 2010 sufrió un descenso, en el año 2011 retomó la tendencia creciente que venía mostrando previo a la crisis.

## Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines

---



Fuente: Uruguay XXI

Según el análisis realizado en el capítulo 3 en relación a la evolución de las exportaciones y el peso que representa el Mercosur en las mismas, se observa que su creación beneficio el intercambio comercial entre los países miembros e incrementó las transacciones comerciales con el resto del mundo.

## **CAPÍTULO 5 – MARCO TEÓRICO**

Hay quienes consideran la competitividad nacional como un fenómeno macroeconómico, motivado por factores variables como los tipos de cambio, las tasas de interés y el déficit gubernamental.

Otros argumentan que la competitividad es función de una mano de obra barata y abundante, no obstante si la principal meta económica de una nación es producir un alto nivel de vida para sus ciudadanos, estaríamos ante una contradicción.

La productividad es el valor del producto generado por unidad de trabajo o de capital. Siguiendo a Michael Porter La ventaja competitiva de las naciones (1990) diremos que ninguna nación puede ser competitiva en todo y exportadora neta de todo. La competencia internacional ayuda a mejorar la productividad.

El comercio internacional y las inversiones extranjeras brindan, por una parte, la oportunidad de elevar el nivel de productividad nacional y por otra, una amenaza para aumentarla o incluso mantenerla.

La apertura al comercio internacional permite que una nación eleve su productividad al eliminar la necesidad de producir todos los bienes y servicios dentro de la misma nación. Por esta razón una nación puede especializarse en aquellos sectores y segmentos en los que sus empresas sean relativamente más productivas e importar aquellos productos y servicios en los que sus empresas

sean menos productivas que sus rivales extranjeras, elevando de esta manera el nivel medio de productividad de la economía.

## 5.1 LA CADENA DE VALOR Y LA VENTAJA COMPETITIVA

### 5.1.1 La Cadena de Valor

Cada empresa es un conjunto de actividades que se desempeñan para diseñar, producir, llevar al mercado, entregar y apoyar a sus productos. Todas esas actividades pueden ser representadas usando una cadena de valor, como se puede ver en la figura que se muestra a continuación.

**FIGURA 5.1 Cadena de Valor**



Fuente: [www.estrategiamagazine.com](http://www.estrategiamagazine.com)

La cadena de valor despliega el valor total, y consiste en las actividades de valor y del margen.

Margen: Es la diferencia entre el valor total y el costo colectivo de desempeñar las actividades de valor.

Actividades de Valor: Son las distintas actividades que realiza una empresa. Se dividen en dos tipos:

- **Actividades Primarias**: Son las involucradas en la creación física del producto, su venta y transferencia al comprador; así como la asistencia posterior a la venta.

Se dividen a su vez en las cinco categorías genéricas: logística interna, operaciones, logística externa, marketing y ventas y servicios post ventas

- **Actividades de Apoyo**: Sustentan a las actividades primarias y también se apoyan entre sí.

Cuando comparamos la cadena de valor de la organización con la de otros competidores llegamos a definir la ventaja competitiva. Esta es una función de lo acertadamente que una empresa pueda gestionar todo el sistema de valor. La cadena de valor ofrece un medio de comprender las fuentes de ventaja en costos.

### **5.1.2 La Ventaja Competitiva**

Según Michael Porter, la ventaja competitiva se crea y se mantiene mediante un proceso altamente localizado. Las diferencias a escala nacional en estructuras económicas, valores, culturas, instituciones e historias contribuyen profundamente al éxito competitivo.

Dado que las empresas desempeñan un papel estelar en el proceso de creación de la ventaja competitiva, el comportamiento de las empresas debe ser parte integrante de una teoría de la ventaja nacional.

Son las empresas, no las naciones, quienes compiten en los mercados internacionales.

La unidad básica de análisis para comprender la competencia es el sector. Un sector estratégicamente diferenciado comprende productos en que las fuentes de ventaja competitiva son similares.

Las empresas, por medio de la estrategia competitiva, tratan de definir y establecer un método para competir en su sector que sea rentable a la vez que sostenible. No hay una estrategia competitiva universal y sólo podrán alcanzar el éxito las estrategias adaptadas al sector en particular y a las técnicas y activos de una empresa en particular.



### 5.1.2.1 Estrategia Competitiva

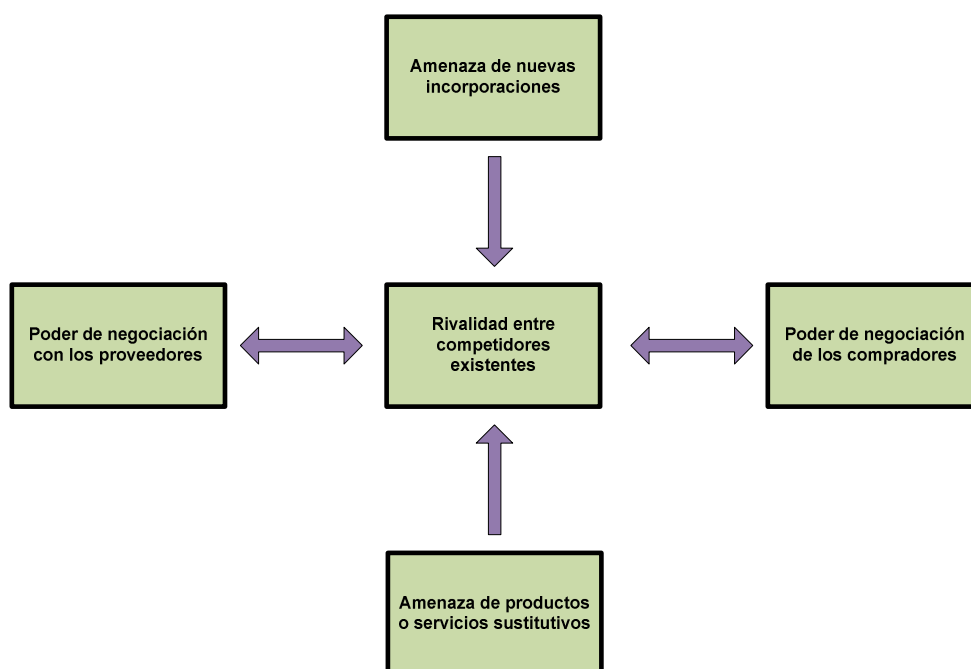
La elección de la estrategia se basa en dos aspectos:

#### La estructura del sector en el que compete la empresa

Los sectores difieren notablemente en la naturaleza de la competencia, y no todos los sectores ofrecen las mismas oportunidades para conseguir una rentabilidad sostenida.

En cualquier sector, tanto si es nacional como internacional, la naturaleza de la competencia se compone de 5 fuerzas competitivas:

**FIGURA 5.2 Fuerzas Competitivas de Porter**



La intensidad de las cinco fuerzas determina la rentabilidad a largo plazo del sector en cuestión.

Las cinco fuerzas competitivas conforman los precios que pueden cobrar las empresas, los costos que tienen que soportar y las inversiones necesarias para competir en el sector.

### **La estructura del sector en el que compete la empresa**

En el centro del posicionamiento está la ventaja competitiva. Hay dos tipos de ventaja competitiva: el costo inferior y la diferenciación.

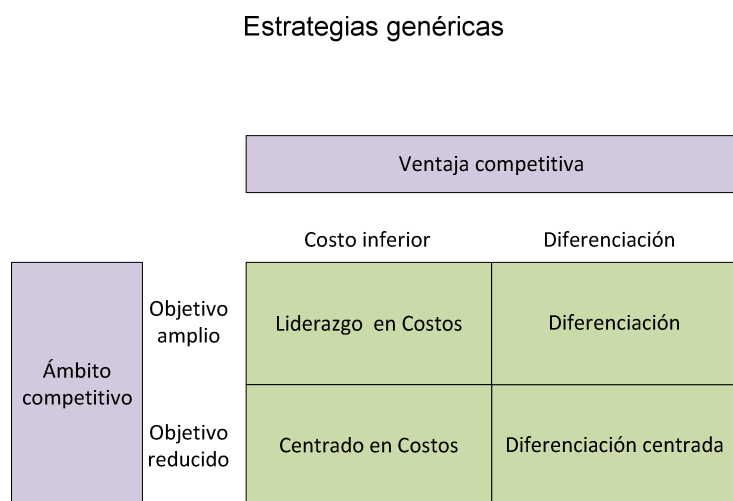
El primero viene dado por la capacidad de una empresa para diseñar, fabricar y comercializar un producto comparable más eficientemente que sus competidores. A precios iguales o parecidos a los de los competidores, el coste inferior se traduce en rendimientos superiores.

El segundo, la diferenciación es la capacidad de brindar al comprador un valor superior y singular en términos de calidad, características especiales y servicio posventa del producto.

La ventaja competitiva de cualquiera de estos dos tipos se traduce en una productividad más alta que la de los competidores. La empresa que trabaja con costes inferiores fabrica una cantidad dada de producción, con el empleo de menos insumos que sus competidores. La empresa que trabaja con una clara diferenciación consigue unos ingresos por unidad de productos superiores a los de sus competidores.

No hay un tipo de estrategia que sea apropiada para todos los sectores, pero diferentes estrategias pueden coexistir con todo éxito en muchos sectores. El peor error estratégico es plantearse en el medio o tratar de seguir simultáneamente todas las estrategias.

**FIGURA 5.3 Estrategias de Porter**



Otra variable importante en el posicionamiento es el ámbito competitivo. Una de las razones de que éste sea importante se debe a que los sectores están segmentados. Prácticamente en todos los sectores hay diferentes variedades de productos, múltiples canales de distribución y diferentes tipos de clientes.

El valor definitivo que crea una empresa se mide por el precio que los compradores están dispuestos a pagar por su producto o servicio. Todas las actividades de la cadena del valor contribuyen a acrecentar el valor para el comprador.

### **5.1.2.2 Creación de la Ventaja Competitiva**

Según Michael Porter, las empresas crean ventaja competitiva al percibir o descubrir nuevas y mejores formas de competir en un sector y trasladarlas al mercado, lo que deriva en un acto de innovación. La innovación puede manifestarse en cambios en los productos, cambios en los procesos, nuevos enfoques de marketing, nuevas formas de distribución y nuevos conceptos de ámbito.

Las causas más habituales de innovaciones que derivan en ventaja competitiva son:

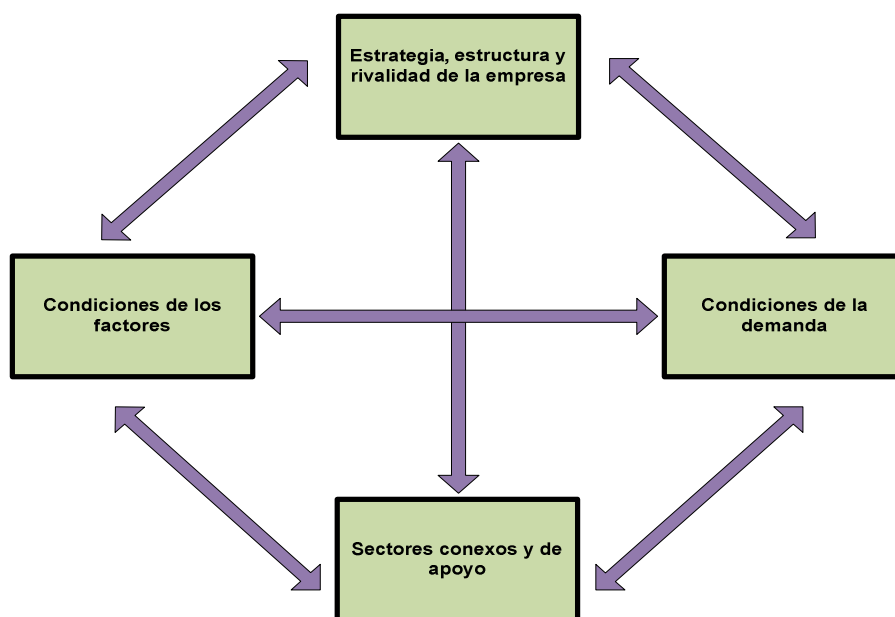
- Nuevas tecnologías: el cambio tecnológico puede crear nuevas posibilidades para el diseño de un producto, la forma de comercialarlo, producirlo o entregarlo y los servicios auxiliares que se prestan.
- Nuevas o cambiantes necesidades del comprador: los compradores contraen nuevas necesidades o sus prioridades cambian significativamente.
- La aparición de un nuevo segmento sectorial.
- Cambio en los costos o disponibilidad de los insumos: esto es por reflejo de nuevas condiciones en los sectores proveedores o por la posibilidad de utilizar un tipo de calidad de insumo nuevo o diferente.
- Cambio en las disposiciones gubernamentales: Los ajustes en la naturaleza de las disposiciones gubernamentales en lo concerniente a aspectos tales

como las normas de los productos, los controles medioambientales, las restricciones a la entrada y las barreras comerciales, son otros estímulos habituales para las innovaciones que a su vez dan como resultado la ventaja competitiva. Los líderes sectoriales han adaptado sus actividades a un régimen regulador específico y un cambio en ese régimen puede dejarles incapacitados para reaccionar.

## 5.2 EL DIAMANTE DE PORTER

El Diamante de Porter o de la competitividad, se compone de cuatro determinantes que conforman el entorno en que han de competir las empresas locales y que fomenta o entorpece la creación de la ventaja competitiva.

**FIGURA 5.4 El Diamante de Porter**



## **5.2.1 Determinantes de la Ventaja Competitiva**

### **5.2.1.1 Condiciones de los Factores**

Los factores de producción son los insumos necesarios para competir en cualquier sector, tales como mano de obra, tierra cultivable, recursos naturales e infraestructura. Los factores más importantes para la ventaja competitiva en la mayoría de los sectores especialmente en los sectores más vitales para el crecimiento de la productividad en las economías avanzadas, no son heredables sino que se crean dentro de una nación, mediante procesos que difieren considerablemente de unas a otras naciones y entre los sectores de estas.

Los factores pueden agruparse en unas cuantas categorías genéricas:

- Recursos humanos: la cantidad, cualificación y coste del personal (incluida la dirección), teniendo en cuenta las horas normales de trabajo y la ética de trabajo dominante.
- Recursos físicos: la abundancia, calidad, accesibilidad y coste de la tierra, agua, yacimientos minerales, reservas madereras, fuentes de energía hidroeléctrica, zonas pesqueras y otros recursos minerales.

Las condiciones climatológicas pueden considerarse una parte integrante de los recursos físicos de una nación que pueden hacerse con su localización geográfica y tamaño.

La localización respecto a otras naciones que sean proveedoras o clientes afecta a los costes de transporte y a la facilidad de los intercambios culturales y empresariales.

- Recursos de conocimiento: la dotación que la nación tenga de conocimientos científicos, técnicos y de mercado que porten para los bienes y servicios. Las fuentes de conocimientos se encuentran en las universidades, organismos estatales de investigación, las entidades privadas de investigación, las instituciones oficiales de estadísticas, informes y bases de datos sobre la investigación de mercado y otras fuentes.
- Recursos de capital: la cuantía y coste del capital disponible para financiar la industria. La cuantía total de recursos de capital de un país y las formas en que se aplican se ven afectadas por la tasa nacional de ahorro y por la estructura de los mercados nacionales de capital.
- Infraestructura: el tiempo, calidad y coste para los usuarios de la infraestructura disponible y que afecte a la competencia con inclusión del sistema de transporte, de la red de comunicaciones, los servicios postales, de mensajería, paquetería, los métodos de pago de transferencia de fondos, etc.

### **5.2.1.2 Condiciones de la Demanda**

Son las condiciones de la demanda interior para el producto o el servicio del sector. Tres atributos genéricos de la demanda interior son especialmente significativos:

- La composición de la demanda interior (o naturaleza de las necesidades del comprador): la composición de la demanda interior conforma el modo en el que las empresas perciben, interpretan y dan respuesta a las necesidades del comprador.

Las naciones consiguen ventaja competitiva en los sectores o segmentos sectoriales donde la demanda interior brinda a las empresas locales una imagen de las necesidades del comprador más clara o temprana que la que pueden tener sus rivales extranjeros. Las naciones también consiguen ventaja si los compradores locales presionan a las empresas locales para que innoven más de prisa y alcancen ventajas competitivas más refinadas en comparación con sus rivales extranjeros.

- La magnitud y pautas del crecimiento de la demanda interior: si la demanda interior es lenta a la hora de reflejar las nuevas necesidades, sobre todo las necesidades más refinadas, las empresas de esa nación están en desventaja. La temprana o abrupta saturación es tan significativa como la temprana penetración al mercado interior. La temprana penetración ayuda a las empresas locales a arraigarse y prestigiarse. La temprana



saturación las obliga a seguir innovando y perfeccionando. Un mercado interior saturado crea unas intensas presiones para bajar los precios, introducir nuevas características, mejorar el rendimiento del producto y ofrecer otros incentivos para que los compradores se animen a cambiar los productos antiguos por versiones más modernas.

La saturación aumenta la rivalidad local, obliga a recortar los costes y a una reestructuración de las empresas más débiles.

El resultado final suele ser la desaparición de unas cuantas empresas locales y la supervivencia de las restantes, fortalecida y más innovadora.

Otra consecuencia bastante frecuente de la saturación del mercado interior son los vigorosos esfuerzos por parte de las empresas de una nación para penetrar los mercados extranjeros, con objeto de mantener el crecimiento e incluso hacer una plena utilización de la capacidad. La saturación del mercado interior es particularmente beneficiosa si se combina con un crecimiento próspero de los mercados extranjeros

- Mecanismos mediante los cuales se transmiten a los mercados extranjeros las preferencias domésticas de una nación: si los compradores existentes en la nación para un producto o servicio son móviles o compañías multinacionales, esto crea una ventaja para las empresas de la nación porque los compradores domésticos también son compradores extranjeros. Otros medios por los que se transmite la demanda interior son las alianzas políticas o los vínculos históricos que influyen en las naciones extranjeras,

tales como el sistema jurídico, las normas técnicas o de productos y las preferencias a la hora de comprar.

### **5.1.2.3 Sectores conexos y de apoyo**

La presencia en una nación de un sector conexo internacionalmente acreditado brinda muchas oportunidades para el flujo de información y los intercambios técnicos, de forma muy semejante al caso de los proveedores localizados en la propia nación.

Las empresas de una nación obtienen el máximo beneficio cuando sus proveedores son, a su vez, competidores a escala mundial. La presencia en una nación de sectores competitivos que guardan conexión unos con otros lleva frecuentemente al nacimiento de nuevos sectores competitivos.

### **5.1.2.4 Estructura, estrategias y rivalidad de la empresa**

Son las condiciones vigentes en la nación respecto a cómo se crean, organizan y gestionan las compañías, así como la naturaleza de la rivalidad doméstica.

Las circunstancias nacionales afectan mucho a la forma en que las empresas van a gestionarse y a competir. Aunque no hay nación donde exista uniformidad entre todas sus empresas, el contacto nacional crea unas tendencias suficientemente fuertes para ser inmediatamente apreciables a los ojos de cualquier observador.

No hay un sistema de dirección que sea universalmente apropiado. Las naciones tenderán a alcanzar el éxito en sectores en que las prácticas directivas y las formas de organización propiciadas por el entorno nacional sean adecuadas para las fuentes de ventaja competitiva de los sectores.

Se dan importantes diferencias nacionales en las prácticas y enfoques de gestión en áreas tales como la formación, la capacitación y orientación de los líderes, el estilo de grupo en vez del jerárquico, la fortaleza de la iniciativa individual, los medios para la toma de decisiones, la naturaleza de las relaciones con los clientes, la capacidad de coordinar unas y otras funciones, la actitud hacia las actividades internacionales y la relación entre los trabajadores y la dirección.

Estas diferencias en los métodos de dirección y las técnicas de organización crean ventajas y desventajas a la hora de competir en diferentes tipos de sectores.

Las relaciones entre trabajadores y dirección son particularmente significativas en muchos sectores porque resultan extremadamente decisivas para la capacidad de las empresas para mejorar e innovar.

Las naciones tienen éxito en algunos sectores en particular porque su entorno doméstico es el más dinámico y el más estimulante, e incita e impulsa a las empresas a modernizar y ampliar el ámbito de sus ventajas con el transcurso del tiempo.

La vigorosa competencia local no sólo incita las ventas en el propio país sino que presiona a las empresas domésticas para que vendan en el extranjero con el objetivo de crecer. Particularmente cuando hay economías de escala, los competidores locales se fuerzan entre sí a mirar al exterior en busca de mayor eficacia y superior rentabilidad.

El efecto que las condiciones de la demanda vayan a ejercer sobre la ventaja competitiva depende también de otras partes del diamante. Sin una fuerte rivalidad doméstica, por ejemplo, el rápido crecimiento del mercado interior o un gran mercado interior pueden inducir a la autocomplacencia en lugar de estimular la inversión.

El diamante de Porter es un sistema mutuamente autoreforzante. El efecto de un determinante depende del estado de los otros. Las ventajas de un determinante también pueden crear o perfeccionar ventajas en otros.

Hay otras dos variables que pueden influir de forma muy importante en el sistema nacional y que son:

- La casualidad: los acontecimientos casuales suceden fuera del contexto de las empresas. Crean discontinuidades que pueden bloquear o dar nueva forma a la estructura del sector y brindar la oportunidad de que las empresas de una nación ocupen los puestos de otras. Dentro de estas casualidades se encuentran: variaciones en costos, fluctuaciones en el tipo

de cambio, cambios en los mercados financieros mundiales, aumentos impredecibles de la demanda mundial o regional y decisiones políticas de gobiernos extranjeros.

- El gobierno: la política gubernamental influye en la estrategia, estructura y rivalidad de la empresa, por medio de mecanismos tales como la regulación de los mercados de capitales, la política fiscal y la legislación antitrust.

Existen condiciones previas para el avance competitivo, las cuales son: Mecanismos de creación de factores, motivación, rivalidad interior, perfeccionamiento de la demanda, desventajas selectivas en los factores, capacidad para la formación de nuevas empresas.

Estas fuerzas no solamente son necesarias de manera independiente, si no que constituyen un círculo provechoso en el que una refuerza a la otra.

Las empresas están a la vanguardia de la competencia internacional. Se deben de buscar y explotar con todo interés las fuentes de ventaja competitiva nacional más importantes, las que derivan de la mejora, la innovación y el cambio.

## **CAPÍTULO 6 – CONTRASTACIÓN DE LA TEORÍA CON LA REALIDAD**

### **6.1 ANÁLISIS FODA**

El análisis FODA es una herramienta de fácil uso para obtener una rápida visión general de la situación estratégica de una empresa. A través del mismo se evalúan los puntos fuertes y débiles de una organización.

	<b>Situación Interna</b>	<b>Situación Externa</b>
<b>Puntos fuertes</b>	<p><u>Fortalezas</u></p> <p>Son características que posee la empresa o sector y la posiciona en un mejor lugar frente a sus competidores.</p>	<p><u>Oportunidades</u></p> <p>Son características externas a la empresa o sector que ayudan a cumplir las metas estratégicas.</p>
<b>Puntos débiles</b>	<p><u>Debilidades</u></p> <p>Son aquellos factores de la empresa o del sector que provocan una posición desfavorable frente a la competencia</p>	<p><u>Amenazas</u></p> <p>Son características del ambiente externo a la empresa o sector que impiden alcanzar las metas estratégicas</p>

La matriz FODA es tanto una herramienta de análisis como un instrumento que nos permite identificar estrategias.

### **6.1.1 FODA del sector**

#### **Fortalezas:**

- Las empresas del sector cuentan con la tecnología adecuada y los conocimientos necesarios como para poder elaborar los productos y crear nuevas fórmulas
- Las empresas del sector procuran seguir estándares de calidad y mejora continua, así como también llevan a cabo políticas de responsabilidad social empresarial.
- Dichas compañías invierten en su capital humano, generando ambientes de trabajo agradables para sus empleados.

#### **Debilidades:**

- La inversión inicial para la instalación de una empresa es elevada.
- Los consumidores internos prefieren consumir marcas conocidas y con gran publicidad en lugar de probar nuevas marcas.

**Oportunidades:**

- Nuestro país cuenta con mano de obra capacitada e idónea en la materia.
- Uruguay es un polo logístico para América Latina, particularmente para el Mercosur.
- La infraestructura existente en Uruguay es adecuada, contando con buenas carreteras y puertos para realizar el transporte de materias primas y productos terminados.
- La estabilidad económica y política de nuestro país es determinante para los inversionistas a la hora de iniciar un nuevo proyecto.
- Las instituciones financieras ofrecen a las empresas exportadoras líneas de financiamiento.
- El mercado uruguayo es pequeño, por lo cual es posible cubrir la demanda del producto en poco tiempo, no siendo necesaria mucha infraestructura para poder hacerlo. Esto puede incentivar a las empresas a buscar nuevos mercados para ampliar sus horizontes.
- Uruguay cuenta con la ampliación de mercado que significa el MERCOSUR y con tratados de libre comercio con otros países lo que facilita la comercialización de los productos.



- Existe un fluido acceso a las materias primas, tanto a las provistas por el mercado local, como desde el exterior.

**Amenazas:**

- Una baja cotización del dólar afecta a las empresas del país a la hora de competir en los mercados extranjeros, debido al descalce de moneda existente entre sus ingresos y egresos.
- Las crisis económicas que puedan surgir en los países vecinos como Argentina y Brasil, repercuten en nuestro país como consecuencia del acuerdo comercial existente.

## **6.2 BARRERAS DE ENTRADA DE PORTER**

Porter identificó seis barreras de entrada a través de las cuales las empresas pueden obtener una ventaja competitiva. Las mismas son:

- **Economías de escala:** a través de grandes volúmenes de producción se logra una reducción significativa de los costos, lo cual conlleva a una disminución de los precios. Los nuevos competidores se verán obligados a ingresar al mercado con precios bajos.

Las principales empresas del sector han procurado generar importantes infraestructuras a través de las cuales logran satisfacer la demanda interna así como también llegar con sus productos al mercado externo.

La oportunidad que tienen de poder colocar su producción en ambos mercados, los lleva a obtener economías de escala a través de las cuales logran reducir sus costos y ser más competitivos con menores precios.

- **Diferenciación del producto:** si una corporación diferencia y posiciona fuertemente su producto, las nuevas empresas deberán realizar cuantiosas inversiones para reposicionar a su rival.

Dada la segmentación del mercado, las grandes empresas logran diferenciar sus productos ya que cuentan con marcas reconocidas tanto a nivel local como internacional. Esto representa una importante ventaja competitiva frente a pequeñas empresas que recién están incursionando en el sector.

Aunque las grandes empresas cuenten con este factor distintivo, para conservar su posicionamiento en el mercado deben destinar parte de su presupuesto a los rubros de marketing y publicidad.

Por otra parte, las pequeñas empresas que no son tan conocidas en el mercado ni pueden realizar grandes inversiones en marketing y publicidad procuran diferenciar sus productos alcanzando buenos estándares de calidad.

- **Inversiones de capital:** si una corporación tiene fuertes recursos financieros tendrá una mejor posición competitiva frente a competidores más pequeños. Lo cual le permitirá permanecer más tiempo en el mercado.

Esta barrera no se encuentra en el mercado ya que si bien la producción de productos químicos requiere la utilización de tecnología, ésta no es difícil de conseguir ya sea adquiriéndola o arrendándola.

- **Desventaja en costos independientemente de la escala:** son ventajas en costos que poseen las compañías establecidas en el mercado que no pueden ser igualadas por potenciales competidores independientemente de su tamaño y sus economías de escala.

Las grandes empresas que integran nuestro sector, con gran trayectoria y marcas conocidas a nivel internacional, crean una barrera a la hora del ingreso de nuevas empresas al mercado.

Los consumidores al momento de elegir un producto optan por los más publicitados y por aquellos que cuentan con un atractivo diseño.

- **Acceso a los canales de distribución:** los nuevos competidores deben persuadir a los distribuidores para que acepten sus productos mediante reducción de precios y aumentos de márgenes de utilidad para el canal, compartir costos de promoción del distribuidor, comprometerse en

mayores esfuerzos promocionales en el punto de venta, etc, lo que reducirá las utilidades de la compañía entrante.

De las entrevistas realizadas sólo una de ellas tiene un acuerdo con una empresa distribuidora en Brasil para abaratar costos y poder ser competitivos en cuanto a precios de venta en ese mercado.

- **Política gubernamental:** éstas pueden limitar o hasta impedir la entrada de nuevos competidores expidiendo leyes, normas y requisitos.

En nuestro país esta barrera no existe.

### **6.3 CONTRASTACIÓN DEL MODELO DEL DIAMANTE DE PORTER CON LA REALIDAD DEL SECTOR**

En el modelo del diamante de Porter interactúan cuatro elementos que deben funcionar adecuadamente para lograr el éxito competitivo de los sectores. Los mismos son:

- **Condición de los factores**

Según Porter existen dos clases de factores, los de uso general tal como trabajo no calificado y materiales que cualquier compañía puede obtener; y los factores especializados tales como trabajo calificado, capital e infraestructura que implican una fuerte y constante inversión. Éstos

últimos son los únicos que generan una ventaja competitiva ya que no son fáciles de alcanzar.

### Recursos humanos

Para la elaboración y comercialización de los productos químicos se requiere mano de obra calificada. Nuestro sistema educativo es gratuito en los tres niveles, motivo por el cual la población cuenta con fácil acceso para lograr su desarrollo profesional. Uruguay cuenta con la Facultad de Química de la Universidad de la República en la cual se logran obtener los conocimientos necesarios para trabajar en el sector.

Por todo lo mencionado anteriormente en el mercado uruguayo existan recursos humanos con alta capacitación. Esta característica representa una ventaja competitiva a la hora de seleccionar un país para instalarse.

En relación a la capacidad empresarial, en la actualidad, en nuestro país se pueden encontrar empresarios capacitados, dispuestos a asumir riesgos y con habilidad para combinar los recursos en forma eficiente de modo de dirigir importantes emprendimientos.

Estas características son esenciales a la hora de gerenciar una compañía, ya que de lo contrario se vería afectado tanto su funcionamiento como su continuidad.

Un ejemplo negativo, que corresponde al pasado, se dió en lo ocurrido con la empresa BAO.

Esta era una empresa líder en el mercado uruguayo en relación a la elaboración y comercialización de jabones y detergentes. Debió cerrar por problemas de gestión o por falta de competitividad. Sus trabajadores formados en régimen de cooperativa continuaron las actividades de la misma, pero también estos fracasaron.

Dado que el sector ha demostrado ser competitivo ya que fueron surgiendo nuevas empresas nacionales y otras lograron mantenerse, consideramos que dicho fracaso se asocia a la falta de capacidad empresarial para gestionar la empresa

#### Materias primas

En cuanto a los recursos físicos las materias primas se pueden conseguir tanto en plaza como en el extranjero. Dado que en su mayoría las materias primas de nuestro producto derivan del petróleo y nuestro país no es productor, se supone que el costo de las mismas sería más elevado en Uruguay que en otro país. Por lo tanto a la luz de la teoría de Porter este sería un factor negativo no encontrándose ventaja competitiva en la nación.

En caso de que las empresas quisieran realizar toda la cadena productiva, lo cual implicaría elaborar sus propias materias primas, encontrarían una limitante ya que en Uruguay la única empresa autorizada en importar petróleo crudo es ANCAP.

Si bien esta es una empresa estatal sin fines de lucro, en términos de Porter depender de un único proveedor, sería un factor negativo por los riesgos que esto implica.

De la recopilación de datos estadísticos y las entrevistas realizadas observamos que las materias primas provienen en su mayoría de Argentina. Existen otras que se importan desde Europa, Asia y EEUU. Asimismo surge que el régimen de Admisión Temporal es muy utilizado.

#### Infraestructura

Nuestro país tiene una ubicación estratégica que lo convierte en un polo logístico en América del Sur, aunque no es productor de petróleo, su cercanía geográfica con los principales centros de distribución y consumo de la región, como son Argentina y Brasil, otorgan una importante ventaja competitiva ya que dichos países son los principales proveedores de materia prima así como también los principales destinos de nuestras exportaciones.

Cuenta con una muy buena infraestructura a través del sistema de transporte marítimo y terrestre así como también una importante disponibilidad en cuanto a servicios de energía y comunicaciones. Sus puertos y carreteras son adecuados para realizar el intercambio de materias primas y productos terminados.

### Recursos de capital

En relación a los recursos de capital, el sistema financiero uruguayo brinda confianza y estabilidad, ofreciendo una alta gama de productos financieros para las empresas del sector. A pesar de esto, las empresas químicas presentan un bajo nivel de endeudamiento con respecto a otras ramas de actividad.

En la actualidad el sector no presenta grandes inversiones en investigación y desarrollo.

- **Condiciones de la demanda**

Cuando en una economía existen clientes exigentes ejercen presiones sobre las empresas, provocando que las mismas busquen continuamente mejorar su competitividad, innovando y perfeccionando la calidad de sus productos.

En cuanto a la composición de la demanda interior, Uruguay es un mercado muy pequeño por lo cual no se cumple la teoría de Porter que establece que dicha demanda brinde a las empresas una imagen de las necesidades del comprador más temprana que los rivales extranjeros.

Sin embargo, si miramos al Mercosur como un mercado ampliado se podría decir que las empresas pueden acceder a otros mercados que si no fuera por la existencia del Mercosur no llegarían a abordar a esos clientes o tener que innovar



o perfeccionara la calidad de sus productos para competir con las demás empresas del mercado regional.

Podemos concluir si observamos al Mercosur como un bloque, que el mismo le brinda al sector la posibilidad de participar en un mercado creciente al mismo tiempo que exigente, cumpliendo así con la teoría de Porter.

- **Sectores conexos y de apoyo**

La presencia en una nación de un sector conexo internacionalmente acreditado brinda muchas oportunidades para el flujo de información y los intercambios técnicos, de forma muy semejante al caso de los proveedores radicados en la propia nación. La proximidad y la similitud cultural facilitan en gran manera tal intercambio.

Para la adquisición de materias primas se trabaja tanto con proveedores locales como extranjeros, dentro de los cuales el mayor porcentaje se importa desde de los países miembros del Mercosur. La cercanía geográfica y la similitud cultural facilitan el intercambio comercial.

- **Estructura, estrategias y rivalidad de la empresa**

No existe un sistema de dirección universalmente apropiado. Las naciones tenderán a alcanzar el éxito en sectores en que las prácticas directivas y las

formas de dirección propiciadas por el entorno nacional sean adecuadas para la fuerte ventaja competitiva de los sectores.

La importancia y trascendencia que tiene la competencia con alta rivalidad y la saturación temprana de la demanda local, obliga a traspasar fronteras a través de las exportaciones.

El mercado uruguayo está segmentado entre empresas nacionales e internacionales funcionando en un régimen de competencia.

En el mercado local no se cumple la teoría de Porter ya que no existe rivalidad doméstica dado que es un mercado muy pequeño. Si tomamos al Mercosur como un mercado ampliado, podemos observar la existencia de rivalidad a nivel global entre las empresas que lideran el sector.

Aquellas organizaciones que tienen sucursales en distintos países enfocan su competitividad a nivel mundial y no solamente en un país o en una región.

- **Papel del gobierno**

Según Porter el gobierno tiene gran influencia en la creación de ventajas competitivas. En nuestro país, si bien existen ciertos beneficios para algunos sectores de actividad, no se cuenta con políticas que protejan o fomenten la producción nacional.

Por otra parte, Uruguay cuenta con un régimen de Admisión Temporal a través del cual el gobierno permite ingresar materias primas y productos de extra zona sin cobrar aranceles, siempre y cuando dicha mercadería sea incorporada a un producto y reexportada. Para contar con este beneficio el producto ingresado no puede permanecer por un período mayor a 18 meses en territorio nacional desde que se obtiene la autorización del LATU.

Dentro de los países miembros del Mercosur, el único que cuenta con la Admisión Temporal es Uruguay. Nuestro país ya contaba con éste régimen previo a la creación del Mercosur. Una vez creado el mismo, acordó con los restantes países la continuidad en la aplicación de dicho régimen. Este acuerdo se ha ido renovando históricamente cada 2 años. Actualmente según el decreto 20/09 su vigencia es hasta el 2016.

Los productos incluidos en el sector 3402 van a contar con el certificado de origen Mercosur siempre y cuando las materias primas empleadas para su elaboración cumplan con los siguientes requisitos:

- Si provienen de intra zona, dado que las materias primas tiene origen Mercosur el producto final mantendrá dicho origen.
- Si provienen de extra zona, el producto final contará con origen Mercosur siempre y cuando el valor CIF de sus componentes no supere el 40% del valor FOB del producto.

La diferencia que existe entre realizar una importación bajo el régimen de admisión temporaria y régimen común con origen Mercosur, es que si bien en ambas están exentas de impuestos a las importaciones, la diferencia entre una y otra es que en las importaciones de origen Mercosur se está exento del pago de imaduni y recargos, mientras que en el régimen de admisión temporaria además de tener exonerados éstos tributos se exonera del pago de iva importación y anticipo de iva importación.

Como mencionamos anteriormente la mayor parte de las materias primas provienen de Argentina. Las mismas se importan bajo el régimen de admisión temporaria.

- **La casualidad**

Según Porter son sucesos que se producen fuera del contexto de las empresas y cuya ocurrencia es involuntaria a las mismas. Dentro de estos factores podemos encontrar como ya mencionamos anteriormente el tipo de cambio, decisiones políticas de gobiernos extranjeros y desastres naturales.

Si bien Porter considera la variación el tipo de cambio como dentro de los factores casuales, la realidad indica que dicha variación no es casual sino que es inherente a las políticas de cada país. Este es un factor clave para un país a la hora de ser competitivo en la comercialización de sus productos en el exterior.

## **CAPÍTULO 7 – CONCLUSIONES**

En el presente capítulo realizaremos una síntesis de nuestro trabajo de investigación con el fin de destacar los aspectos más relevantes del mismo, arribando a las conclusiones que hemos podido extraer del estudio y análisis del sector objeto de estudio.

Iniciamos nuestra investigación enfocándonos en las exportaciones de productos químicos al Mercosur, encontrando que los productos químicos más exportados se encuentran incluidos en el capítulo 34 de NCM “Jabón, agentes de superficies orgánicas, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ceras artificiales, ceras preparadas, productos de limpieza, velas y artículos similares, pasta para moldear, ceras para odontología y preparaciones para odontología en base a yeso fraguable”

A su vez, dentro de los capítulos que integran este sector pudimos observar que el que mayor peso tiene es el 3402 “Agentes de superficies orgánicos (excepto el jabón), preparaciones de lavar (incluidas las preparaciones auxiliares para el lavado) y preparaciones para limpieza, aunque contengan jabón, excepto la de las partidas 3401” representando el 96 % de las exportaciones del capítulo 34 de Uruguay al Mercosur durante el período 2001 – 2011.

Las materias primas utilizadas para la preparación de nuestros productos provienen en su mayoría del petróleo. Se adquieren tanto en el mercado local como en el extranjero, entendiéndose por tal países miembros del Mercosur (Argentina y Brasil en su gran mayoría) o países extrazona.

El mercado se encuentra conformado tanto por empresas nacionales como multinacionales funcionando en régimen de competencia.

Las principales empresas importadoras de detergentes y productos afines son Lever S.A. y Algorta S.A. y American Chemical S.A.

Dentro de las empresas exportadoras se distinguen American Chemical S.A., Rhodia Uruguay S.A. y Enzur S.A.

Si observamos la estructura de costos, el mayor peso se le adjudica a los costos de administración y operativos que representan un 70%, correspondiendo el 30% restante a los costos de producción. Dentro de estos últimos, los más significativos son los costos de materias primas y materiales que representan el 70%.

Es un sector que mantiene un bajo endeudamiento en la plaza financiera, utilizando mayormente para su financiamiento fondos propios.

Los precios de venta presentaron una relación lineal con la tasa de crecimiento de la industria química, mostrando un descenso de los mismos en el año 2009 con motivo de la crisis mundial, retomando en el año 2010 la tendencia creciente.

Las importaciones durante el año 2011 del capítulo 34 representaron un 0,81% del total del país, correspondiendo un 60% a nuestro objeto de estudio. La mayor parte de las importaciones proviene de Argentina.

Siguiendo la misma línea de análisis, las exportaciones del año 2011 del capítulo 34 representaron un 0,85% del total del país, correspondiendo un 97% al sector 3402. Los destinos son mayormente Brasil y Argentina.

Analizando las exportaciones de nuestro país de los últimos 21 años del sector que nos ocupa, observamos que previo a la creación del Mercosur el 99% de las exportaciones tenían como destinos Brasil y Argentina mediante los acuerdos de PEC y CAUCE.

Una vez instaurado el Mercosur se continúa con la misma tendencia y se observa un sorprendente incremento (1275%) de las transacciones comerciales con los países miembros.

Comparando las exportaciones e importaciones de Uruguay a los países miembros del Mercosur de los últimos 10 años, Brasil es el mayor socio comercial en relación a las exportaciones. Argentina se ubica como el mayor país de origen de nuestras importaciones.

Paraguay mantiene un papel muy poco significativo en las transacciones comerciales con Uruguay.

Del total de exportaciones de detergentes y sustancias afines del Mercosur al resto del mundo, el país que acumula el mayor porcentaje lo tiene Argentina con 47.75% seguido por Brasil con un 44.05%.

En relación a las importaciones del resto del mundo al Mercosur, el país que mayor porcentaje representa es Brasil con un 69.29% seguido por Argentina con un 26.14%.

En relación a las barreras de ingreso al mercado definidas por Porter a través de las cuales las empresas pueden obtener una ventaja competitiva, podemos observar que en el sector de detergentes y sustancias afines existen economías de escala siempre y cuando se considere no solo el mercado interno de Uruguay sino también al Mercosur como un mercado ampliado.

Respecto a la diferenciación del producto, el mercado se encuentra segmentado por empresas grandes y pequeñas. Las grandes compañías generalmente son multinacionales que tiene como factor clave para la determinación de la ventaja competitiva su marca. Son productos reconocidos a nivel mundial y con años de trayectoria. Estas empresas destinan gran cantidad de recursos en publicidad y marketing para el lanzamiento sus nuevos productos.

Las pequeñas empresas cuyas marcas no son conocidas ni cuentan con importantes recursos económicos apuntan a la calidad de sus productos para poder competir y mantenerse en el mercado.



En base a lo expuesto en el párrafo anterior, surge que en el mercado local se cumple otra de las barreras de Porter como ser la desventaja en costos independientemente de la escala. Esto se debe a que en un mercado en el cual existen empresas con marcas muy reconocidas se hace más difícil la instalación de nuevas compañías. A su vez, los consumidores a la hora de comprar un producto por lo general priorizan la marca sobre la calidad.

Con relación al acceso a los canales de distribución, no es muy frecuente en el sector que las empresas realicen acuerdos con los distribuidores para poder colocar sus productos tanto en el mercado interno como externo.

Desde el punto de vista de la política gubernamental, no existe ningún marco normativo que restrinja el acceso de nuevos competidores al país así como tampoco los ingresos de productos extranjeros.

En base a la investigación realizada y partiendo de la teoría desarrollada por Michael E. Porter sobre “La ventaja competitiva de las naciones”, expondremos aspectos positivos y negativos en relación a las ventajas competitivas que encontramos en el sector de detergentes y sustancias afines.

Para la elaboración y comercialización de los productos se necesita contar con personal idóneo y preparado en la materia. El mismo se encuentra fácilmente en el mercado uruguayo. La mano de obra representa un 20% de los costos de

producción. Este sería un factor positivo en la determinación de la ventaja competitiva del sector.

Las materias primas como ya hemos mencionado a lo largo de nuestro trabajo, provienen tanto del mercado interno como del externo. Las mismas representan el 70% de los costos de producción.

Dado que un porcentaje importante de ellas derivan del petróleo y nuestro país no es productor de éste, en términos de Porter nos encontramos ante un factor negativo en la creación de ventaja competitiva ya que aquellas empresas que desean realizar toda la cadena productiva tienen que depender de un único proveedor como ser ANCAP.

Las empresas que no están interesadas en seguir toda la cadena productiva adquieren sus materias primas tanto en los países miembros del Mercosur como en extrazona.

De la investigación realizada pudimos observar que la mayor parte de las materias primas provienen de Argentina. Estas cumplen los requisitos necesarios para ingresar al país con certificado de origen Mercosur y por lo tanto su importación estaría exenta de determinados tributos.

No obstante esto, el régimen más utilizado es la admisión temporaria tanto para la importación de materias primas que cuenten con origen Mercosur como para las que provengan de extrazona, siempre y cuando las mismas se integren al producto y se reexporten dentro del plazo de 18 meses una vez obtenida la autorización del LATU.

Como ya hemos mencionado anteriormente, la diferencia clave entre estos dos sistemas es que en las importaciones en régimen común con origen Mercosur se exonera del pago de recargos e imaduni mientras que con la admisión temporaria se exonera de recargos, imaduni, iva importación y anticipo de iva importación.

En una primera instancia se podría decir que la admisión temporaria no es más beneficiosa que la importación común con origen Mercosur ya que el IVA importación y anticipo de IVA importación no representan un costo para las empresas, pues al liquidar los impuestos del mes se deducen estos tributos disminuyendo el monto a pagar. Por ende, no existiría razón alguna para optar por admisión temporaria en lugar del régimen de importación común con origen Mercosur. No obstante, es un costo financiero y utilizar la admisión temporaria permite trabajar con capital de trabajo menor.

A su vez como ya hemos mencionado en capítulos anteriores, nuestro país cuenta con una serie de beneficios fiscales para las empresas exportadoras, entre ellos podemos encontrar la devolución de tributos, en la cual se le reintegra al

exportador mediante certificados de crédito en dólares americanos el 2% valor FOB de sus exportaciones mensuales (dicho porcentaje es para las exportaciones de detergentes y productos afines).

Además se concede a los exportadores directos el derecho a la devolución del total del IVA pagado en las adquisiciones locales que integran el costo de los bienes exportados, mediante certificados de crédito en pesos uruguayos, los mismos pueden ser utilizados para pagar sus propios tributos o pagar el IVA compras de los proveedores locales, solicitándolos a su nombre.

Como las empresas del sector bajo análisis son mayormente exportadoras, las mismas no pagan altos impuestos anuales.

A través de todas éstas acciones que realiza el gobierno para fomentar las exportaciones se generan créditos fiscales superiores a los montos a pagar por impuestos.

En este escenario las empresas del sector encuentran una ventaja en la admisión temporaria en contrastación con el régimen de importación común con origen Mercosur ya que al tener crédito fiscal excedente, no tendría sentido aumentar el mismo pagando iva importación, anticipos de iva importación e ir perdiendo liquidez.

Por todo lo expresado anteriormente, concluimos que la admisión temporaria es un factor determinante y crea ventaja competitiva en Uruguay.

Continuando con los beneficios que ofrece nuestro país a los exportadores, podemos observar que la gran mayoría de las empresas del sector utiliza el régimen de financiamiento de exportaciones a través del BCU, cubriendo sus necesidades financieras y generando ingresos por intereses.

Nuestro país se encuentra en una ubicación geográfica estratégica y tiene una infraestructura adecuada y en pleno desarrollo para el transporte de pasajeros y de mercaderías por vía marítima, aérea y terrestre.

Cuenta con una infraestructura portuaria de primer nivel en Montevideo. Además existen otros puertos en el litoral marítimo los cuales funcionan en régimen de puerto libre.

Tiene además una importante disponibilidad de servicios de energía y comunicaciones.

Uruguay cuenta con estabilidad política y social así como también una importante plaza financiera que brinda confianza y seguridad.

Esto conlleva a la creación de ventajas competitivas y lo diferencia del resto de los países de América Latina.

Por último, analizando la inversión de capital como factor de competitividad, en términos de Porter, podemos concluir que la misma no aplica al caso uruguayo.

En relación a las inversiones de capital, la producción de detergentes y sustancias afines no requiere la utilización de tecnología de avanzada y la tecnología que requiere es de fácil obtención.

La accesibilidad a la provisión de materia prima básica para integrar a la producción que se exporta, está asegurada a costo bajo gracias al régimen de admisión temporaria y ello es un mérito atribuible a la combinación de dos factores mencionados por Porter, por una lado la acción gubernamental que lo propicia y por otro lado las estrategias competitivas de las empresas que lo aprovechan.

Respecto a la demanda interior, el mercado uruguayo no le brinda a las empresas locales un conocimiento temprano de las necesidades de los compradores así como tampoco tienen el impulso necesario para innovar antes que sus competidores extranjeros.

Dado que el mercado uruguayo es muy pequeño se satura con gran facilidad. Esto es un factor positivo ya que las empresas tendrán la necesidad de realizar continuas innovaciones para perfeccionar sus productos y conquistar los mercados extranjeros.

Si observamos al Mercosur como un bloque encontramos una demanda ampliada que le permitirá a las empresas conocer las necesidades en forma temprana y hacer las innovaciones necesarias para competir con otras empresas del sector a nivel internacional.

El Mercosur es una plataforma a través de la cual las empresas tienen la posibilidad de exportar al resto del mundo, conquistando mercados que de forma individual serían prácticamente imposibles.

Podemos concluir que las condiciones de la demanda que se presentan en el mercado uruguayo generan factores positivos en la creación de ventajas competitivas.

Por todo lo expuesto precedentemente concluimos que los factores determinantes, establecidos por Porter, con los cuales cuenta nuestro país explican la competitividad que presenta el sector.

Si bien la mayoría de los factores son positivos y generadores de ventaja competitiva, existen dos elementos que son esenciales para diferenciar a Uruguay del resto de los países de la región.

Dichos factores claves son, por un lado la existencia del Mercosur, ya que nuestros principales clientes y proveedores de materias primas son Brasil y Argentina respectivamente. A su vez, Uruguay al ser un país pequeño en el cual el mercado es rápidamente saturable, el Mercosur contribuyó a ampliar el espectro del mismo

El otro factor clave es el régimen de admisión temporaria con el cual cuenta nuestro país en forma exclusiva dentro el Mercosur. Dicho régimen genera una importante ventaja competitiva desde el punto de vista de la estructura de costos de las empresas exportadoras.

Todas estas razones han provocado que Uruguay sea considerado cada vez más como un país atractivo para nuevos inversores.



## **BIBLIOGRAFÍA**

- Porter, Michael E., (1990). *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. Argentina: Vergara.
- Universidad de la República. (2011). Facultad de Ciencias Económicas y de Administración. Cátedra de Administración General, Tomo 2. CECEA
- Universidad de la República. (2011). Facultad de Ciencias Económicas y de Administración. Cátedra de Negocios con el Exterior, Prácticos EVA.
- Universidad de la República. (2011). Facultad de Ciencias Económicas y de Administración. Cátedra de Negocios con el Exterior, Audios EVA.
- Dirección de Investigación y Análisis de la Cámara de Industrias del Uruguay. (2012). *Dimensión y Comportamiento reciente de la Industria Química Nacional (Actualización)*.

### **Facultad de Ciencias Económicas, Monografías**

- Irigaray, M., Marrero, M., Varela, C. (2011). *Análisis de los factores determinantes de las ventajas competitivas en el sector fabricación de jabones, detergentes, perfumes y artículos de tocados en Uruguay*.

- Dalla, A., Izaguirre, P. (2010). *Estructura, Estrategia y Resultados en la Industria de Perfumes, Cosméticos y otros productos de tocador en los años 1998 a 2008 en Uruguay.*
- Doninalli, I., García, F., Moreno, N. (2011). *Análisis de los factores determinantes de las ventajas competitivas en el sector Vidrio plano en Uruguay.*

### **Recopilación de datos**

- Uruguay XXI
- Penta Transaction
- Cámara de Industrias del Uruguay – CIU
- Asociación de Industrias Químicas del Uruguay – ASIQR
- Instituto Nacional de Estadística – INE
- Banco Central del Uruguay – BCU
- Asociación Latinoamericana de Integración – ALADI
- Banco de Datos de la Facultad de Ciencias Sociales
- Id Retail

### **Entrevistas y consultas realizadas**

- Electroquímica S.A.
- Kamoá S.A.
- Otras empresas que solicitaron reserva en su nombre

### **Páginas Web consultadas**

- Estrategia Magazine: [www.estrategiamagazine.com](http://www.estrategiamagazine.com)
- Diccionario Wikipedia: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
- American Chemical: [www.americanchemical.com.uy](http://www.americanchemical.com.uy)
- Enzur S.A.: [www.enzur.com](http://www.enzur.com)
- Rhodia S.A.: [www.rhodia-quimica.com.uy](http://www.rhodia-quimica.com.uy)
- Electroquímica S.A.: [www.electroquimica.com.uy](http://www.electroquimica.com.uy)
- Colgate Palmolive S.A.: [www.colgate.com.uy](http://www.colgate.com.uy)

## ANEXOS

### ANEXO A – ENTREVISTA ELECTROQUÍMICA S.A.

**Entrevista:** Electroquímica S.A.

**Entrevistado:** Cr. José Stábile

**Fecha:** 18 de setiembre de 2012

1. ¿Cómo se formó la empresa?

La empresa fue formada por un químico y un empresario en 1939. Época en que estaba en crecimiento poner una empresa para fabricar varias materias primas, como ser el sulfato de sodio y la soda cristalina, las cuales se utilizaban para limpieza al igual que los detergentes.

En esa época en que los detergentes no eran sintéticos sino que eran realmente jabones.

Así comenzó, después se fue desarrollando poniendo una planta de hipoclorito de sodio y fabricando también productos de otro tipo para el consumo masivo como agua lavandina, otros productos para la desinfección e higiene en tambos, toda la línea hiposol, y también la especialización en el tratamiento de agua de piscinas, con la línea cloropool.

Más adelante se siguió con el mercado interno y hasta con el externo, mientras las asimetrías lo permitían. Estuvimos exportando hasta aguas de lavar al Mercosur y otros productos a Centro América, cosa que en este momento ya no es posible.

2. En los inicios de la empresa, ¿qué ventajas encontraron en el Uruguay para haberse instalado acá?

Eran momentos en que estos emprendedores vieron la posibilidad, y en una época donde Uruguay era bastante cerrado en cuando a las importaciones, había restricciones de la época pre segunda guerra, y de esa manera se vio la posibilidad de fabricar algunos productos acá y se hicieron inclusive algunos otros durante la guerra porque no había abastecimiento.

3. ¿Consideran que existen barreras de ingreso al mercado local?

Para la producción no hay barreras, hay barreras para las ventas. Es una plaza dominada por multinacionales de mucho peso, entonces en general no tenemos las empresas locales todo ese contingente de recursos que tiene ellos y que vuelcan a los medios masivos y a la población y en todo el mercado como para que se pueda avanzar fácilmente. Pero lo estamos intentando.

Publicidad, acciones, precios, no nos olvidemos que en este momento tenemos un dólar totalmente deprimido, los fabricante acá en el Uruguay con cierto porte somos nosotros y tenemos que estar compitiendo con productos que vienen

importados mayormente de Argentina con unas asimetrías que van totalmente en contra de poder competir con normalidad.

4. ¿Desde cuándo la empresa se dedica a la producción y comercialización de detergentes?

Desde los inicios

5. ¿Dicho producto lo comercializan solamente en plaza o también lo exportan?

En este momento sólo en plaza, en otro momento exportábamos a Argentina y a Centro América.

6. ¿Y qué paso para que no exportaran más?

No fuimos competitivos. Por un tema de asimetrías en los parámetros de un costo, por un lado en este momento los costos salariales han ido por encima de la inflación pero el dólar está mucho más bajo, y uno exporta con un índice que es basado en los dólares. Entonces estamos mucho más caros en dólares que lo que estábamos antes, por eso las empresas del exterior dejan de importar.

7. ¿Cuáles serían las condiciones óptimas para exportar, la suba del dólar?

Todo junto, primero tener tecnología adecuada, la tenemos, tener los conocimientos adecuados y trabajar productos de calidad, lo tenemos, lo que no tenemos son las condiciones para competir en precios. Por todo lo dicho anteriormente.

8. La infraestructura existente en Uruguay la consideran adecuada a los efectos de la producción de los detergentes, es decir, los puertos, transporte, comunicaciones, etc del mercado uruguayo?

Si porque el mercado uruguayo es chico, se vende mensualmente un poco menos de un millón y medio de litros de detergente. No es necesaria tanta infraestructura para poder colmar esas necesidades. Están desde fabricantes de detergentes que compran la materia prima ya procesada, pero hay fábricas que procesan la materia prima primaria obtenida del petróleo, le hacen los procesos aquí y después lo venden en un estado y otro. Nosotros por ejemplo compramos ácido sulfónico pero hay una empresa que compra dodecil venceno sulfonato de sodio que lo procesan y surge el ácido sulfónico. Hay otras que directamente compran la base del detergente porque esta misma empresa a partir del ácido sulfónico lo sulfonan y crean la materia prima ya apta para mezclar con otras materias primas para producir el detergente.

9. ¿Ustedes producen su propia materia prima o la compran?

Nosotros compramos después del primer proceso, es decir, compramos ácido sulfónico. Y a veces compramos productos con otro proceso según las características que le queramos dar al producto.

10. ¿La compran acá en Uruguay o lo importan?

Un detergente se compone de muchos ingredientes, los principales podemos decir que están aquí pero después hay unos cuantos que no es menor la incidencia que tienen para un buen detergente que son importados. Algunos son importados de la zona del Mercosur y otros vienen de otros destinos como Europa, Asia.

Acá estamos hablando de detergentes para lavar ropa, para lavar vajilla, existen líquidos y polvos, tanto para ropa como para vajilla y existen los industriales para usos específicos. Todo esto que yo le dije fue referido a los detergentes de uso masivo y líquidos.

En general nosotros estamos utilizando las dos modalidades para no estar dependiendo de un solo mercado, importamos y también compramos de acá.



11. ¿Cuál es la estructura de costos de producción, de materia prima, materiales, mano de obra aproximadamente?

Yo lo que puedo decir es que 30 años atrás el precio de venta estaba formado por un 75% de costo de producción y el 25% los demás costos. Y con eso uno llegaba al mercado y el público lo compraba.

Hoy, es 25% costos de producción y 75% los demás costos asociados para poder estar en el mercado y poder venderlos con calidad y todo lo que requiere.

En costo de producción incluye materia prima, materiales, mano de obra y gastos indirectos.

El otro 75% es distribución, marketing, controles, asistencia en los puntos de venta, merchandising y algunas otras cosas.

12. ¿La mano de obra es importante como factor, es creciente, en relación al capital es importante?

La mano de obra como factor de producción no es importante, la masa salarial es importante, y cuando digo masa salarial me refiero desde el que produce hasta el que repone en el supermercado y el que va a cobrar, incluyendo a la administración.

La mano de obra de producción (directa) no incide como para determinar si yo soy competitivo o no. Influye el peso de Estado y un montón de cosas que tenemos que cumplir.

13. ¿Con cuántos empleados cuenta la empresa?

Al inicio éramos entre 10 o 15 personas y ahora somos unos 130.

En planta son más o menos 50 personas y los 80 restantes integran otras áreas.

14. En el mercado interno, ¿cuál es su mayor competencia?

La mayor competencia es Unilever.

15. ¿Ellos importan?

Si todo. Los detergentes líquidos se los fabrica otra empresa tercerizada pero lo demás lo importan todo.

Tenían su empresa en Carrasco, después las corporaciones deciden donde les es más barato producir y se fueron porque le es más barato producir en otro lado.

16. ¿Utilizan líneas de crédito para financiarse?

Si, son necesarias para poder avanzar y proyectarse con inversiones, innovaciones y agiormamiento en la tecnología.

17. El ambiente económico, equilibrios macroeconómicos e institucionales han sido factores determinantes para la instalación y perduración de la empresa en el país?

Yo creo que el ambiente económico para los que la instalaron tiene que haber sido conveniente.

En la actualidad te diría que los desequilibrios económicos por suerte no nos hicieron caer. Pudimos subsistir y continuamos.

Si miramos por ahí, BAO está pero no opera casi nada, Colgate Palmolive ya casi que hace muy pocas cosas, Lever se fue de acá, Strauch fue absorbida y tampoco está, Electrón tampoco está.

18. ¿Para usted cual es el fuerte de la empresa para haber podido afrontar los desequilibrios económicos?

Yo creo que son las tres patas importantes, primero tener personal idóneo no solo capacitado sino también incentivado para que trabaje como nos gusta, que sea un ambiente agradable en donde si a la empresa le va bien a los funcionarios también les va a ir bien porque siempre se han distribuido incentivos y bonos.

La segunda es trabajar con calidad, nosotros desde los 90 estamos con la ISO 9000 y con el programa de cuidado del medio ambiente, que es un programa que está en más de 60 países en el mundo. Y entonces con calidad uno puede tener esperanzas de que sus productos no vayan a ser rechazados sino que van a ser queridos.

La tercera es el agiornamiento tecnológico que es fundamental para producir en condiciones óptimas el producto y también para ser competitivo.

19. ¿Invierten mucho en tecnología?

Sí, es necesario, porque uno podría llenar una botella o fabricar un detergente en una vasija y con un palo.

Pero cuando se producen ciento de miles de litros y con la precisión necesaria, con los micro elementos que se le ponen y después se envasan a una velocidad determinada, porque también una lo podría envasar con una manguera pero eso ya no es competitivo, hay que poder darle el aspecto que hoy el marketing pide y el consumidor exige (no se compra si esta feo por fuera más allá que lo de adentro sea bueno), entonces para eso hay que tener maquinas nuevas porque se ha ido evolucionando para producir ese tipo de cosas.

20. ¿Considera que el Mercosur ha influido en la comercialización de sus productos al mercado externo, la ha favorecido o la ha perjudicado?

En el caso nuestro no ha influido para nada en la comercialización al mercado externo porque antes del Mercosur ya había acuerdo de complementación con Argentina que es donde exportábamos. Más bien ha favorecido a otros países hacia Uruguay que ha sido siempre un país abierto y con fronteras abiertas.

En general las empresas exportadoras fijan precios en función de los precios exteriores, o sea, toman el precio del exterior y en base a eso lo acomodan. El Mercosur no ha logrado una ventaja a la hora de exportar, cada empresa defiende la cadena de valor de su propio país.

21. ¿El Mercosur significó una plataforma para exportar al resto del mundo?

No, nunca se llegó a formalizar el Mercosur como fue ideado. Todavía seguimos teniendo la doble tributación aduanera. Porque un producto que lo importa Brasil y de Brasil viene a Uruguay paga dos veces aranceles.

Todavía están por arreglarse ese tipo de cosas. Es algo que nunca funcionó.

22. ¿Las materias primas como vienen, en líquido o se fusionan con algo?

Ya desde el momento que viene la materia prima del petróleo es líquida, ese líquido después va a un proceso donde se crean las moléculas para los detergentes. Y ese proceso pasa por reactores y pasa por ácido sulfúrico y de ahí va surgiendo la materia prima. Y después siguen viniendo en líquidos, que según el consumo de cada uno lo pueda adquirir en tambores, sí, en isotanques de mil litros, sí, pero también a granel en cisternas de diez mil o veinte mil litros.

**ANEXO B – ENTREVISTA KAMOA S.A.**

Entrevista Kamo SA

Entrevistado: Sr. Ramiro Martini

Fecha: 8 de octubre de 2012

1. ¿Cómo se formó la empresa?

La empresa inicia en el año 2004 comprando una SA, nosotros somos una sucursal de la casa matriz que está en Italia. En el 2004 se arrienda a Pinturas Industriales este predio, aquí están las oficinas, la bodega y la parte de producción.

Se comenzó con una oficina pequeña, una bodega chica y fuimos creciendo y se alquiló todo lo que tenemos ahora.

Se comenzó siendo un polo logístico para todo lo que es América del Latina, sobre todo Brasil, Argentina, Chile, pero sobre todo focalizado en Brasil.

La empresa está formada por un 20% de capitales nacionales y un 80% de capitales italianos.

2. En los inicios de la empresa, ¿qué ventajas encontraron en el Uruguay para haberse instalado acá?

Cuando se comenzó, el importar la línea de negocios directo desde Italia a Brasil era más costoso que si se instalaba la empresa en Uruguay y desde acá se

exportaba a Brasil. Entonces se importan las bases, se produce acá y se vende en Brasil.

3. ¿Consideran que existen barreras de ingreso al mercado local?

Sí, porque las curtiembres más grandes hacen arreglos con las casas automotrices y compran directamente los productos fabricados en Alemania o fabricados bajo licencia de Alemania en otros países que son más baratos, y la realidad es que nosotros podemos tener los mismos productos pero no nos compran.

4. ¿Desde cuándo la empresa se dedica a la producción y comercialización de detergentes?

En el año 2004 se inicia con una estructura chica y en el año 2005 se comienza la parte comercial y el desarrollo de la actividad.

5. ¿Dicho producto lo comercializan solamente en plaza o también lo exportan?

El 5% de nuestro producto se comercializa en el mercado interno y el 95% se exporta a Brasil y México. Dentro de ese 95% que se exporta, Brasil representa el 80%.

Con México nos ayuda todo el tema del tratado de libre comercio.

6. La infraestructura existente en Uruguay la consideran adecuada a los efectos de la producción de los detergentes, es decir, los puertos, transporte, comunicaciones, etc. del mercado uruguayo son adecuados?

La infraestructura es adecuada por un tema de costos, mano de obra, logística, puertos y rutas, o sea un conjunto que hace a una infraestructura adecuada para instalarse acá. Por ejemplo en Argentina hoy por hoy sería impensado plantear un negocio así porque somos un 95% exportador, y el tema de importar la misma cantidad que exportas es imposible.

Los puertos y las rutas son adecuados, ya que nosotros vendemos tanto vía terrestre como marítima, entonces necesitamos que esos dos factores que son fundamentales para nuestro negocio sean buenos.

7. ¿Ustedes producen su propia materia prima o la compran?

Algunas materias primas se compran en plaza, otras se importan, se producen los productos y luego se comercializan.

La mayor parte de las materias primas que se importan son de nuestra casa matriz en Italia lo cual nos brinda una garantía de calidad.

Nosotros trabajamos mucho con el régimen de admisión temporaria, por lo cual a las materias primas importadas les hacemos un tratamiento y se exportan.



Las materias imprimas importadas son mayormente de Italia pero también se han importado de Argentina y Turquía.

Pero muchos desarrollos de esas bases se están empezando a hacer acá. La idea es hacer toda la cadena acá.

8. ¿Las materias primas en qué forma vienen?

Vienen en polvo en bolsas de 20 – 25 Kgs y en líquido a través de contenedores que son las bases que se importan. También viene en barricas de 150 Lts.

Las bases concentradas son un líquido espeso que después se diluye y se la hace determinados tratamientos para transformarla en una base concentrada, o una base líquida o un determinado producto que después se exporta.

Las bases se mezclan con distintas materias primas para lograr un producto terminado.

9. ¿Cuál es la estructura de costos de producción, de materia prima, materiales, mano de obra aproximadamente?

En nuestra estructura de costos el 40% son costos de producción y el 60% de costos administración y operativos.

Dentro de los costos de producción, el 30% son de mano de obra y gastos de fábrica y 10% restante son costos de materias primas. Nosotros en cada producción que se hace tenemos un centro de recursos al cual le asignamos al

costo de la materia prima la mano de obra, el arrendamiento, la utilización del inox que es la maquinaria que la arrendamos y una merma que es variable.

10. ¿La mano de obra es importante como factor, es creciente, en relación al capital es importante?

Si, por lo general se requiere de personal con un mínimo de capacitación en el área química para poder entender lo que son composiciones químicas, mediciones, control de calidad y análisis de productos. Porque cada producto debe de cumplir con una especificación técnica mínima necesaria y para exportar tiene que poder clasificar el producto de acuerdo al rubro que corresponde y verificar que los productos cumplan con los requisitos que solicita el LATU.

11 Cuál es la cantidad de trabajadores que tiene la firma?

Hoy en día la empresa se compone de 5 empleados y 3 directores.

11. En el mercado interno, ¿cuál es su mayor competencia?

Hay algunas empresas que desarrollan productos químicos como ser alguna curtiembre pero básicamente nuestra competencia está en el exterior y tratamos de ser competitivos en el extranjero.

Es muy poco lo que vendemos en el mercado interno por lo cual no nos preocupa el tema, salvo algún negocio que puedan hacer con empresas de acá desde el

exterior, empresas que trabajan con nosotros y por precios puedan buscar otra empresa acá que hagan algo similar.

12. ¿Utilizan líneas de crédito para financiarse?

Sí. Trabajamos con dos bancos y utilizamos pre financiaciones de exportación, líneas de créditos, vales y líneas de sobregiro, sobre todo porque hoy en día las cobranzas son a 120 – 160 días y la materia prima que compramos es a 30 – 60 días, por lo cual tenemos un desfasaje importante entre cobranzas y pagos. Por eso necesitamos de líneas de crédito.

Con respecto a la pre financiación de exportaciones es por un tema del rubro de la empresa, para que nos liberen esa garantía por exportadores y los cumplidos de exportación.

13. El ambiente económico, equilibrios macroeconómicos e institucionales han sido factores determinantes para la instalación y perduración de la empresa en el país?

Si y justamente el tema de la crisis lo sorteamos bastante bien. Recién comenzamos a bajar un poco en el año 2011 como consecuencia de que decayeron los mercados en Brasil y en Italia que es donde está la casa Matriz y lo estamos sintiendo bastante ahora.

Pero todo lo que fue la crisis se pudo sobrevivir bastante bien en la industria química. Porque estaba todo bastante complicado y nosotros por tener una buena infraestructura y un buen plan de negocios el impacto fue menor.

14. ¿Tiene alguna relación comercial con el Mercosur?

No. El país al que exportamos fundamentalmente es Brasil.

Con Argentina es prácticamente nulo, porque si bien hay desarrollo de negocios, siempre hay trabas y políticas que complican y hacen que no exportemos allí.

Se exportó algún período de tiempo a Bolivia, Chile, Ecuador y Colombia, pero el Mercosur es irrelevante.

¿Al exportar a Brasil no se tiene un menor costo?

Si pero no por el Mercosur, sino porque se cuenta con una empresa tercerizada que realiza la distribución. Es como si existiera otra sucursal que maneja el inventario nuestro.

Brasil es un mercado grandísimo en lo que respecta a la industria química y se exporta directamente para ahí, entonces los pedidos los distribuye esa empresa con la cual nosotros tenemos relación directa y esto hace que se acelere la entrega de pedidos.

Con esa empresa se tiene el beneficio de que va a bajo costo, menor de lo que venderíamos a otros clientes o en plaza para obtener el margen en esa empresa distribuidora y lograr ser competitivos, porque dado que en Brasil la materia

prima es más barata, no podemos vender a nuestro precio porque no les serviría importarla para venderla en Brasil, sino que les serviría directamente comprarla allá.

15. ¿La producción requiere de una tecnología de avanzada?

Por lo general el desarrollo ya viene desde Italia, de donde se importaron algunas máquinas.

En este momento estamos con un proyecto de inversión para poder empezar a desarrollar los productos nosotros, para lo cual necesitamos tecnología y capacitación que nos la brindan de la casa matriz en Italia. Pero tampoco requiere de algo tan sofisticado como para no conseguirlo acá.

16. ¿Podrían informarnos los precios promedio de exportación?

Los precios varían, pero por lo general rondan entre los U\$S 0.90 y U\$S 1.8 por kilo. La variación depende de los márgenes, según a quien se le venda si es a cliente directo o a distribuidor. También depende de donde se compre la materia prima, si se compra en el mercado local es costo es superior a si se importa. Cuando se necesita realizar entregas y existe desabastecimiento, se tienen que comprar las materias primas acá para cumplir con los pedidos pero eso implica mayores costos.

La materia prima importada desde Italia es menor porque nosotros somos una sucursal y nos la dejan a un precio muy conveniente.

Hoy en día estamos tratando de desarrollar productos desde acá con la menor cantidad de importación o compras posibles de materias primas para bajar los costos.

17. ¿Los afectó el tipo de cambio?

Si, la variación en el tipo de cambio de Brasil nos afectó muchísimo porque subió casi al doble. Nosotros teníamos deuda en Brasil en dólares y vendemos en dólares o en euros, pero al momento de pagar en el banco se tiene que hacer en reales.

18. ¿Qué ventaja competitiva consideran que la empresa para que la crisis no los haya afectado?

Teníamos un buen desarrollo del negocio, se flexibilizaron las condiciones con nuestros clientes otorgando mayores plazos y bajando los costos.

Hoy en día esas facilidades otorgadas de entregar determinadas materias primas a los clientes para que ellos pudieran continuar con sus negocios y fueran pagando cuando les fuera posible, son las que nos repercuten negativamente en la empresa porque se convirtieron en cuentas incobrables.

**ANEXO C – ENTREVISTA XX S.A.**

**Entrevista:** XXX SA

**Entrevistado:** Cr. Ignacio Martínez

**Fecha:** 18 de octubre de 2012

1. ¿Cómo se formó la empresa?

Es una multinacional de EEUU con más de 200 años. La subsidiaria en Uruguay se instaló en 1947.

2. ¿En los inicios de la empresa, que ventaja encontraron en nuestro país para haberse instalado aquí?

Fue por un tema de expansión, hoy en día la empresa posee más de 50 subsidiarias en los 5 continentes.

3. ¿Desde cuándo la empresa se dedica a la producción y comercialización de detergentes?

En Uruguay desde su nacimiento.

4. ¿Consideran que existen barreras de ingreso al mercado? ¿Cuáles?

No particularmente. Las normales de instalación: competencia fuerte de mercado, inestabilidad global, peso salarial creciente, fortaleza de los sindicatos.

5. ¿La infraestructura existente en Uruguay la consideran adecuada a los efectos de la producción de detergentes? Es decir ¿los puertos, comunicaciones, transporte, etc. del mercado uruguayo son adecuados?

Solo se exportaba a Argentina un 10% aprox via terrestre y el servicio es tercerizado, por lo que no tenemos grandes problemas de transporte. Salvo el caso específico del corte de los puentes que implicaba un camino más largo.

6. ¿El ambiente económico, equilibrios macroeconómicos e institucionales han sido factores determinantes para la instalación y perduración de la empresa en el país?

Puede ser, en tantos años se pasaron momentos de prosperidad y crisis, por lo que las políticas internas de la empresa también han influido en su mantenimiento. Actualmente el ambiente económico es importante para el incremento de las ventas, pese a la incertidumbre global que se vive con los mercados externos en Mercosur, EEUU y Europa y sus monedas.

7. ¿Desde hace cuánto tiempo la empresa se dedica a la producción y exportación de detergentes?

Desde hace 30 años.



8. ¿Consideran que el Mercosur ha influido en la comercialización de sus productos al mercado externo? ¿La ha favorecido o la ha perjudicado?

En un principio se pensó que sí y hasta existieron proyectos de establecer una base regional que exportara a todo el Mercosur, pero luego, por decisión de la compañía y la no consolidación de un mercado común como tal, hubo que desistir de esto.

9. ¿El Mercosur significó una plataforma para exportar al resto del mundo?

No, favor remitirse a la pregunta anterior.

10. ¿El Mercosur ha sido un campo de experimentación para producir a mayor escala?

No, no lo ha sido.

11. En relación a la producción de detergentes:

- Del total de la misma ¿qué porcentaje se exporta y qué porcentaje se consume en el mercado interno?

Antes de las medidas actuales de 2012 tomadas por el gobierno de Argentina se exportaba un 10% de la producción. Actualmente se tuvo que dejar de exportar.

- ¿Produce la empresa su propia materia prima o las compra? ¿La adquisición de las mismas las encuentra en plaza o las importa? ¿Desde qué país?

Se compran en el mercado local y en el exterior. Del exterior de diversos países:

Argentina principalmente, también EEUU, algo de Alemania.

Antes producía los envases y tapas. Actualmente está todo tercerizado

- ¿Las materias primas en qué forma vienen? ¿Se importan físicamente o se consiguen en plaza a través de la transformación de productos?

Normalmente en barco las importaciones, por ejemplo las fragancias. Las locales se reciben en camiones.

- ¿Cuál es la estructura de costos en la producción de detergentes? Porcentaje de materias primas, materiales, mano de obra, tecnología, etc.

Materia prima: 45%

Materiales: 25%

Mano de obra: 20%

Tecnología: 10%

12. ¿La mano de obra es importante como factor? ¿Es creciente? En relación al capital ¿es importante?

Sí, es fundamental. Sí es creciente y más teniendo en cuenta que la empresa gira en dividendos en USD y con un dólar bajo, el costo de mano de obra se incrementa aún más. Sí es importante en relación al capital

13. En el mercado interno ¿cuál es su mayor competencia?

Mr. Músculo, Nevex y algunos productos locales.

14. ¿Y en el externo?

Varios, depende los mercados aunque existen algunas multinacionales también que compiten en diversos mercados.

15. ¿Cuáles son los destinos del producto exportado?

Argentina hasta mayo 2012.

16. ¿Utilizan líneas de crédito?

No, financiamiento propio.

## Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines

### ANEXO D – Exportaciones de Uruguay al Mercosur 2001 – 2011



Exportaciones de Uruguay al Mercosur de productos de las industrias químicas o industrias conexas (Sección VI de la NCM)  
*Datos en US\$*

NCM8	Descripción	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
2801	FLÚOR, CLORO, BROMO Y YODO	1.075.095	898.529	867.820	919.980	1.101.374	1.233.587	1.371.848	1.493.254	1.468.484	1.299.320	1.244.856
2803	CARBONO (NEGROS DE HUMO Y OTRAS FORMAS DE CARBONO NO EXPRESADAS NI COMPRENDIDAS EN OTRA PARTE)	0	940	0	0	0	0	0	0	16.939	3.056	0
2804	HIDRÓGENO, GASES NOBLES Y DEMÁS ELEMENTOS NO METÁLICOS	250	445	901	4.741	0	0	82.170	336.079	0	93.083	42.319
2806	CLORURO DE HIDRÓGENO (ÁCIDO CLORHÍDRICO); ÁCIDO CLOROSULFÚRICO	441.930	147.765	184.845	201.600	140.472	182.280	175.080	206.904	167.112	281.448	534.888
2807	ÁCIDO SULFÚRICO; OLEUM	299.628	92.800	259.764	716.369	979.318	407.971	492.960	1.079.524	142.100	105.096	241.280
2808	ÁCIDO NÍTRICO; ÁCIDOS SULFONÍTRICOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2809	PENTÓXIDO DE DIFÓSFORO; ÁCIDO FOSFÓRICO; ÁCIDOS POLIFOSFÓRICOS, AUNQUE NO SEAN DE CONSTITUCIÓN QUÍMICA DEFINIDA	0	5.682	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2811	LOS DEMÁS ÁCIDOS INORGÁNICOS Y LOS DEMÁS COMPUESTOS OXIGENADOS INORGÁNICOS DE LOS ELEMENTOS NO METÁLICOS	18.612	37.714	830	0	3.200	704	12.408	440	863	624	723
2815	HIDRÓXIDO DE SODIO (SOFA O SODA CÁUSTICA); HIDRÓXIDO DE POTASIO (POTASA CÁUSTICA); PERÓXIDOS DE SODIO O DE POTASIO	1.272.075	815.170	793.045	949.958	723.573	827.940	1.024.217	930.845	1.500.768	1.044.189	783.544
2817	ÓXIDO DE CINC; PERÓXIDO DE CINC	0	0	0	0	0	0	83.355	0	0	119	0
2818	CORINDÓN ARTIFICIAL, AUNQUE NO SEA DE CONSTITUCIÓN QUÍMICA DEFINIDA; ÓXIDO DE ALUMINIO; HIDRÓXIDO DE ALUMINIO	0	504	0	0	0	0	0	0	0	0	13.871
2821	ÓXIDOS E HIDRÓXIDOS DE HIERRO; TIERRAS COLORANTES CON UN CONTENIDO DE HIERRO COMBINADO, EXPRESADO EN Fe2O3, SUPERIOR O IGUAL AL 70 % EN PESO	0	302	0	0	0	0	0	0	8.349	3.265	0
2823	ÓXIDOS DE TITANIO	2	0	0	0	0	0	13	0	0	0	0
2824	ÓXIDOS DE PLOMO; MINIO Y MINIO ANARANJADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.329	0
2825	HIDRAZINA E HIDROXILAMINA Y SUS SALES INORGÁNICAS; LAS DEMÁS BASES INORGÁNICAS; LOS DEMÁS ÓXIDOS, HIDRÓXIDOS Y PERÓXIDOS DE METALES	0	0	0	0	66	0	0	0	0	0	0
2826	FLUORUROS; FLUOROSILICATOS, FLUOROALUMINATOS Y DEMÁS SALES COMPLEJAS DE FLÚOR	0	0	0	0	0	0	0	5.145	12.150	13.500	26.883
2827	CLORUROS, OXICLORUROS E HIDROXICLORUROS; BROMUROS Y OXIBROMUROS; YODUROS Y OXIYODUROS	571.953	211.049	67.970	184.805	253.446	318.332	319.238	371.556	300.877	348.943	355.974
2828	HIPOCLORITOS; HIPOCLORITO DE CALCIO COMERCIAL; CLORITOS; HIPOBROMITOS	0	48.560	53.104	60.759	56.558	15.078	81.792	169.913	136.322	160.458	66.778
2830	SULFUROS; POLISULFUROS, AUNQUE NO SEAN DE CONSTITUCIÓN QUÍMICA DEFINIDA	0	4.320	7.470	39.360	25.965	21.600	32.650	50.306	30.836	0	0

Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines

NCM8	Descripción	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
2832	SULFITOS; TIOSULFATOS	0	85	0	0	0	0	0	0	0	69.175	0
2833	SULFATOS; ALUMBRES; PEROXSULFATOS (PERSULFATOS)	4.716.996	4.032.953	1.999.719	5.090.350	8.147.682	11.589.830	13.969.893	14.527.852	13.006.921	9.499.885	8.618.674
2834	NITRITOS; NITRATOS	0	2.212	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2835	FOSFINATOS (HIPOFOSFITOS), FOSFONATOS (FOSFITOS) Y FOSFATOS; POLIFOSFATOS, AUNQUE NO SEAN DE CONSTITUCIÓN QUÍMICA DEFINIDA	0	5.500	0	0	0	91	178	0	0	865	256
2836	CARBONATOS; PEROXOCARBONATOS (PERCARBONATOS); CARBONATO DE AMONIO COMERCIAL QUE CONTenga CARBAMATO DE AMONIO	5.100	21.694	0	0	0	2.600	1.556	0	644	38.829	0
2839	SILICATOS; SILICATOS COMERCIALES DE LOS METALES ALCALINOS	0	0	0	0	0	0	413	0	0	0	0
2840	BORATOS; PEROXOBORATOS (PERBORATOS)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	0
2841	SALES DE LOS ACIDOS OXOMETALICOS O PEROXOMETALICOS	0	30.950	21.035	0	0	1.407	0	0	0	0	0
2842	LAS DEMÁS SALES DE LOS ÁCIDOS O PEROXOÁCIDOS INORGÁNICOS (INCLUIDOS LOS ALUMINOSILICATOS AUNQUE NO SEAN DE CONSTITUCIÓN QUÍMICA DEFINIDA), EXCEPTO LOS	0	0	0	7.124	0	0	0	0	3.240	18	0
2844	ELEMENTOS QUÍMICOS RADIATIVOS E ISÓTOPOS RADIATIVOS (INCLUIDOS LOS ELEMENTOS QUÍMICOS E ISÓTOPOS FISIONABLES O FERTILES) Y SUS COMPUESTOS; MEZCLAS Y RESIDUOS QUE	0	0	0	0	1.400	0	3.030	1.678	0	0	0
2847	PEROXIDO DE HIDROGENO (AGUA OXIGENADA), INCLUSO SOLIDIFICADO CON UREA	0	0	0	0	393	0	58.232	0	0	13.512	0
2853		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50
28	Productos químicos inorgánicos; compuestos inorgánicos u orgánicos de los metales preciosos, de los elementos radiactivos, de metales de las tierras raras o de isótopos	8.401.641	6.357.174	4.256.503	8.175.046	11.433.446	14.601.418	17.709.033	19.173.494	16.795.604	12.977.726	11.930.095
2901	HIDROCARBUROS ACÍCLICOS	250	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2902	HIDROCARBUROS CÍCLICOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	231	0
2903	DERIVADOS HALOGENADOS DE LOS HIDROCARBUROS	306	12.321	0	1.860	0	0	0	8.848	11.566	0	0
2904	DERIVADOS SULFONADOS, NITRADOS O NITROSADOS DE LOS HIDROCARBUROS, INCLUSO HALOGENADOS	10.184.840	7.137.826	584.962	0	0	0	0	0	788	25	46
2905	ALCOHOLES ACÍCLICOS Y SUS DERIVADOS HALOGENADOS, SULFONADOS, NITRADOS O NITROSADOS	27.470	61.691	38.800	64.694	1.789	4.986	0	3.139	632	808	4.801
2906	ALCOHOLES CÍCLICOS Y SUS DERIVADOS HALOGENADOS, SULFONADOS, NITRADOS O NITROSADOS	0	350	0	0	0	0	0	1.179	2.952	0	0
2907	FENOLES; FENOLES ALCOHOLES	0	0	0	0	9	0	0	0	0	94	10.500
2909	ETERES, ÉTERES ALCOHOLES, ÉTERES FENOLES, ÉTERES ALCOHOLES FENOLES, PEROXIDOS DE ALCOHOLES, PERÓXIDOS DE ÉTERES, PERÓXIDOS DE CETONAS (AUNQUE NO SEAN DE CONSTITUCIÓN QUÍMICA DEFINIDA), Y SUS DERIVADOS HALOGENADOS, SULFONADOS, NITRADOS O NITROSADOS	0	5.359	7.999	7.791	0	618	8.401	409	180	28.901	0
2912	ALDEHÍDOS, INCLUSO CON OTRAS FUNCIONES OXIGENADAS; POLÍMEROS CÍCLICOS DE LOS ALDEHÍDOS; PARAFORMALDEHÍDO	0	0	0	0	2.250	0	0	0	0	27.260	0
2914	CETONAS Y QUINONAS, INCLUSO CON OTRAS FUNCIONES OXIGENADAS, Y SUS DERIVADOS HALOGENADOS, SULFONADOS, NITRADOS O NITROSADOS	724.910	404.900	533.058	685.523	362.144	949.068	1.003.036	1.367.555	1.001.707	363.740	497.725

Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines

NCM8	Descripción	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
2915	ÁCIDOS MONOCARBOXÍLICOS ACÍCLICOS SATURADOS Y SUS ANHÍDRIDOS, HALOGENUROS, PERÓXIDOS Y PEROXIÁCIDOS; SUS DERIVADOS HALOGENADOS, SULFONADOS, NITRADOS O	12.962	140.073	57.149	18.830	6.930	7.681	12.362	7.174	12.744	13.212	40.326
2916	ÁCIDOS MONOCARBOXÍLICOS ACÍCLICOS NO SATURADOS Y ÁCIDOS MONOCARBOXÍLICOS CÍCLICOS, SUS ANHÍDRIDOS, HALOGENUROS, PERÓXIDOS Y PEROXIÁCIDOS; SUS DERIVADOS HALOGENADOS, SULFONADOS, NITRADOS O NITROSADOS	1.170	1.586	310	930	5.484	0	0	33.040	1.192	2.417	23.280
2917	ÁCIDOS POLICARBOXÍLICOS, SUS ANHÍDRIDOS, HALOGENUROS, PERÓXIDOS Y PEROXIÁCIDOS; SUS DERIVADOS HALOGENADOS, SULFONADOS, NITRADOS O NITROSADOS	72.576	72.727	127.194	461.637	265.785	32.226	382.031	444.166	215.852	97.474	303.530
2918	ÁCIDOS CARBOXÍLICOS CON FUNCIONES OXIGENADAS SUPLEMENTARIAS Y SUS ANHÍDRIDOS, HALOGENUROS, PERÓXIDOS Y PEROXIÁCIDOS; SUS DERIVADOS HALOGENADOS, SULFONADOS, NITRADOS O NITROSADOS	0	6.081	0	0	5.500	0	7.890	2.021	3	862	10
2919	ESTERES FOSFÓRICOS Y SUS SALES, INCLUIDOS LOS LACTOFOSFATOS; SUS DERIVADOS HALOGENADOS, SULFONADOS, NITRADOS O NITROSADOS	0	0	0	0	0	0	0	0	2.232	0	0
2921	COMPUESTOS CON FUNCIÓN AMINA	47.040	0	0	0	0	0	0	18	0	0	11.169
2922	COMPUESTOS AMINADOS CON FUNCIONES OXIGENADAS	3.640	16.961	4.488	6.781	0	76	0	1.316	2.096	12.503	8.646
2923	SALES E HIDRÓXIDOS DE AMONIO CUATERNARIO; LECITINAS Y DEMÁS FOSFOAMINOLÍPIDOS, AUNQUE NO SEAN DE CONSTITUCIÓN QUÍMICA DEFINIDA	0	0	5.022	0	0	0	0	0	0	7.740	3.450
2924	COMPUESTOS CON FUNCIÓN CARBOXIAMIDA; COMPUESTOS CON FUNCIÓN AMIDA DEL ÁCIDO CARBÓNICO	48.245	179.040	347.524	233.195	297.780	334.120	368.674	389.460	679.647	1.458.519	2.053.508
2925	COMPUESTOS CON FUNCIÓN CARBOXIAMIDA (INCLUIDA LA SACARINA Y SUS SALES) O CON FUNCIÓN IMINA	0	1.710	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2926	COMPUESTOS CON FUNCIÓN NITRILÓ	0	0	0	0	0	0	0	0	10.614	0	0
2927	COMPUESTOS DIAZOICOS, AZOICOS O AZOXI	1.540	0	0	520	505	0	0	0	0	462	0
2928	DERIVADOS ORGÁNICOS DE LA HIDRAZINA O DE LA HIDROXILAMINA	0	0	0	0	3.553	0	0	0	0	24	5.488
2929	COMPUESTOS CON OTRAS FUNCIONES NITROGENADAS	0	0	0	0	0	0	132.464	0	15.999	2.338	0
2930	TIOCOMPUESTOS ORGÁNICOS	0	0	0	1.888	0	1.089	0	0	9.867	14.755	1.152
2931	LOS DEMÁS COMPUESTOS ÓRGANO INORGÁNICOS	0	1.183	4.350	0	448	0	0	379.435	370.400	0	0
2932	COMPUESTOS HETEROCÍCLICOS CON HETEROÁTOMO(S) DE OXÍGENO EXCLUSIVAMENTE	3.800	170.575	538.530	329.500	244.582	373.696	216.506	1.327.756	437.439	414.551	376.693
2933	COMPUESTOS HETEROCÍCLICOS CON HETEROÁTOMO(S) DE NITRÓGENO EXCLUSIVAMENTE	61.409	94.088	33.545	33.672	550	112.297	100.726	135.955	88.178	34.602	219.505
2934	ÁCIDOS NUCLEICOS Y SUS SALES, AUNQUE NO SEAN DE CONSTITUCIÓN QUÍMICA DEFINIDA; LOS DEMÁS COMPUESTOS HETEROCÍCLICOS	72.000	12.084	0	21.941	0	0	0	3.500	11.277	0	0
2935	SULFONAMIDAS	0	0	0	37.730	0	0	0	0	0	0	0
2936	PROVITAMINAS Y VITAMINAS, NATURALES O REPRODUCIDAS POR SÍNTESIS (INCLUIDOS LOS CONCENTRADOS NATURALES) Y SUS DERIVADOS UTILIZADOS PRINCIPALMENTE COMO VITAMINAS, MEZCLADOS O NO ENTRE SÍ O EN DISOLUCIONES DE CUALQUIER CLASE	49.010	187.498	369.752	350.328	282.386	445.518	1.189.732	1.254.557	1.174.725	729.927	1.403.344
2937	HORMONAS, PROSTAGLANDINAS, TROMBOXANOS Y LEUCOTRIENOS, NATURALES O REPRODUCIDOS POR SÍNTESIS; SUS DERIVADOS Y ANÁLOGOS ESTRUCTURALES, INCLUIDOS LOS POLIPEPTIDOS DE CADENA MODIFICADA, UTILIZADOS PRINCIPALMENTE COMO HORMONAS	2.500	620	0	0	3.400	145.985	77.167	245.410	286.404	885.943	1.742.316
2938	HETERÓSIDOS, NATURALES O REPRODUCIDOS POR SÍNTESIS, SUS SALES, ÉTERES, ESTERES Y DEMÁS DERIVADOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	897	12.180
2939	ALCALOIDES VEGETALES, NATURALES O REPRODUCIDOS POR SÍNTESIS, SUS SALES, ÉTERES, ESTERES Y DEMÁS DERIVADOS	0	0	1.122	0	0	0	0	0	1.281	0	0
2940	AZÚCARES QUÍMICAMENTE PUROS, EXCEPTO LA SACAROSA, LACTOSA, MALTOSA, GLUCOSA Y FRUCTOSA (LEVULOSA); ÉTERES, ACETALES Y ESTERES DE AZÚCARES Y SUS SALES, EXCEPTO LOS PRODUCTOS DE LAS PARTIDAS 29.37, 29.38 Ó 29.39	0	0	0	3.800	0	0	13.000	12.750	0	0	3.859
2941	ANTIBIÓTICOS	63.435	0	8.469	0	0	141	1.575	0	1.326	0	0
2942	LOS DEMÁS COMPUESTOS ORGÁNICOS	0	0	431	0	0	0	0	0	0	0	0
29	Productos químicos orgánicos	11.377.104	8.506.671	2.662.703	2.260.619	1.483.095	2.407.501	3.513.563	5.617.688	4.339.100	4.097.284	6.721.529

Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines

NCM8	Descripcion	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
3001	GLÁNDULAS Y DEMÁS ÓRGANOS PARA USOS OPOTERÁPICOS, DESECADOS, INCLUSO PULVERIZADOS; EXTRACTOS DE GLÁNDULAS O DE OTROS ÓRGANOS O DE SUS SECRECIONES, PARA USOS OPOTERÁPICOS; HEPARINA Y SUS SALES; LAS DEMÁS SUSTANCIAS HUMANAS O ANIMALES PREPARADAS PARA USOS TERAPEUTICOS O PROFILÁCTICOS, NO EXPRESADAS NI COMPRENDIDAS EN OTRA PARTE	3.783	0	0	0	0	0	0	0	0	3.000	0
3002	SANGRE HUMANA; SANGRE ANIMAL PREPARADA PARA USOS TERAPEUTICOS, PROFILÁCTICOS O DE DIAGNÓSTICO; ANTISUEROS (SUEROS CON ANTICUERPOS), DEMÁS FRACCIONES DE LA SANGRE Y PRODUCTOS INMUNOLÓGICOS MODIFICADOS, INCLUSO OBTENIDOS POR PROCESO BIOTECNOLÓGICO; VACUNAS, TOXINAS, CULTIVOS DE MICROORGANISMOS (EXCEPTO LAS LEVADURAS) Y PRODUCTOS SIMILARES	2.178.567	2.307.846	1.991.283	1.947.731	3.574.605	4.332.450	4.764.021	7.192.690	8.455.695	11.557.562	15.370.326
3003	MEDICAMENTOS (EXCEPTO LOS PRODUCTOS DE LAS PARTIDAS 30.02, 30.05 Ó 30.06) CONSTITUIDOS POR PRODUCTOS MEZCLADOS ENTRE SÍ, PREPARADOS PARA USOS TERAPEUTICOS O PROFILÁCTICOS, SIN DOSIFICAR NI ACONDICIONAR PARA LA VENTA AL POR MENOR	5.309.676	2.745.146	1.755.657	1.419.090	1.021.536	956.618	1.308.136	1.050.006	1.003.854	53.864	111.625
3004	MEDICAMENTOS (EXCEPTO LOS PRODUCTOS DE LAS PARTIDAS 30.02, 30.05 Ó 30.06) CONSTITUIDOS POR PRODUCTOS MEZCLADOS O SIN MEZCLAR, PREPARADOS PARA USOS TERAPEUTICOS O PROFILÁCTICOS, DOSIFICADOS (INCLUIDOS LOS DESTINADOS A SER ADMINISTRADOS POR VIA TRANSDERMICA) O ACONDICIONADOS PARA LA VENTA AL POR MENOR	8.305.740	6.392.245	5.572.517	8.099.355	10.001.755	11.493.128	15.225.178	19.926.559	17.804.887	18.233.628	24.777.051
3005	GUATAS, GASAS, VENDAS Y ARTÍCULOS ANÁLOGOS (POR EJEMPLO: APÓSITOS, ESPARADRAPOS, SINAPISMOS), IMPREGNADOS O RECUBIERTOS DE SUSTANCIAS FARMACEUTICAS O ACONDICIONADOS PARA LA VENTA AL POR MENOR CON FINES MEDICOS, QUIRÚRGICOS, ODONTOLÓGICOS O VETERINARIOS	156.545	1.665	38.213	5.705	291.799	32.397	11.488	68.412	55.566	30.294	12.578
3006	PREPARACIONES Y ARTÍCULOS FARMACEUTICOS A QUE SE REFIERE LA NOTA 4 DE ESTE CAPÍTULO	3.135.315	1.702.827	1.777.148	3.879.569	4.365.103	3.436.132	1.962.727	2.356.225	2.794.789	3.420.712	3.798.680
3026		0	114.140	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3034		2.951	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3037		0	15.960	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3061		0	24.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30	Productos farmacéuticos	19.092.578	13.303.829	11.134.818	15.351.450	19.254.798	20.250.725	23.271.550	30.593.892	30.114.792	33.299.061	44.070.260
3102	ABONOS MINERALES O QUÍMICOS NITROGENADOS	24.963	98.569	156.676	24.012	181.308	0	55.260	0	0	235.776	725.558
3103	ABONOS MINERALES O QUÍMICOS FOSFATADOS	2.162.430	2.949.672	2.782.728	4.229.765	4.825.912	4.892.138	8.337.238	6.062.017	3.770.378	8.985.240	4.676.827
3104	ABONOS MINERALES O QUÍMICOS POTÁSICOS	0	2.518	94.047	0	77.924	0	0	672.000	0	861.856	30.780
3105	ABONOS MINERALES O QUÍMICOS, CON DOS O TRES DE LOS ELEMENTOS FERTILIZANTES: NITRÓGENO, FÓSFORO Y POTASIO; LOS DEMÁS ABONOS; PRODUCTOS DE ESTE CAPÍTULO EN TABLETAS O FORMAS SIMILARES O EN ENVASES DE UN PESO BRUTO INFERIOR O IGUAL A 10 kg	8.013.458	6.101.251	7.737.381	11.960.913	4.872.369	3.777.861	16.601.258	17.344.286	10.139.649	19.398.599	34.108.421
31	Abonos	10.200.851	9.152.010	10.770.832	16.214.690	9.957.512	8.669.999	24.993.756	24.078.303	13.910.027	29.481.472	39.541.586

Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines

NCM8	Descripción	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
3201	EXTRACTOS CURTIENTES DE ORIGEN VEGETAL; TANINOS Y SUS SALES, ÉTERES, ESTERES Y DEMÁS DERIVADOS	0	19.420	0	0	473	0	30.780	9.054	45.360	1.968	0
3202	PRODUCTOS CURTIENTES ORGÁNICOS SINTÉTICOS; PRODUCTOS CURTIENTES INORGÁNICOS; PREPARACIONES CURTIENTES, INCLUSO CON PRODUCTOS CURTIENTES NATURALES; PREPARACIONES ENZIMÁTICAS PARA PRECURTIDO	2.852.572	2.381.741	5.357.737	3.092.001	1.332.770	2.176.740	1.808.145	2.048.390	1.548.387	2.858.272	2.984.721
3203	MATERIAS COLORANTES DE ORIGEN VEGETAL O ANIMAL (INCLUIDOS LOS EXTRACTOS TINTÓREOS, EXCEPTO LOS NEGROS DE ORIGEN ANIMAL), AUNQUE SEAN DE CONSTITUCIÓN QUÍMICA DEFINIDA; PREPARACIONES A QUE SE REFIERE LA NOTA 3 DE ESTE CAPÍTULO A BASE DE MATERIAS COLORANTES DE ORIGEN VEGETAL O ANIMAL	0	0	0	12.488	0	0	0	0	0	0	0
3204	MATERIAS COLORANTES ORGÁNICAS SINTÉTICAS, AUNQUE SEAN DE CONSTITUCIÓN QUÍMICA DEFINIDA; PREPARACIONES A QUE SE REFIERE LA NOTA 3 DE ESTE CAPÍTULO A BASE DE MATERIAS COLORANTES ORGÁNICAS SINTÉTICAS; PRODUCTOS ORGÁNICOS SINTÉTICOS DE LOS TIPOS UTILIZADOS PARA EL AVIVADO FLUORESCENTE O COMO LUMINÓFOROS, AUNQUE SEAN DE CONSTITUCIÓN QUÍMICA DEFINIDA	350.305	1.632.380	3.886.099	4.735.093	5.061.505	5.153.391	5.811.296	6.719.721	6.186.384	7.278.462	7.814.474
3205	LACAS COLORANTES; PREPARACIONES A QUE SE REFIERE LA NOTA 3 DE ESTE CAPÍTULO A BASE DE LACAS COLORANTES	0	0	0	0	0	271	0	0	0	0	0
3206	LAS DEMÁS MATERIAS COLORANTES; PREPARACIONES A QUE SE REFIERE LA NOTA 3 DE ESTE CAPÍTULO, EXCEPTO LAS DE LAS PARTIDAS 32.03, 32.04 Ó 32.05; PRODUCTOS INORGÁNICOS DE LOS TIPOS UTILIZADOS COMO LUMINÓFOROS, AUNQUE SEAN DE CONSTITUCIÓN QUÍMICA DEFINIDA	22.594	309.810	1.033.915	1.165.170	1.280.807	1.613.656	1.855.442	2.164.690	2.257.374	2.807.638	3.409.952
3207	PIGMENTOS, OPACIFICANTES Y COLORES PREPARADOS, COMPOSICIONES VITRIFICABLES, ENGOMBES, ABRILLANTADORES (LUSTRES) LÍQUIDOS Y PREPARACIONES SIMILARES, DE LOS TIPOS UTILIZADOS EN CERÁMICA, ESMALTADO O EN LA INDUSTRIA DEL VIDRIO; FRITA DE VIDRIO Y DEMÁS VIDRIOS, EN POLVO, GRÁNULOS, COPOS O ESCAMILLAS	0	2.140	0	9.368	630	22.686	0	0	2.594	4.139	0
3208	PINTURAS Y BARNICES A BASE DE POLÍMEROS SINTÉTICOS O NATURALES MODIFICADOS, DISPERSOS O DISUELTOS EN UN MEDIO NO ACUOSO; DISOLUCIONES DEFINIDAS EN LA NOTA 4 DE ESTE CAPÍTULO	4.747.585	2.363.239	2.442.890	2.470.645	2.318.540	2.707.869	2.430.457	4.253.948	2.561.499	4.396.053	6.370.971
3209	PINTURAS Y BARNICES A BASE DE POLÍMEROS SINTÉTICOS O NATURALES MODIFICADOS, DISPERSOS O DISUELTOS EN UN MEDIO ACUOSO	2.324.535	1.338.260	1.210.114	1.290.319	1.529.653	1.847.245	2.271.787	2.115.516	1.749.853	2.510.550	3.016.153
3210	LAS DEMÁS PINTURAS Y BARNICES; PIGMENTOS AL AGUA PREPARADOS DE LOS TIPOS UTILIZADOS PARA EL ACABADO DEL CUERO	41.432	79.575	135.983	148.696	167.808	52.361	81.622	242.998	351.587	374.157	507.597
3212	PIGMENTOS (INCLUIDOS EL POLVO Y ESCAMILLAS METÁLICOS) DISPERSOS EN MEDIOS NO ACUOSOS, LÍQUIDOS O EN PASTA, DE LOS TIPOS UTILIZADOS PARA LA FABRICACIÓN DE PINTURAS; HOJAS PARA EL MARCADO A FUEGO; TINTES Y DEMÁS MATERIAS COLORANTES PRESENTADOS EN FORMAS O ENVASES PARA LA VENTA AL POR MENOR	3.282.682	2.999.058	688.224	768.989	1.071.836	972.615	1.294.683	1.289.472	483.328	1.669.507	4.677.572
3213	COLORES PARA LA PINTURA ARTÍSTICA, LA ENSEÑANZA, LA PINTURA DE CARTELES, PARA MATIZAR O PARA ENTRETENIMIENTO Y COLORES SIMILARES, EN PASTILLAS, TUBOS, BOTES, FRASCOS O EN FORMAS O ENVASES SIMILARES	9.595	3.698	7.363	8.975	1.206	4.754	2.719	4.894	3.925	7.144	17.978
3214	MASILLA, CEMENTOS DE RESINA Y DEMÁS MASTIQUES; PLASTES (ENDUIDOS) UTILIZADOS EN PINTURA; PLASTES (ENDUIDOS) NO REFRACTARIOS DE LOS TIPOS UTILIZADOS EN ALBAÑILERÍA	71.814	9.774	4.876	8.710	218	723	444	41	158.614	519.773	422.525
3215	TINTAS DE IMPRIMIR, TINTAS DE ESCRIBIR O DIBUJAR Y DEMÁS TINTAS, INCLUSO CONCENTRADAS O SÓLIDAS	103.809	23.742	122.540	148.786	192.951	85.378	83.614	173.482	121.182	105.121	170.071
32	Extractos curtientes o tintóreos; taninos y sus derivados; pigmentos y demás materias colorantes; pinturas y barnices; mástiques; tintas	13.806.923	11.162.837	14.889.740	13.859.242	12.958.396	14.637.688	15.670.989	19.022.206	15.470.088	22.532.785	29.392.014



Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines

NCM8	Descripción	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
3301	ACEITES ESENCIALES (DESTERPENADOS O NO), INCLUIDOS LOS "CONCRETOS" O "ABSOLUTOS"; RESINOIDEOS; OLEORRESINAS DE EXTRACCIÓN; DISOLUCIONES CONCENTRADAS DE ACEITES ESENCIALES EN GRASAS, ACEITES FIJOS, CERAS O MATERIAS ANÁLOGAS, OBTENIDAS POR ENFLORADO O MACERACIÓN; SUBPRODUCTOS TERPENICOS RESIDUALES DE LA DESTERPENACIÓN DE LOS ACEITES ESENCIALES: DESTILADOS ACUOSOS AROMÁTICOS Y DISOLUCIONES ACUOSAS DE MEZCLAS DE SUSTANCIAS ODORÍFERAS Y MEZCLAS (INCLUIDAS LAS DISOLUCIONES ALCOHÓLICAS) A BASE DE UNA O VARIAS DE ESTAS SUSTANCIAS, DE LOS TIPOS UTILIZADOS COMO MATERIAS BÁSICAS PARA LA INDUSTRIA; LAS DEMÁS PREPARACIONES A BASE DE SUSTANCIAS ODORÍFERAS, DE LOS TIPOS UTILIZADOS PARA LA ELABORACIÓN DE BEBIDAS	412.872	260.937	287.212	94.320	427.039	54.178	111.510	138.690	898.740	1.501.725	1.019.919
3302	PREPARACIONES DE BELLEZA, MAQUILLAJE Y PARA EL CUIDADO DE LA PIEL, EXCEPTO LOS MEDICAMENTOS, INCLUIDAS LAS PREPARACIONES ANTISOLARES Y LAS BRONCEADORAS; PREPARACIONES PARA MANICURAS O PEDICUROS	34.094	40.927	3.213	78.669	40.990	45.348	51.373	85.410	78.293	61.733	42.298
3303	PERFUMES Y AGUAS DE TOCADOR	1.463.031	330.476	48.579	78.255	189.312	85.639	88.101	72.217	61.708	161.486	151.658
3304	PREPARACIONES CAPILARES	1.154.234	358.359	50.648	54.693	70.399	27.482	8.669	12.961	15.114	9.063	224.571
3305	PREPARACIONES PARA HIGIENE BUCAL O DENTAL, INCLUIDOS LOS POLVOS Y CREMAS PARA LA ADHERENCIA DE LAS DENTADURAS; HILO UTILIZADO PARA LIMPIEZA DE LOS ESPACIOS INTERDENTALES (HILO DENTAL). EN ENVASES INDIVIDUALES PARA LA VENTA AL POR MENOR	474.347	154.664	33.340	28.832	34.165	5.512	18.326	14.894	1.343	8.162	21.362
3306	PREPARACIONES DE AFEITAR O PARA ANTES O DESPUES DEL AFEITADO, DESODORANTES CORPORALES, PREPARACIONES PARA EL BAÑO, DEPILATORIOS Y DEMÁS PREPARACIONES DE PERFUMERÍA, TOCADOR O COSMÉTICA, NO EXPRESADAS NI COMPRENDIDAS EN OTRA PARTE; PREPARACIONES DESODORANTES PARA LOCALES, INCLUSO SIN PERFUMAR, AUNQUE TENGAN	110.093	1.698	0	40.032	5.161	0	10.995	1.369	0	4.262	2.562
3307	Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética	376.901	174.810	204.453	314.586	306.490	337.385	301.474	362.781	295.906	194.243	197.895
33	JABÓN; PRODUCTOS Y PREPARACIONES ORGÁNICOS TENSOACTIVOS USADOS COMO JABÓN, EN BARRAS, PANES, TROZOS O PIEZAS TROQUELADAS O MOLDEADAS, AUNQUE CONTENGAN JABÓN; PRODUCTOS Y PREPARACIONES ORGÁNICOS TENSOACTIVOS PARA EL LAVADO DE LA PIEL, LÍQUIDOS O EN CREMA, ACONDICIONADOS PARA LA VENTA AL POR MENOR, AUNQUE CONTENGAN JABÓN; PAPEL, GUATA, FIELTRO Y TELA SIN TEJER, IMPREGNADOS, RECUBIERTOS O REVESTIDOS DE JABÓN O DE DETERGENTES	4.025.572	1.321.871	627.444	689.387	1.073.555	555.544	590.448	688.321	1.351.103	1.940.673	1.660.266
3401	AGENTES DE SUPERFICIE ORGÁNICOS (EXCEPTO EL JABÓN); PREPARACIONES TENSOACTIVAS, PREPARACIONES DE LAVAR (INCLUIDAS LAS PREPARACIONES AUXILIARES PARA LAVADO) Y PREPARACIONES PARA LIMPIEZA, AUNQUE CONTENGAN JABÓN, EXCEPTO LAS DE LA PARTIDA	444.302	23.251	52.878	29.966	38.370	31.134	8.465	0	5.488	36.680	0
3402	PREPARACIONES LUBRICANTES (INCLUIDOS LOS ACEITES PARA CORTE, LAS PREPARACIONES DE AFLOJAR TUERCAS, LAS PREPARACIONES ANTIHERRUMBRE O ANTICORROSIÓN Y LAS PREPARACIONES PARA EL DESMOLDEO, A BASE DE LUBRICANTES) Y PREPARACIONES DE LOS TIPOS UTILIZADOS PARA EL ENSIMADO DE MATERIAS TEXTILES O EL ACEITADO O ENGRASADO DE CUEROS Y PIELS, PELETERÍA U OTRAS MATERIAS, EXCEPTO LAS QUE CONTENGAN COMO COMPONENTE BÁSICO UNA PROPORCIÓN DE ACEITES DE PETRÓLEO O DE MINERAL BITUMINOSO SUPERIOR O CERAS ARTIFICIALES Y CERAS PREPARADAS	3.601.432	3.778.462	13.312.903	19.476.821	27.633.245	31.679.368	41.677.050	53.656.741	51.740.496	50.341.776	62.973.696
3403	BETUNES Y CREMAS PARA EL CALZADO, ENCAUSTICOS, ABRILLANTADORES (LUSTRES) PARA CARROCEÍAS, VIDRIO O METAL, PASTAS Y POLVOS DE FREGAR Y PREPARACIONES SIMILARES (INCLUSO PAPEL, GUATA, FIELTRO, TELA SIN TEJER, PLÁSTICO O CAUCHO CELULARES, IMPREGNADOS, RECUBIERTOS O REVESTIDOS DE ESTAS PREPARACIONES), EXCEPTO LAS CERAS DE LA PARTIDA 34.04	78.106	490.481	801.327	728.215	1.338.168	1.104.683	998.455	852.669	691.219	1.098.217	930.677
3404	VELAS, CIRIOS Y ARTÍCULOS SIMILARES	166.674	118.417	272.369	269.254	249.450	234.388	315.333	236.220	200.566	198.296	263.863
3405	PASTAS DE MODELAR, INCLUIDAS LAS PRESENTADAS PARA ENTRETENIMIENTO DE LOS NIÑOS; PREPARACIONES LLAMADAS "CERAS PARA ODONTOLOGÍA" O "COMPUESTOS PARA IMPRESIÓN DENTAL", PRESENTADAS EN JUEGOS O SURTIDOS, EN ENVASES PARA LA VENTA AL POR MENOR O EN PLAQUITAS, HERRADURAS, BARRITAS O FORMAS SIMILARES; LAS DEMÁS PREPARACIONES PARA ODONTOLOGÍA A BASE DE YESO FRAGUABLE	301.840	157.127	41.197	40.496	83.384	149.039	241.844	322.434	66.899	25.706	157.709
3406	Jabón, agentes de superficies orgánicas, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ceras artificiales, ceras preparadas, productos de limpieza, velas y artículos similares, pastas para modelar. "ceras para odontología"	0	0	324	84	0	0	0	15	0	0	5
3407		2.924	1.390	612	1.508	88	672	843	906	139	421	1.305
34		4.595.278	4.569.128	14.481.609	20.546.344	29.342.704	33.199.284	43.241.990	55.068.984	52.704.807	51.701.095	64.327.254

Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines

NCM8	Descripcion	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
3501	CASEÍNA, CASEINATOS Y DEMÁS DERIVADOS DE LA CASEÍNA; COLAS DE CASEÍNA	591.870	1.322.226	91.710	544.205	402.937	387.200	1.300.129	150.811	715.091	987.488	183.283
3502	ALBÚMINAS (INCLUIDOS LOS CONCENTRADOS DE VARIAS PROTEÍNAS DEL LACTOSUERO, CON UN CONTENIDO DE PROTEÍNAS DEL LACTOSUERO SUPERIOR AL 80 % EN PESO, CALCULADO SOBRE MATERIA SECA), ALBUMINATOS Y DEMÁS DERIVADOS DE LAS ALBÚMINAS	0	25.800	0	3.066	0	0	2.220	0	2.934	0	43.569
3503	GELATINAS (AUNQUE SE PRESENTEN EN HOJAS CUADRADAS O RECTANGULARES, INCLUSO TRABAJADAS EN LA SUPERFICIE O COLOREADAS) Y SUS DERIVADOS; ICTIOCOLA; LAS DEMÁS COLAS DE ORIGEN ANIMAL, EXCEPTO LAS COLAS DE CASEÍNA DE LA PARTIDA 35.01	0	0	0	0	0	13.748	0	10.100	0	0	0
3505	DEXTRINA Y DEMÁS ALMIDONES Y FECULAS MODIFICADOS (POR EJEMPLO: ALMIDONES Y FECULAS PREGELATINIZADOS O ESTERIFICADOS); COLAS A BASE DE ALMIDÓN, FECULA, DEXTRINA O DEMÁS ALMIDONES O FECULAS MODIFICADOS	0	210	0	0	2.808	9.269	14.000	0	0	0	0
3506	COLAS Y DEMÁS ADHESIVOS PREPARADOS, NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE; PRODUCTOS DE CUALQUIER CLASE UTILIZADOS COMO COLAS O ADHESIVOS, ACONDICIONADOS PARA LA VENTA AL POR MENOR COMO COLAS O ADHESIVOS, DE PESO NETO INFERIOR O IGUAL A 1 kg	599.723	151.907	144.786	220.862	334.285	356.099	462.569	243.344	227.545	1.051.031	973.445
3507	ENZIMAS; PREPARACIONES ENZIMÁTICAS NO EXPRESADAS NI COMPRENDIDAS EN OTRA PARTE	213.348	200.839	330.539	302.340	392.841	478.246	546.238	457.337	588.236	681.644	931.892
35	Materias albuminoideas; productos a base de almidón o de fécula modificados; colas; enzimas	1.404.941	1.700.982	567.035	1.070.473	1.132.870	1.244.561	2.325.156	861.592	1.533.806	2.720.162	2.132.188
3604	ARTÍCULOS PARA FUEGOS ARTIFICIALES, COHETES DE SEÑALES O GRANÍFUGOS Y SIMILARES, PETARDOS Y DEMÁS ARTÍCULOS DE PIROTECNIA	0	16.149	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3606	FERROCERIO Y DEMÁS ALEACIONES PIROFÓRICAS EN CUALQUIER FORMA; ARTÍCULOS DE MATERIAS INFLAMABLES A QUE SE REFIERE LA NOTA 2 DE ESTE CAPÍTULO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11.880
36	Pólvoras y explosivos; artículos de pirotecnia; fósforos (cerillas); aleaciones pirofóricas; materias inflamables	0	16.149	0	0	0	0	0	0	0	0	11.880
3701	PLACAS Y PELÍCULAS PLANAS, FOTOGRÁFICAS, SENSIBILIZADAS, SIN IMPRESIONAR, EXCEPTO LAS DE PAPEL, CARTÓN O TEXTILES; PELÍCULAS FOTOGRÁFICAS PLANAS AUTORREVELABLES, SENSIBILIZADAS, SIN IMPRESIONAR, INCLUSO EN CARGADORES	0	0	0	0	0	14.310	2.400	0	2.825	0	2.816
3702	PELÍCULAS FOTOGRÁFICAS EN ROLLOS, SENSIBILIZADAS, SIN IMPRESIONAR, EXCEPTO LAS DE PAPEL, CARTÓN O TEXTILES; PELÍCULAS FOTOGRÁFICAS AUTORREVELABLES EN ROLLOS, SENSIBILIZADAS, SIN IMPRESIONAR	14.741	0	11.457	1.099	1.750	14.476	0	0	0	0	0
3703	PAPEL, CARTÓN Y TEXTILES, FOTOGRÁFICOS, SENSIBILIZADOS, SIN IMPRESIONAR	0	8.975	33.710	4.662	0	10.108	0	0	0	0	50
3705	PLACAS Y PELÍCULAS, FOTOGRÁFICAS, IMPRESIONADAS Y REVELADAS, EXCEPTO LAS CINEMATOGRAFICAS (FILMES)	0	0	0	0	0	0	0	170	0	0	0
3706	PELÍCULAS CINEMATOGRAFICAS (FILMES), IMPRESIONADAS Y REVELADAS, CON REGISTRO DE SONIDO O SIN EL, O CON REGISTRO DE SONIDO SOLAMENTE	2.000	0	100	4.757	2.250	2.100	0	4.000	1.150	0	309
3707	PREPARACIONES QUÍMICAS PARA USO FOTOGRÁFICO, EXCEPTO LOS BARNICES, COLAS, ADHESIVOS Y PREPARACIONES SIMILARES; PRODUCTOS SIN MEZCLAR PARA USO FOTOGRÁFICO, DOSIFICADOS O ACONDICIONADOS PARA LA VENTA AL POR MENOR LISTOS PARA SU EMPLEO	7.180	2.269	5.292	19.014	14.671	25.398	21.934	24.904	10.510	16.727	4.719
37	Productos fotográficos o cinematográficos.	23.921	11.244	50.559	29.532	18.671	66.393	24.334	29.074	14.485	16.727	7.894

Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines

NCM8	Descripción	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
3802	CARBÓN ACTIVADO; MATERIAS MINERALES NATURALES ACTIVADAS; NEGRO DE ORIGEN ANIMAL, INCLUIDO EL AGOTADO	25.294	18.501	15.387	31.241	12.442	16.367	6.129	14.000	2.971	21.746	0
3804	LEIJAS RESIDUALES DE LA FABRICACIÓN DE PASTAS DE CELULOSA, AUNQUE ESTEN CONCENTRADAS, DESAZUCARADAS O TRATADAS QUÍMICAMENTE, INCLUIDOS LOS LIGNOSULFONATOS, EXCEPTO EL "TALL OIL" DE LA PARTIDA 38.03	2.610	0	0	1.876	13.608	0	0	7.210	11.880	10.650	0
3805	ESENCIAS DE TREMENTINA, MADERA DE PINO O PASTA CELULÓSICA AL SULFATO (SULFATO DE TREMENTINA) Y DEMÁS ESENCIAS TERPÉNICAS PROCEDENTES DE LA DESTILACIÓN O DE OTROS TRATAMIENTOS DE LA MADERA DE CONÍFERAS; DIPENTENO EN BRUTO; ESENCIA DE PASTA CELULÓSICA AL BISULFITO (BISULFITO DE TREMENTINA) Y DEMÁS PARACIMENOS EN BRUTO; ACEITE DE PINO CON ALFA TERPINEOL COMO COMPONENTE PRINCIPAL	0	0	0	0	0	0	0	0	6	103	11.100
3806	COLOFONIAS Y ÁCIDOS RESÍNICOS, Y SUS DERIVADOS; ESENCIA Y ACEITES DE COLOFONIA; GOMAS FUNDIDAS	0	0	0	0	0	0	0	0	5.000	110	0
3808	INSECTICIDAS, RATICIDAS Y DEMÁS ANTIRROEDORES, FUNGICIDAS, HERBICIDAS, INHIBIDORES DE GERMINACIÓN Y REGULADORES DEL CRECIMIENTO DE LAS PLANTAS, DESINFECTANTES Y PRODUCTOS SIMILARES, PRESENTADOS EN FORMAS O ENVASES PARA LA VENTA AL POR MENOR, O COMO PREPARACIONES O ARTÍCULOS TALES COMO CINTAS, MECHAS Y VELAS, AZUFRADAS, Y PAPELES MATAMOSCAS	3.704.712	2.694.280	3.436.028	5.673.994	4.385.135	13.138.421	13.498.573	25.948.523	15.412.801	45.270.702	55.669.087
3809	APRESTOS Y PRODUCTOS DE ACABADO, ACELERADORES DE TINTURA O DE FIJACIÓN DE MATERIAS COLORANTES Y DEMÁS PRODUCTOS Y PREPARACIONES (POR EJEMPLO: APRESTOS Y MORDIENTES), DE LOS TIPOS UTILIZADOS EN LA INDUSTRIA TEXTIL, DEL PAPEL, CUERO O INDUSTRIAS SIMILARES, NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE	1.857.298	1.338.125	1.802.101	2.097.281	2.557.563	3.188.119	3.241.537	3.888.445	3.972.612	4.043.461	3.000.819
3810	PREPARACIONES PARA EL DECAPADO DE LOS METALES; FLUJOS Y DEMÁS PREPARACIONES AUXILIARES DE SOLDAR METAL; PASTAS Y POLVOS DE SOLDAR, CONSTITUIDOS POR METAL Y OTROS PRODUCTOS; PREPARACIONES DE LOS TIPOS UTILIZADOS PARA RECUBRIR O RELLENAR ELECTRODOS O VARILLAS DE SOLDADURA	0	0	1.670	17.930	11.973	20.833	13.140	4.270	3.150	0	0
3811	PREPARACIONES ANTIDETONANTES, INHIBIDORES DE OXIDACIÓN, ADITIVOS PEPTIZANTES, MEJORADORES DE VISCOSIDAD, ANTICORROSIVOS Y DEMÁS ADITIVOS PREPARADOS PARA ACEITES MINERALES (INCLUIDA LA GASOLINA) U OTROS LÍQUIDOS UTILIZADOS PARA LOS MISMOS FINES QUE LOS ACEITES MINERALES	16.417	25.542	0	335	0	1.778	1.478	24	0	0	5.400
3812	ACELERADORES DE VULCANIZACIÓN PREPARADOS; PLASTIFICANTES COMPUESTOS PARA CAUCHO O PLÁSTICO, NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE; PREPARACIONES ANTIOXIDANTES Y DEMÁS ESTABILIZANTES COMPUESTOS PARA CAUCHO O PLÁSTICO	970	0	0	0	20.654	35.000	75	0	2.022	1.253	0
3814	DISOLVENTES Y DILUYENTES ORGÁNICOS COMPUESTOS, NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE; PREPARACIONES PARA QUITAR PINTURAS O BARNICES	49.558	145.549	78.283	184.701	185.122	9.140	137.914	1.020	39.219	1.562	1.607
3815	INICIADORES Y ACELERADORES DE REACCIÓN Y PREPARACIONES CATALÍTICAS, NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE	0	8.382	0	0	0	0	0	0	10.978	3.271	3.853
3816	CEMENTOS, MORTEROS, HORMIGONES Y PREPARACIONES SIMILARES, REFRACTARIOS, EXCEPTO LOS PRODUCTOS DE LA PARTIDA 38.01	0	0	0	0	217	176	729	2.187	1.181	112	0
3819	LÍQUIDOS PARA FRENOS HIDRÁULICOS Y DEMÁS LÍQUIDOS PREPARADOS PARA TRANSMISIONES HIDRÁULICAS, SIN ACEITES DE PETRÓLEO NI DE MINERAL BITUMINOSO O CON UN CONTENIDO INFERIOR AL 70% EN PESO DE DICHS ACEITES	0	0	28.981	6.405	0	0	0	0	0	0	0
3820	PREPARACIONES ANTICONGELANTES Y LÍQUIDOS PREPARADOS PARA DESCONGELAR	0	0	0	0	2.296	0	0	0	198	0	0
3821	MEDIOS DE CULTIVO PREPARADOS PARA EL DESARROLLO DE MICROORGANISMOS	0	0	0	834	1.078	1.699	0	1.317	0	0	0
3822	REACTIVOS PARA DIAGNÓSTICO O LABORATORIO SOBRE CUALQUIER SOPORTE Y REACTIVOS PARA DIAGNÓSTICO O LABORATORIO PREPARADOS, INCLUSO SOBRE SOPORTE, EXCEPTO LOS DE LAS PARTIDAS 30.02 Ó 30.06; MATERIALES DE REFERENCIA CERTIFICADOS	26.805	25.759	12.454	15.570	7.275	38.025	38.152	147.923	9.288	3.874	769.364
3823	ÁCIDOS GRASOS MONOCARBOXÍLICOS INDUSTRIALES; ACEITES ÁCIDOS DEL REFINADO; ALCOHOLES GRASOS INDUSTRIALES	151.550	112.458	164.925	97.196	34.760	14.099	23.540	7.358	3.285	81.391	146.400
3824	PREPARACIONES AGLUTINANTES PARA MOLDES O NÚCLEOS DE FUNDICIÓN; PRODUCTOS QUÍMICOS Y PREPARACIONES DE LA INDUSTRIA QUÍMICA O DE LAS INDUSTRIAS CONEXAS (INCLUIDAS LAS MEZCLAS DE PRODUCTOS NATURALES), NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN	92.538	64.148	43.246	36.230	88.586	305.036	197.833	559.981	187.280	238.630	398.384
38	Productos diversos de las industrias químicas	5.927.752	4.432.742	5.583.076	8.163.593	7.320.708	16.768.690	17.159.100	30.582.259	19.661.871	49.676.865	60.006.013
	TOTAL GENERAL	78.856.559	60.534.638	65.024.319	86.360.375	93.975.755	112.401.805	148.499.920	185.715.814	155.895.683	208.443.850	259.800.978


Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o  
comercializadoras de detergentes y sustancias afines


---

ANEXO E – Correlación NCM y CIU (Rev-3)



NCM	CIU Rev-
340290	2424
340220	2424
340219	2424
340213	2424
340212	2424
340211	2424
340130	2424
340120	2424
340119	2424
340111	2424
330790	2424
330749	2424
330741	2424
330730	2424
330720	2424
330710	2424
330690	2424
330620	2424
330610	2424
330590	2424
330530	2424
330520	2424
330510	2424
330499	2424
330491	2424
330430	2424
330420	2424
330410	2424
330300	2424
152000	2424

**ANEXO F – Importaciones y exportaciones uruguayas del capítulo 34**

 <b>Uruguay XXI</b> <small>PROMOCIÓN DE INVERSIONES Y EXPORTACIONES</small>			<b>Estadísticas de comercio exterior</b>		
<b>Importaciones* de Uruguay por Producto</b>					
<b>Año 2011, Datos en US\$</b>					
NCM4	Descripcion NCM4				2011
3402	Agentes de superficie orgánicos prep. tensoactivas, preparaciones de lavar y prep para limpieza				51.459.758
3401	Jabón productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes				19.126.265
3403	Prep. lubricantes y prep.para el ensimado de mat. textiles o aceitado, engrasado de cueros y pieles				9.147.649
3405	Betunes y cremas para el calzado, encáusticos, abrillantadores				3.906.721
3404	Ceras artificiales y ceras preparadas.				1.581.069
3407	Pastas de modelar, incluidas las presentadas para				531.982
3406	Velas, cirios y artículos similares.				503.687
<b>Total general</b>					<b>86.257.132</b>

 <b>Uruguay XXI</b> <small>PROMOCIÓN DE INVERSIONES Y EXPORTACIONES</small>			<b>Estadísticas de comercio exterior</b>		
<b>Exportaciones de Uruguay por Producto</b>					
<b>Año 2011, Datos en US\$</b>					
NCM4	Descripcion NCM4				2011
3402	Agentes de superficie orgánicos prep. tensoactivas, preparaciones de lavar y prep para limpieza				76.375.521
3403	Prep. lubricantes y prep.para el ensimado de mat. textiles o aceitado, engrasado de cueros y pieles				1.786.571
3404	Ceras artificiales y ceras preparadas.				263.863
3405	Betunes y cremas para el calzado, encáusticos, abrillantadores				195.825
3401	Jabón productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes				17.467
3407	Pastas de modelar, incluidas las presentadas para				1.305
3406	Velas, cirios y artículos similares.				5
<b>Total general</b>					<b>78.640.557</b>

**ANEXO G – Importaciones y exportaciones uruguayas de bienes y servicios del año 2011**

 		
<b>Exportaciones* e Importaciones Uruguayas</b>		
<b>Año 2011, Datos en millones de US\$</b>		
	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>Exportaciones</b>	<b>10.736,6</b>	<b>12.808,5</b>
<i>Bienes</i>	8.030,7	9.280,9
<i>Servicios</i>	2.705,9	3.527,6
<b>Importaciones</b>	<b>10.092,9</b>	<b>12.704,6</b>
<i>Bienes</i>	8.557,7	10.690,6
<i>Servicios</i>	1.535,2	2.014,0
<b>Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos del Banco Central del Uruguay (BCU)</b>		
<i>*Nota: el BCU incluye las Zonas Francas</i>		

**ANEXO H – LEY 18.184**

Publicada D.O. 6 nov/007 - N° 27357

**Ley N° 18.184**

**MECANISMOS DE IMPORTACIÓN EN ADMISIÓN TEMPORARIA,  
TOMA DE STOCK Y RÉGIMEN DEVOLUTIVO**

**REGULACIÓN**

*El Senado y la Cámara de Representantes de la República Oriental del  
Uruguay, reunidos en Asamblea General,*

**DECRETAN:**

---

Artículo 1º.- Los titulares de actividades industriales podrán hacer uso de los mecanismos de importación en admisión temporaria, de toma de stock y de régimen devolutivo ("draw back"), según se definen en los literales siguientes:

- A) "Admisión temporaria" es la introducción a plaza, exenta de tributos, de mercaderías extranjeras procedentes del exterior del territorio aduanero nacional, con un fin determinado, ajeno al consumo, para ser reexpedidas, dentro del plazo que fije la reglamentación, sea en el estado en que fueron introducidas o después de haber sido objeto de una transformación, elaboración, reparación o agregación de valor determinados, con efectiva ocupación de mano de obra.
- B) "Toma de stock" es la posibilidad de reponer bienes importados en régimen general, por la importación de similares, libres de tributos y gravámenes, cuando los mismos se hayan utilizado como insumo para transformación, elaboración, reparación o agregación de valor determinados en el país, con efectiva ocupación de mano de obra, de productos exportados.
- C) "Régimen devolutivo" (o "draw back") es la posibilidad de reclamar la restitución de tributos y gravámenes abonados por la importación en régimen general de todos aquellos bienes que, por definición puedan importarse en admisión temporaria, que se utilizaron en el país, en la elaboración, transformación, reparación o agregación de valor, con efectiva ocupación de mano de obra, de productos destinados a la exportación.

Artículo 2º.- El Poder Ejecutivo reglamentará los regímenes de promoción industrial referidos en el artículo anterior. A tales efectos definirá su universo de aplicación, los procedimientos a seguir, los plazos y requisitos necesarios para su implementación, así como para autorizar la importación definitiva de bienes introducidos en admisión temporaria y fijará la fecha en la que se consideren realizadas las operaciones a los efectos de la liquidación y cobro de los tributos de importación, anticipos, actualizaciones, recargos y multas que correspondan. El plazo de la operación, en régimen de promoción, será de 18 (dieciocho) meses perentorios. El Poder Ejecutivo podrá resolver, en casos excepcionales y debidamente justificados y acreditados, prorrogar el mismo por un nuevo plazo perentorio e improrrogable de hasta 18 (dieciocho) meses. Las multas y recargos se regirán por lo dispuesto en el artículo 94 del Código Tributario.

Artículo 3º.- Cométese al Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM), con la intervención técnico administrativa del Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU), prevista en la Ley N° 13.640, de 26 de

## Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines

---

diciembre de 1967, el contralor del uso de los mecanismos de promoción industrial de que trata el artículo 1º de la presente ley, sin perjuicio de la competencia que le atribuye la normativa vigente a la Dirección Nacional de Aduana (DNA) y a la Dirección General Impositiva (DGI). La constatación de irregularidades que puedan implicar pérdida de renta fiscal, determinará la inmediata comunicación al Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) por parte del Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM).

Artículo 4º.- Las infracciones a los regímenes de promoción industrial previstos en la presente ley podrán ser observadas o sancionadas por el Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM) con amonestación o multa de hasta el 100% (cien por ciento) del valor CIF de la mercadería involucrada en la infracción, que será dispuesta y percibida por dicha Secretaría de Estado con destino a Rentas Generales. El monto de la multa a aplicar por el Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM), se fijará atendiendo a las escalas que determine la reglamentación, tomando en cuenta, entre otros aspectos, los antecedentes del administrado. Cuando la infracción constatada respecto de algunos de los regímenes de promoción referidos en el artículo 1º de la presente ley, permitan presumir la pérdida de renta fiscal, fuera del caso previsto en el artículo siguiente, el Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM) dará cuenta a la Dirección Nacional de Aduanas (DNA), a través del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), a efectos que determine y, en su caso, disponga el cobro de los tributos, multas y recargos que correspondan.

Artículo 5º.- Cuando la infracción constatada haya consistido en la comercialización en el mercado interno de bienes introducidos al amparo del régimen de admisión temporaria, definido en el literal A) del artículo 1º de la presente ley, sin la previa importación definitiva autorizada por el Ministerio de Industria, Energía y Minería, se entenderá que el administrado incurrió también en la infracción prevista en el artículo 6º del Decreto Ley N° 14.629, de 5 de enero de 1977, por lo que, además de la sanción prevista en el artículo anterior, la mencionada Secretaría de Estado dará cuenta a la Dirección Nacional de Aduanas a través del Ministerio de Economía y Finanzas, para que: A) en un plazo de diez días corridos a partir de notificada de los hechos, proceda a efectuar la denuncia ante la justicia competente; B) disponga el pago de los tributos de importación, actualizaciones, multas y recargos que correspondan, conforme a sus facultades.

Artículo 6º.- Cuando se haya constatado un faltante de stock debido a caso fortuito o fuerza mayor, debidamente denunciado y constatado por los organismos competentes, el Ministerio de Industria, Energía y Minería podrá autorizar una rebaja de stock no mayor a la que haya reconocido el eventual asegurador de la misma.

Artículo 7º.- La situación prevista en el artículo 5º de la presente ley, verificada por el Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU), determinará la inmediata suspensión preventiva del administrado en la utilización del régimen de admisión temporaria, toma de stock o régimen devolutivo ("draw back"). Cuando ello sucediere se comunicará en forma inmediata al Ministerio de Industria, Energía y Minería (Dirección Nacional de Industrias) y al Ministerio de Economía y Finanzas (Dirección Nacional de Aduanas). El Poder Ejecutivo fijará las causales de suspensión en el uso de los diferentes regímenes. Las suspensiones vigentes deberán estar en conocimiento del Ministerio de Industria, Energía y Minería (Dirección Nacional de Industrias), el Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU) y el Ministerio de Economía y Finanzas (Dirección Nacional de Aduanas).

Artículo 8º.- El Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM), previo informe del Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU), podrá autorizar la transferencia total o parcial de los bienes ingresados en admisión temporaria, entre empresas autorizadas a operar en dicho régimen. La operación cuya mercadería sea objeto de transferencia total o parcial, conservará la fecha original de vencimiento. La transferencia de una operación de admisión temporaria, total o parcial, conlleva simultáneamente la transferencia de la titularidad del trámite y de la responsabilidad con relación al procedimiento de uso de dicho régimen.

Artículo 9º.- Las responsabilidades por el buen uso de los regímenes de promoción industrial que se describen en el artículo 1º de la presente ley, recaerán en la empresa titular y, solidariamente, en los exportadores y demás intermediarios, por las cantidades que el titular acredite haberle entregado, en la forma que establezca la reglamentación.

Artículo 10.- Los socios administradores, directores, titulares y administradores de sociedades por acciones, serán personal y solidariamente responsables de todas las obligaciones establecidas en la presente ley, sin perjuicio de lo establecido en las Leyes N° 2.230, de 2 de junio de 1893, y N° 16.060, de 4 de setiembre de 1989.

Artículo 11.- El régimen de admisión temporaria previsto en la presente ley es también aplicable a las máquinas y equipos de cualquier origen, que ingresen transitoriamente al país para su reparación, mantenimiento o actualización.



Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o  
comercializadoras de detergentes y sustancias afines

---

Artículo 12.- La presente ley entrará en vigencia a los noventa días de su reglamentación.

Artículo 13.- Deróganse todas las disposiciones que se opongan a la presente ley.

Sala de Sesiones de la Asamblea General, en Montevideo, a 16 de octubre de 2007.

***RODOLFO NIN NOVOA,***  
***Presidente.***  
***Marti Dalgalarrodo Añón,***  
***Hugo Rodríguez Filippini,***  
***Secretarios.***

***MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS***  
***MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINERÍA***

***Montevideo, 27 de Octubre de 2007.***

Cúmplase, acúsese recibo, comuníquese, publíquese e insértese en el Registro Nacional de Leyes y Decretos.

***RODOLFO NIN NOVOA.***  
***DANILO ASTORI.***  
***JORGE LEPRÁ.***

Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines

ANEXO I – Decreto 505/3

IE/974



Paysandú 1101 4º Piso - C.P.11.000  
Tel.: (598 2) 900 0231 al 33  
Correo: info@miem.gub.uy  
Montevideo - Uruguay

SECRETARÍA DE ESTADO

SIRVASE CITAR  
4/809/09

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINERÍA  
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS

Montevideo - 3 NOV. 2009

**VISTO:** la Ley N° 18.184 de 27 de octubre de 2007.-----

**RESULTANDO:** I) que por la citada norma legal los titulares de actividades industriales podrán hacer uso de los mecanismos de importación en admisión temporaria, toma de stock y de régimen devolutivo ("draw back").-----

II) que el artículo 2º se establece que el Poder Ejecutivo reglamentará los regímenes de promoción industrial citados, definiendo el universo de aplicación, los procedimientos a seguir, los plazos y requisitos necesarios para su implementación, así como para autorizar la importación definitiva de bienes introducidos en admisión temporaria y fijará la fecha en la que se consideren realizadas las operaciones a los efectos de la liquidación y cobro de los tributos de importación, anticipos, actualizaciones, recargos y multas que correspondan.-----

III) que la entrada en vigencia de la referida ley se producirá a los noventa días de su reglamentación.-----

**CONSIDERANDO:** que para la puesta en práctica de los mecanismos de importación previstos por la Ley que se reglamenta, es necesario definir, a través del instrumento reglamentario, numerosos aspectos de la operativa de los mismos.-----

**ATENCIÓN:** a expuesto precedentemente y lo establecido por la Ley N° 18.184 de 27 de octubre de 2007.-----

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

DECRETA

CAPITULO I

DE LA ADMISIÓN TEMPORARIA

**ARTÍCULO N° 1.-** Admisión temporaria es la introducción a plaza, exenta de tributos, de mercaderías extranjeras procedentes del exterior del territorio aduanero nacional, con un fin determinado ajeno al consumo, para ser reexpedidas, dentro del plazo que fija esta reglamentación, sea en el estado en que fueron introducidas o después de haber sido objeto de una transformación, elaboración, reparación o agregación de valor determinados, con efectiva ocupación de mano de obra. El régimen de Admisión Temporaria es también aplicable a las máquinas y equipos de cualquier origen, que ingresen temporalmente para su reparación mantenimiento o actualización.-

2009/1309

As 317

090902/11000-2009

## Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines

---

Las importaciones en Admisión Temporal de las mercaderías indicadas en el artículo 2º del presente decreto, con excepción de los contenedores, se cursarán libremente de acuerdo con el régimen general de importación vigente y según las normas que se indican a continuación.-

**ARTÍCULO Nº 2.-** Al amparo del régimen de Admisión Temporal, las empresas industriales, por sí o por intermedio de empresas comerciales, podrán introducir al país:

- A) Materias primas e insumos intermedios;
- B) Partes, Piezas, motores, equipos y materiales;
- C) Envases y material para empaque;
- D) Matrices, moldes y modelos;
- E) Productos que se consumen en el proceso productivo o en el control de calidad, sin incorporarse al producto terminado pero que intervienen directamente en la elaboración y en contacto con el producto a exportar. No comprende los repuestos de máquinas y equipos;
- F) Elementos, equipos o materiales necesarios para el soporte de software, programaciones o información relativa a las tecnologías de la información;
- G) Maquinas y equipos de cualquier origen, que ingresen temporalmente para su reparación, mantenimiento o actualización.

Se entienden comprendidas en el grupo A) aquellas mercaderías que entran en el proceso de elaboración y sufren una sustancial transformación de estado quedando incorporadas al producto terminado.

En el grupo B) quedan comprendidas todas aquellas mercaderías que se incorporan, en su estado original, a un conjunto mayor, en procesos de ensamblado, o se someten a operaciones o procesos que les agregan nuevas propiedades o funcionalidades.

En el grupo C) se incluyen los envases y los materiales empleados para su elaboración y acondicionamiento, que tienen como destino la exportación de mercaderías. Comprende asimismo a los envases que ingresen al país conteniendo productos destinados al consumo industrial y que luego sean retornados a origen.-

En el grupo D) se incluyen las matrices y moldes destinados a la elaboración o estampado de productos finales cuyo destino puede ser el mercado interno. Ese grupo contempla asimismo aquellas mercaderías que puedan ser necesarias como referencia o modelo, para su reproducción a escala industrial. El ingreso de estas mercaderías se efectuará sin operación de cambios.-

Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines



Paysandú 1101 4º Piso - C.P.11.000  
Tel.: (598 2) 900 0231 al 33  
Correo: info@miem.gub.uy  
Montevideo - Uruguay

SECRETARÍA DE ESTADO

SIRVASE CITAR  
4809/09

En el grupo F) se contempla la introducción temporal de equipos, elementos y materiales destinados a soportar programas, instrucciones y reglas informáticas, los que podrán exportarse directamente o ser incorporados en otras mercaderías que luego sean exportados.

**ARTÍCULO N° 3 .-** Las empresas interesadas presentarán las solicitudes de ingreso de mercaderías en Admisión Temporal ante el Laboratorio Tecnológico del Uruguay, a los efectos de posibilitar el control de su posterior y oportuno egreso del país. A dicho efecto, deberán cumplir con los requisitos y formalidades que dicho organismo establezca mediante la reglamentación pertinente, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 164 de la Ley N° 13.640, de 26 de diciembre de 1967 y el artículo 3° de la Ley N° 18.184 de 27 de octubre de 2007.-

Una vez que el Laboratorio Tecnológico del Uruguay haya verificado el cumplimiento de los requisitos y formalidades legales y los que correspondan de conformidad con lo previsto en el presente decreto, emitirá la autorización de Admisión Temporal, que comunicará, de inmediato, a la Dirección Nacional de Aduanas y a la empresa solicitante.-

Cuando el Laboratorio Tecnológico del Uruguay lo estime necesario, para otorgar la autorización establecida en el presente artículo, podrá requerir los antecedentes de exportación y de los stocks disponibles u otra información que considere pertinente.

Dicho requerimiento podrá efectuarse también para el análisis de la situación en que se encuentra una empresa en el cumplimiento de sus operaciones, en el marco de este régimen.-

Las empresas, que operan en este régimen, informarán en sus balances anuales, cuánto de su inventario de mercaderías corresponde a las ingresadas en admisión temporal.

La Dirección Nacional de Aduanas no dará curso a las solicitudes de importación en Admisión Temporal sin la previa autorización emitida por el Laboratorio Tecnológico del Uruguay prevista en el inciso 2° del presente artículo.

**ARTÍCULO N° 4 .-** Fijase un plazo de 18 (dieciocho) meses para el cumplimiento total de cada operación de Admisión Temporal contado a partir de la fecha de autorización de la operación por el Laboratorio Tecnológico del Uruguay.-

El Poder Ejecutivo previa solicitud fundada de la parte interesada, que deberá ser presentada ante el Laboratorio Tecnológico del Uruguay antes de los 90 (noventa) días previos al vencimiento del plazo de la admisión temporal, podrá disponer, en casos excepcionales, debidamente justificados y acreditados, la prórroga de dicho plazo por hasta 18 (dieciocho) meses improrrogables. El Laboratorio Tecnológico del Uruguay, elevará al Ministerio de Industria, Energía y Minería las actuaciones, dentro de los 30 (treinta) días siguientes a la fecha de la solicitud de prórroga incluyendo el informe de inspección o justificando la ausencia de éste.

As. 317

Cuando el Poder Ejecutivo no dicte resolución sobre la solicitud de prórroga, dentro de los 60 (sesenta) días de presentada, la prórroga se considerará denegada.

En todos los casos considerados precedentemente, la Dirección Nacional de Industrias cursará comunicación al Laboratorio Tecnológico del Uruguay y a la Dirección Nacional de Aduanas.-----

**ARTÍCULO Nº 5.-** Las empresas industriales que operen en régimen de Admisión Temporal deberán presentar al Laboratorio Tecnológico del Uruguay, con la periodicidad que el mismo establezca, un informe sobre los medios de producción de que disponen para la elaboración de los artículos a exportar. A esos efectos el Laboratorio Tecnológico del Uruguay realizará inspección de la planta industrial.-----

**ARTÍCULO Nº 6.-** Las mercaderías ingresadas temporalmente deberán estar claramente identificadas y separadas tanto entre sí como de otras mercaderías ingresadas en régimen general, o adquiridas en plaza. Serán objeto de estudio, por parte del Laboratorio Tecnológico del Uruguay aquellos casos en que se pueda demostrar que, por razones fundadas, se imposibilita el cumplimiento de lo señalado.-----

**ARTÍCULO Nº 7.-** Las operaciones de Admisión Temporal podrán cancelarse mediante cualquiera de los siguientes procedimientos:

- a) su descarga en la exportación con la correspondiente afectación de las operaciones de que se trate. A tales efectos, se considerará como fecha de exportación la de la numeración del respectivo Documento Único Aduanero (DUA)
- b) la importación definitiva de las mercaderías importadas;
- c) la reexportación de mercaderías en el mismo estado en que fue importada;
- d) faltante por fuerza mayor;
- e) destrucción o donación por deterioro.-

A efectos de lo referido en el inciso anterior, las empresas deberán presentar ante el Laboratorio Tecnológico del Uruguay un detalle de la cancelación de las Admisiones Temporales. Dicho organismo, cuando corresponda, emitirá una comunicación de cancelación para cada operación de acuerdo a lo estipulado en el art. 164 literal d) de la ley Nº 13.640 y el art. 3º de la Ley Nº 18.184 de 27 de octubre de 2007. Dicha comunicación de cancelación será remitida a la Dirección Nacional de Aduanas y al titular de la operación.-----

**ARTÍCULO Nº 8.-** Las mercaderías introducidas en Admisión Temporal podrán ser importadas en forma definitiva dentro de los primeros 12 (doce) meses del primer plazo de 18 (dieciocho) meses previsto en el artículo 4º. Dichas importaciones se considerarán realizadas en la fecha de numeración del despacho aduanero de las mencionadas mercaderías, al sólo efecto del pago de los tributos de importación y del cálculo de las actualizaciones, multas

Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines



Paysandú 1101 4° Piso - C.P. 11.000  
Tel.: (598 2) 900 0231 al 33  
Correo: info@miem.gub.uy  
Montevideo - Uruguay

SECRETARÍA DE ESTADO

SIRVASE CITAR  
4809/09

y recargos que correspondan, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo siguiente.-----

**ARTICULO Nº 9.-** Las mercaderías introducidas en Admisión Temporal podrán ser importadas en forma definitiva dentro de los últimos 6 (seis) meses del primer plazo de 18 (dieciocho) meses previsto en el artículo 4º, previa autorización del Ministerio de Industria, Energía y Minería abonando los tributos según las normas y tipo de cambio vigente al día de la importación definitiva.

Dicha autorización deberá ser solicitada en forma fundada ante el Laboratorio Tecnológico del Uruguay el que, luego de inspección conjunta con la Dirección Nacional de Aduanas elevará los antecedentes al Ministerio de Industria, Energía y Minería para su resolución definitiva. Dichas operaciones, serán tramitadas con verificación física de la cantidad y calidad de las mercaderías (canal rojo).

Las operaciones mencionadas anteriormente son de carácter excepcional y la reiteración de las mismas por parte de una misma empresa podrá considerarse como una desviación del régimen, pudiendo el Ministerio de Industria, Energía y Minería no acceder a la operación solicitada.

As. 317

Las mercaderías importadas en admisión temporal podrán ser importadas en forma definitiva durante el período de prórroga establecido por el artículo 4º. Dichas importaciones se considerarán realizadas a los doce meses de la numeración del despacho aduanero, al sólo efecto del pago de los tributos de importación y del cálculo de las actualizaciones, multas y recargos que correspondan.-----

**ARTICULO Nº 10.-** La reexportación de las mercaderías en el mismo estado en que fueron introducidas, podrá ser realizada en el primer plazo de 18 (dieciocho) meses previsto en el artículo 4º previa autorización del Ministerio de Industria, Energía y Minería, siempre que tenga por destino el país de origen o terceros países.

Dicha autorización deberá ser solicitada en forma fundada ante el Laboratorio Tecnológico del Uruguay, el que luego de inspección conjunta con la Dirección Nacional de Aduanas elevará los antecedentes al Ministerio de Industria, Energía y Minería para su resolución definitiva. Dichas operaciones, serán tramitadas con verificación física de la cantidad y calidad de las mercaderías (canal rojo).

Las operaciones mencionadas anteriormente son de carácter excepcional y la reiteración de las mismas por parte de una misma empresa podrá considerarse como una desviación del régimen, pudiendo el Ministerio de Industria, Energía y Minería no acceder a la operación solicitada.

Los envases contemplados por el literal c) del artículo 2º así como las matrices, moldes y modelos amparados en el literal d) del mismo artículo del presente decreto, podrán reexportarse sin requerir la autorización ministerial referida anteriormente.-----

**ARTÍCULO Nº 11 .-** Cuando, por casos fortuitos o de fuerza mayor, se produjera un deterioro o faltante de la mercadería, la empresa lo comunicará de inmediato, con las formalidades requeridas, al Laboratorio Tecnológico del Uruguay para que éste proceda a su verificación, comunicando los resultados a la Dirección Nacional de Industrias.

El Ministerio de Industria, Energía y Minería, en caso de mercadería faltante o deteriorada, podrá autorizar una rebaja de stock:

A) cuando estuviera cubierta por un seguro, en cantidad no mayor a la que haya reconocido el eventual asegurador de la misma;

B) no existiendo cobertura de seguro, por lo que determine el Laboratorio Tecnológico del Uruguay luego de verificar el volumen físico a deducir del saldo pendiente de cancelación en base a las constataciones que se efectúen y por razones técnicamente demostrables.-

C) en el caso de deterioro de la mercadería, la misma deberá destruirse bajo supervisión de la Dirección Nacional de Aduanas o donarse a un organismo público a efectos de la cancelación de las operaciones de admisión temporaria correspondientes.-----

**ARTÍCULO Nº 12.-** Las empresas que habiendo importado mercaderías en admisión temporaria, no hayan cancelado la misma dentro del plazo de cumplimiento previsto en el inciso primero del artículo 4º o de su prórroga, cuando corresponda, serán objeto de una inspección preceptiva por parte del Laboratorio Tecnológico del Uruguay, a fin de verificar y cuantificar las mercaderías importadas en Admisión Temporaria pendiente de cancelación. Las constataciones efectuadas en dicha inspección deberán ser puestas, de inmediato, en conocimiento de la Dirección Nacional de Aduanas.

Cuando la Dirección Nacional de Aduanas constate la existencia de mercadería en la situación prevista en el inciso anterior, lo deberá poner en conocimiento del Laboratorio Tecnológico del Uruguay, el que procederá a efectuar la inspección a que alude dicho inciso. -----

**ARTÍCULO Nº 13.-** La Dirección Nacional de Aduanas, sobre la base de las constataciones efectuadas por el Laboratorio Tecnológico de Uruguay en el curso de la inspección, exigirá de las empresas que tengan saldos pendientes de cancelación, el pago de los tributos según las normas y tipo de cambio vigentes a la fecha de numeración del Despacho Aduanero, con anticipos, actualizaciones, multas y recargos que correspondan a calcularse desde la referida fecha.

Efectuadas las regularizaciones, la Dirección Nacional de Aduanas comunicará al Laboratorio Tecnológico del Uruguay las operaciones de admisión temporaria involucradas y los volúmenes físicos regularizados.

Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines



Paysandú 1101 4º Piso - C.P. 11.000  
Tel.: (598 2) 900 0231 al 33  
Correo: info@miem.gub.uy  
Montevideo - Uruguay

SECRETARÍA DE ESTADO

SIRVASE CITAR  
4809/09

En ningún caso la Dirección Nacional de Aduanas podrá exigir el pago previsto en el inciso 1º, sin la previa inspección del Laboratorio Tecnológico del Uruguay.

**ARTICULO Nº 14 .-** En los casos en que el Laboratorio Tecnológico del Uruguay o la Dirección Nacional de Aduanas, constaten físicamente, la existencia de excedentes o faltantes de stock, fundados técnicamente ante el Laboratorio Tecnológico del Uruguay, y que correspondan a mercaderías ingresadas bajo el régimen que se reglamenta, se procederá a la nacionalización del excedente o regularización del faltante cuando corresponda, sin multas ni recargos. Dicha nacionalización o regularización deberá realizarse en un plazo de 30 (treinta) días a contar de la fecha de notificación a la empresa involucrada. Vencido dicho plazo, si no se hubiera procedido a la nacionalización o regularización mencionada, el Laboratorio Tecnológico del Uruguay dispondrá su suspensión para operar en los regímenes previstos en la Ley No. 18.184 de 27 de octubre de 2007, hasta que nacionalice el excedente o regularice su situación.

En los casos en que se constate excedentes o faltantes de stock no fundados técnicamente a juicio del Laboratorio Tecnológico del Uruguay, este Organismo lo comunicará a la Dirección Nacional de Aduanas, a la Dirección Nacional de Industrias, a la Dirección General Impositiva y notificará a la empresa que deberá proceder a su nacionalización o regularización a través del pago de tributos, con actualización, multas y recargos calculados a partir de la fecha de numeración del Documento Único Aduanero (DUA) original. Dicha nacionalización o regularización deberá realizarse en un plazo de 30 (treinta) días a contar de la fecha de notificación a la empresa involucrada. Vencido dicho plazo, si no se hubiera procedido a la nacionalización o regularización mencionada, el Laboratorio Tecnológico del Uruguay incluirá al infractor en el registro de empresas morosas y le suspenderá para continuar operando en cualquiera de los regímenes previstos en la Ley No. 18.184 de 27 de octubre de 2007, hasta que nacionalice el excedente o regularice su situación.

**ARTICULO Nº 15 .-** Las modificaciones técnicas que involucren:

- a) registrar un nuevo modelo a exportar;
- b) el agregado de un nuevo insumo a un modelo ya registrado y
- c) el aumento de la relación insumo-producto, solamente serán autorizadas previamente a la exportación y con la fundamentación técnica que corresponda por el Laboratorio Tecnológico del Uruguay.

Cuando se presenten gestiones con fundamentación fehaciente, el Ministerio de Industria, Energía y Minería, previo dictamen del Laboratorio Tecnológico del Uruguay podrá autorizar excepciones a lo dispuesto precedentemente.

As. 317



Cuando las alteraciones de la relación insumo-producto no sean las referidas en el inciso anterior, el Laboratorio Tecnológico del Uruguay podrá proceder a su autorización. En estos casos dichas alteraciones no tendrán la limitante de ser previas a la exportación.-----

**ARTÍCULO Nº 16.-** Cuando se haya constatado la comercialización en el mercado interno de mercaderías ingresadas en Admisión Temporal, sin la previa importación definitiva autorizada por el Ministerio de Industria, Energía y Minería, éste aplicará a los infractores una multa equivalente al 100% del valor CIF del faltante de stock, que será percibida por dicha Secretaría de Estado con destino a Rentas Generales, sin perjuicio del pago de los tributos de importación, actualizaciones, multas y recargos que correspondan.

Asimismo podrá suspender hasta por 1 (un) año a los titulares de las operaciones en infracción y a las personas indicadas en el Art. 10º de la Ley 18.184 de 27 de octubre de 2007, en la utilización de los regímenes de promoción industrial previstos en dicha norma.-----

**ARTÍCULO Nº 17.-** De conformidad con lo previsto en el Art. 5º de la Ley 18.184 de 27 de octubre de 2007, quienes hayan comercializado en el mercado interno, mercaderías introducidas al amparo del régimen de admisión temporal, definido en el Art. 1º del presente Decreto, sin la previa importación definitiva, se entenderá que el administrado incurrió también en la infracción prevista en el Artículo 6º del Decreto Ley Nº 14629 del 5 de enero de 1977, por lo que, además de la sanción prevista en el Art. 4º de la Ley Nº 18.184 de 27 de octubre de 2007, la mencionada Secretaría de Estado dará cuenta a la Dirección Nacional de Aduanas a través del Ministerio de Economía y Finanzas, para que:

- a) en un plazo de 10 (diez) días corridos a partir de notificado los hechos, proceda a efectuar la denuncia ante la justicia competente:
- b) disponga el pago de los tributos de importación, actualizaciones, multas y recargos que correspondan, conforme a sus facultades.-----

**ARTÍCULO Nº 18.-** Cuando la utilización de algunos de los regímenes de promoción referidos en el artículo 1º de la Ley que se reglamenta, permita presumir la pérdida de renta fiscal, fuera del caso previsto en el artículo siguiente, el Ministerio de Industria, Energía y Minería dará cuenta a la Dirección Nacional de Aduanas, a través del Ministerio de Economía y Finanzas, a efectos que determine y, en su caso, disponga el cobro de los tributos, multas y recargos que correspondan.-----

**ARTÍCULO Nº 19.-** El Ministerio de Industria Energía y Minería previo informe del Laboratorio Tecnológico del Uruguay, podrá autorizar la transferencia de la titularidad de la operación de admisión temporal entre empresas autorizadas a operar en dicho régimen.

Dicha transferencia conlleva simultáneamente la transferencia de la titularidad del trámite, de las mercaderías en su estado original, total o parcialmente procesadas, y de la responsabilidad con relación al uso de dicho régimen.

Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines



Paysandú 1101 4° Piso - C.P. 11.000  
Tel: (598 2) 900 0231 al 33  
Correo: info@miem.gub.uy  
Montevideo - Uruguay

SECRETARÍA DE ESTADO

SIRVASE CITAR  
4809/09

A dichos efectos las empresas interesadas efectuarán la solicitud de transferencia ante el Laboratorio Tecnológico del Uruguay con la documentación que éste les requiera.

El titular de los mercaderías importadas temporalmente en sus documentos de entrega de mercaderías al cesionario, deberá hacer constar que se trata de productos sujetos a la cancelación prevista por el artículo 7° del presente Decreto, detallando cuando corresponda, para cada producto entregado, la siguiente información:

- a) modelo registrado en el Laboratorio Tecnológico del Uruguay
- b) Ítem arancelario del producto entregado,
- c) Factura comercial de las mercaderías cuya titularidad se transfiere.
- d) Para cada uno de los componentes que se deban descargar en exportaciones, indicar:
  - i. Número de Admisión Temporal.-
  - ii. Fecha de vencimiento.-
  - iii. Ítem arancelario.-
  - iv. Volumen físico a descargar.-
  - v. Valor CIF a descargar.-

Ab. 317

**ARTÍCULO Nº 20.-** Las empresas que operen como titulares en operaciones de Admisión Temporal podrán entregar mercaderías industrializadas sin transferir la titularidad de la operación, sujeto a los requisitos que el Laboratorio Tecnológico del Uruguay establezca, a exportadores, prestadores de servicios a facon y demás intermediarios.-

Los cesionarios serán solidariamente responsables por el buen uso del régimen de Admisión Temporal por las cantidades que el titular acredite fehacientemente haberle entregado.-

**ARTÍCULO Nº 21.-** En el caso de los facones industriales que sea necesario realizar fuera de la planta de la firma industrial importadora, estos deberán declararse en las solicitudes de Admisión Temporal y contar con la previa autorización del Laboratorio Tecnológico del Uruguay.-

Las empresas, una vez obtenida la autorización referida, efectuarán los movimientos de mercaderías mediante remitos o documentos de entrega que deberán mantener a disposición del citado organismo, dejándolos asentados en los registros de admisión temporal, para su control hasta que las operaciones afectadas estén canceladas.-

**ARTÍCULO Nº 22.-** Las empresas que quieran actuar como titulares de Admisión Temporal no contando con planta industrial habilitada, podrán hacerlo en la medida que dispongan de un contrato de arrendamiento de servicios con una empresa industrial habilitada por el Laboratorio Tecnológico del Uruguay y que no se encuentre en situación de morosidad en la utilización

del régimen de admisión temporaria. Además, deberán garantizar, ante la Dirección Nacional de Aduanas, el eventual pago de tributos suspendidos por las admisiones temporarias que se tramiten, con la presentación de garantía bancaria, depósito bancario o seguro de caución por el valor de dichos tributos. Dicha Dirección entregará constancia al solicitante indicando el monto garantizado.- Las garantías que se presenten, serán devueltas, por la Dirección Nacional de Aduanas contra la comunicación de cancelación emitida por el Laboratorio Tecnológico del Uruguay una vez que se haya verificado el correcto cumplimiento de la misma.-----

**ARTÍCULO Nº 23.-** Cuando una empresa solicite la habilitación de una planta industrial para operar en régimen de admisión temporaria y la misma sea o haya sido propiedad de otra empresa que se encuentre morosa respecto de la utilización de éste régimen, se deberá requerir la autorización expresa del Ministerio de Industria y Energía, previo informe del Laboratorio Tecnológico del Uruguay

En el caso de que las empresas involucradas puedan considerarse vinculadas conforme a las disposiciones legales vigentes, se exigirá la presentación de garantía bancaria, depósito bancario o seguro de caución por el monto de los tributos adeudados ante los organismos competentes de conformidad con la Ley vigente. Las garantías serán devueltas, cuando cesen las operaciones en la planta habilitada o se regularice la situación de morosidad. -----

**ARTÍCULO Nº 24.-** A partir de la vigencia del presente Decreto sólo se autorizarán rectificaciones del Documento Único Aduanero, cuando se haya demostrado en forma documentada error en las imputaciones de cancelación y que, a la fecha de las exportaciones correspondientes, existan saldos pendientes de admisión temporaria susceptibles de ser imputados. No se admitirán solicitudes que excedan los 60 (sesenta) días desde la fecha de vencimiento del plazo de la Admisión Temporaria. Asimismo sólo se admitirá la presentación de un único rectificado por Documento Único Aduanero y por ítem de Documento Único Aduanero.

Dichas condiciones se aplicarán a los Documentos Únicos Aduaneros que se numeren a partir de la entrada en vigencia del presente Decreto.-

A efectos de que se autorice lo previsto en el inciso anterior, el exportador deberá solicitarlo ante el Laboratorio Tecnológico del Uruguay en un plazo no mayor a 30 días quien expedirá un dictamen en el marco de lo dispuesto por el literal d) del artículo 164 de la Ley Nº 13.640, de 26 de diciembre de 1967 y del artículo 3º de la Ley Nº 18.184 de 27 de octubre de 2007. En caso que dicha solicitud involucre admisiones temporarias de otras empresas, la gestión deberá contar con la conformidad de éstas últimas.

Dicho dictamen tendrá carácter preceptivo y vinculante, en lo relativo a la individualización de las operaciones de admisión temporaria involucradas y a las cantidades de mercaderías importadas al amparo de las mismas y se

# Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines



Paysondó 1101 4º Piso - C.P. 11.000  
Tel.: (598 2) 900 0231 al 33  
Correo: info@miem.gub.uy  
Montevideo - Uruguay

SECRETARIA DE ESTADO

SIRVASE CITAR  
4809/09

comunicará a la Dirección Nacional de Aduanas que, en un plazo de sesenta (60) días, analizará y se pronunciará sobre los demás aspectos de la procedencia de la rectificación del Documento Único Aduanero.

Dispuesta la rectificación o vencido el plazo previsto en el inciso anterior, la Dirección Nacional de Aduanas la registrará en su sistema informático y las empresas involucradas las incorporarán al propio.

El Laboratorio Tecnológico del Uruguay reglamentará las condiciones y formalidades correspondientes para la solicitud de los rectificandos de DUA.-----  
**ARTICULO No. 25.-** El Ministerio de Economía y Finanzas mantendrá las competencias previstas en los decretos de 18 de junio y 30 de julio de 1943 en materia de admisión temporaria.

## CAPÍTULO II

### DEL RÉGIMEN DE TOMA DE STOCK

**ARTÍCULO Nº 26 .-**Se entiende por Toma de Stock la posibilidad de reponer bienes importados en régimen general, por la importación de similares, libres de tributos y gravámenes, cuando los mismos se hayan utilizado como insumo para transformación, elaboración, reparación o agregación de valor determinados en el país, con efectiva ocupación de mano de obra de productos exportados.-

Se entiende por similares aquellos bienes de iguales características técnicas, igual nivel de calidad e ítem arancelario. La importación a que refiere este artículo comprende tanto las realizadas en régimen general como a las nacionalizaciones de bienes ingresados en régimen de admisión temporaria.-

La importación, en carácter de reposición, deberá hacerse por hasta la misma cantidad utilizada y en una única operación.-

La solicitud para una operación de toma de stock deberá formularse antes de transcurridos 5 (cinco) años a contar de la fecha de desaduanamiento de las mercaderías importadas en régimen general o nacionalizados. El Laboratorio Tecnológico del Uruguay, verificará física y documentalmente las mercaderías, previamente a autorizar dicha solicitud.-----

**ARTÍCULO Nº 27 .-** Los interesados en usufructuar el régimen de Toma de Stock deberán aportar, previo a la exportación, la información necesaria al Laboratorio Tecnológico del Uruguay, que permita verificar el cumplimiento de las condiciones mencionadas en el artículo anterior y en el artículo 3º del presente decreto. Dicho organismo emitirá la autorización de Toma de Stock correspondiente, que comunicará a la Dirección Nacional de Aduanas y a la Dirección Nacional de Industrias.-

As 317

Las exportaciones que se realicen sin la previa autorización de una Toma de Stock, no serán tenidas en cuenta a los efectos de su reposición.-----

**ARTÍCULO Nº 28.-**A los efectos de solicitar el ingreso de los mercaderías para reposición de stock, los interesados deberán presentar al Laboratorio Tecnológico del Uruguay, un detalle de las exportaciones realizadas con cargo a la operación de Toma de Stock de que se trate. Dicho organismo verificará y dictaminará los volúmenes de mercadería sujetos a reposición, los que serán comunicados a la firma interesada y a la Dirección Nacional de Aduanas.-

Sin dicha comunicación, la Dirección Nacional de Aduanas no dará curso a la tramitación del Documento Único Aduanero de reposición de stock correspondiente.-----

**ARTÍCULO Nº 29.-** La importación de las mercaderías para reposición de stock deberá realizarse dentro de los 18 (dieciocho) meses, a contar desde la fecha de autorización de la operación de Toma de Stock por parte del Laboratorio Tecnológico del Uruguay.-

El Poder Ejecutivo previa solicitud fundada de la parte interesada, que deberá ser presentada ante el Laboratorio Tecnológico del Uruguay antes de los 90 (noventa) días previos al vencimiento del plazo de la toma de stock, podrá disponer, en casos excepcionales, debidamente justificados y acreditados, la prórroga de dicho plazo por hasta 18 (dieciocho) meses improrrogables. Cuando la administración no se pronuncie sobre la solicitud dentro de los 60 días de presentada, la prórroga se considerará denegada.-----

**ARTÍCULO Nº 30.-** Las empresas que operen en este régimen, podrán respaldar sus solicitudes de Toma de stock con documentos únicos aduaneros (cumplidos de importación) correspondientes a la reposición de una operación de Toma de Stock anterior.-----

**ARTÍCULO Nº 31.-** Para la administración y utilización del régimen de Toma de Stock se aplicarán, en lo que corresponda, las disposiciones establecidas en el presente Decreto para el régimen de Admisión Temporal.-----

### **CAPÍTULO III**

#### **DEL RÉGIMEN DEVOLUTIVO (DRAWBACK)**

**ARTÍCULO Nº 32.-** Se entiende por régimen Devolutivo (ó Drawback), la posibilidad de reclamar la restitución de tributos y gravámenes abonados por la importación en régimen general, con posterioridad a la exportación de las mercaderías correspondientes, de todas aquellas mercaderías que, por definición, puedan importarse en Admisión Temporal.-

La importación a que se alude en el párrafo anterior refiere tanto a las realizadas en régimen general, a las nacionalizaciones de mercaderías

Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines

---



Paysondó 1101 4º Piso - C.P. 11.000  
Tel: (598 2) 900 0231 al 33  
Correo: info@miem.gub.uy  
Montevideo - Uruguay

SECRETARIA DE ESTADO

SIRVASE CITAR  
4809/09

ingresadas en régimen de admisión temporaria y a las importaciones en régimen general que hubieren dado lugar a reposiciones de Toma de Stock. Dichas importaciones no podrán tener una antigüedad que supere los 5 (cinco) años desde su desaduanamiento y serán verificadas por el Laboratorio Tecnológico del Uruguay, previo a que se autoricen las solicitudes para operar en este régimen devolutivo.

**ARTÍCULO Nº 33.-** Las exportaciones en régimen de Drawback deberán cumplirse dentro de los 18 (dieciocho) meses a contar de la fecha de autorización de la operación por parte del Laboratorio Tecnológico del Uruguay.-

El Poder Ejecutivo previa solicitud fundada de la parte interesada, que deberá ser presentada ante el Laboratorio Tecnológico del Uruguay antes de los 90 (noventa) días previos al vencimiento del plazo de 18 (dieciocho) meses previsto en el inciso anterior, podrá disponer, en casos excepcionales, debidamente justificados y acreditados, la prórroga de dicho plazo por hasta 18 (dieciocho) meses improrrogables. Cuando la administración no se pronuncie sobre la solicitud de prórroga, dentro de los 60 (sesenta) días de presentada, la prórroga se considerará denegada.

**ARTÍCULO Nº 34.-** A los efectos de la restitución de tributos y gravámenes que correspondan el administrado deberá presentar al Laboratorio Tecnológico del Uruguay un detalle de las exportaciones efectuadas con cargo a la operación de Drawback de que se trate y el monto estimado de la restitución correspondiente.-

El Laboratorio Tecnológico del Uruguay dispondrá de 15 (quince) días corridos, a contar del siguiente a la fecha de la solicitud de restitución, para determinar los volúmenes amparados en el régimen de Drawback o devolutivo sobre los que corresponde efectuar devolución e informar a la Dirección Nacional de Aduanas, la que determinará los montos a restituir conforme al citado dictamen.-

La Dirección Nacional de Aduanas dispondrá de un plazo de 30 (treinta) días corridos para determinar los montos a restituir y dictar la resolución correspondiente.

En caso de no expedirse en plazo el administrado podrá presentarse ante la Dirección General de Secretaría del Ministerio de Economía y Finanzas, la que avocará las actuaciones y dictará la resolución correspondiente, previo informe de la Asesoría de Política Comercial, dentro de los 60 (sesenta) días corridos a partir del siguiente a la presentación. Vencido dicho plazo se considerará denegada.

**ARTÍCULO Nº 35.-** La parte interesada podrá solicitar a la Dirección Nacional de Aduanas y ésta deberá expedir constancia de los montos a restituir a que se refiere el artículo anterior, tanto para ser presentada ante la

As. 317

Dirección General Impositiva y obtener certificados por créditos tributarios, como para ser presentada ante el Banco de la República Oriental del Uruguay, quien procederá a restituir, en efectivo, los derechos y tributos derivados de la importación en un plazo no mayor a los 20 (veinte) días hábiles.-----

**ARTÍCULO Nº 36.-** Para la administración y utilización del régimen de Drawback se aplicarán, en lo que corresponda, las disposiciones establecidas en el presente Decreto para el régimen de Admisión Temporal.-----

#### **CAPÍTULO IV**

##### **Disposiciones Generales**

**ARTÍCULO Nº 37.-** Los socios administradores, directores, titulares y administradores de sociedades por acciones, serán personal y solidariamente responsables de todas las obligaciones establecidas en la Ley Nº 18.184 de 27 de octubre de 2007 y conforme a lo dispuesto en el artículo 10º de la misma.-

**ARTÍCULO Nº 38.-** Los organismos involucrados en el control del presente decreto, priorizarán la utilización de medios electrónicos para comunicar entre sí información relacionada a las operaciones cursadas así como también para facilitar y agilizar las gestiones de los usuarios.-----

**ARTÍCULO Nº 39.-** No se dará curso a solicitudes para operar en los regímenes objeto de este Decreto a las empresas que se encuentren inhabilitadas o suspendidas por la Dirección General Impositiva, el Banco de Previsión Social o la Dirección Nacional de Aduanas.-

Este requisito, comprende también a las empresas que arriendan servicios de façon o que realicen trabajos complementarios al del titular de operaciones de cualquiera de los regímenes de que trata este Decreto.-----

**ARTÍCULO Nº 40.-** Exceptúese de los regímenes que se establecen por el presente Decreto a las importaciones, de metales preciosos, piedras preciosas, materias primas para la fabricación de explosivos y cualquier otro elemento cuya importación esté sujeta a reglamentación especial de importación y control.-----

**ARTÍCULO Nº 41.-** El Laboratorio Tecnológico del Uruguay reglamentará los requisitos necesarios, en la utilización de los regímenes promocionales de que se trate, para la registración informática de las importaciones y exportaciones realizadas por los usuarios con cargo a operaciones que se autoricen.-----

**ARTÍCULO Nº 42.-** El Laboratorio Tecnológico del Uruguay realizará inspecciones periódicas de los stocks de mercaderías amparados en cualquiera de los regímenes que se reglamentan por el presente Decreto, así como de sus coeficientes de consumos.-

Las firmas industriales deberán dar las máximas facilidades para que esas inspecciones se realicen sin inconvenientes. A esos efectos el Laboratorio Tecnológico del Uruguay podrá verificar la conciliación de los saldos de mercaderías importadas en Admisión Temporal con los stocks físicos. Asimismo los inspectores actuantes podrán registrar gráficamente el objeto de

Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o comercializadoras de detergentes y sustancias afines



Paysondi 1101 4º Piso - C.P. 11.000  
Tel.: (598 2) 900 0231 al 33  
Correo: info@miem.gub.uy  
Montevideo - Uruguay

SECRETARIA DE ESTADO

SIRVASE CITAR  
4809/09

su inspección, sin perjuicio de la obligación de respetar los compromisos de confidencialidad de las empresas. La falta de colaboración, o cualquier otra forma de obstaculización de tales tareas por parte de las empresas, podrá determinar el no otorgamiento de nuevas autorizaciones por parte del Laboratorio Tecnológico del Uruguay, sin perjuicio de otras medidas que puedan corresponder.

**ARTÍCULO Nº 43.-** Las empresas usuarias de los regímenes de que trata este Decreto, registrarán informáticamente cada uno de los movimientos de ingreso y egreso de las mercaderías correspondientes a cada una de las operaciones que tuviere autorizadas al amparo de esos regímenes. Por ese medio, deberán mantener un estricto control de sus stocks, de acuerdo a alguno de los sistemas de contabilidad universalmente aceptados, en consonancia de los registros de sus operaciones con los sistemas informáticos de la Dirección Nacional de Aduanas y del Laboratorio Tecnológico del Uruguay.-

Asimismo, deberán registrarse los movimientos de mercaderías hacia y desde otras empresas intervinientes en la industrialización.

**ARTÍCULO Nº 44.-** Exonérase de la nacionalización a los subproductos y residuos provenientes de la industrialización de las mercaderías importadas en el régimen de Admisión Temporal, cuando el valor de comercialización en plaza de dichos subproductos y residuos, no supere el cinco por ciento (5%) del valor CIF del mercaderías importadas. La Dirección General Impositiva verificará que se cumpla dicho requisito.-

As 317

Para las cantidades que excedan el 5% previsto en el inciso anterior, se optará entre exportar las mercaderías correspondientes o nacionalizarlas tributando sobre sus valores de transacción.

**ARTÍCULO Nº 45.-** Las operaciones de Admisión Temporal, toma de stock y drawback autorizadas con anterioridad a la fecha de vigencia de este Decreto, continuarán rigiéndose por lo dispuesto en el Decreto Nº 380/004, de 22 de octubre de 2004, concordantes y complementarios.

**ARTÍCULO Nº 46.-** Disposiciones transitorias:

a) Las operaciones en Admisión Temporal regidas según lo dispuesto por el artículo anterior y que se encuentren haciendo uso de la prórroga prevista por el Decreto 582/2008, de 1º de diciembre de 2008, se cancelarán de acuerdo a los procedimientos previstos para el período de prórroga del presente Decreto tal cual se establecen en los artículos 7º y 9º.

b) Lo dispuesto en el Decreto 250/009 de 1º de junio de 2009 continuará rigiendo hasta el 31 de diciembre de 2009, para las importaciones en admisión temporal autorizadas a amparo del Decreto Nº 380/004, de fecha 22 de octubre de 2004.

**ARTÍCULO Nº 47.-** Derógase los Decretos Nº 380/004 22 de octubre de 2004, Nº 572/990 de 12 de diciembre de 1990, Nº 431/97 de 6 de noviembre de 1997, Nº 317/981 de 13 de julio de 1981, Nº 473/003 de 19 de noviembre

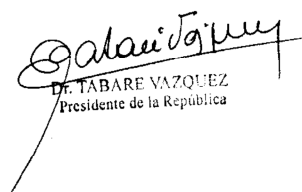


Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o  
comercializadoras de detergentes y sustancias afines

---

de 2003, Nº 80/005 de 24 de febrero de 2005, Nº 49/006 de 8 de marzo de  
2006, y Nº 312/007 de 27 de agosto de 2007 y todas las disposiciones que se  
opongan a este Decreto.-----

**ARTICULO Nº 48.-** Comuníquese, publíquese, etc.-----



Dr. TABARÉ VAZQUEZ  
Presidente de la República

**ANEXO J – Decreto 20/09**

**MERCOSUR/CMC/DEC. N° 20/09**

**REGÍMENES ESPECIALES DE IMPORTACIÓN**

**VISTO:** El Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto y las Decisiones N° 10/94, 31/00, 69/00, 32/03 y 57/08 del Consejo del Mercado Común.

**CONSIDERANDO**

La existencia de distintas imperfecciones en la Unión Aduanera que hacen necesario prorrogar determinados regímenes especiales existentes en el MERCOSUR.

La importancia de contar con instrumentos de políticas comerciales capaces de fomentar la competitividad de la región.

La necesidad de dar un horizonte de certeza y previsibilidad a las actividades productivas.

**EL CONSEJO DEL MERCADO COMÚN**

**DECIDE:**

Art. 1 – Prorrogar, hasta el 31 de diciembre de 2016, la posibilidad de utilizar los regímenes de "drawback" y admisión temporaria para el comercio intrazona.

Art. 2 – El GMC elevará una propuesta de armonización de los regímenes nacionales de "drawback" y admisión temporaria a más tardar en su última reunión de 2013.

Art. 3 – En el caso de Paraguay y de Uruguay, en la medida en que no utilicen los regímenes de "drawback" y admisión temporaria para la importación de insumos agropecuarios de extrazona, se podrá aplicar, hasta el 31 de diciembre de 2016, una alícuota del 2% (dos por ciento) para una lista de ítems arancelarios a ser determinados por cada Estado Parte antes del 31 de diciembre de 2010.

Art. 4 – Los Estados Partes deberán intercambiar los datos estadísticos correspondientes a la utilización de los mencionados regímenes de acuerdo con las especificaciones y la frecuencia que determine la CCM al respecto, a más tardar en su última reunión del primer semestre de 2010.

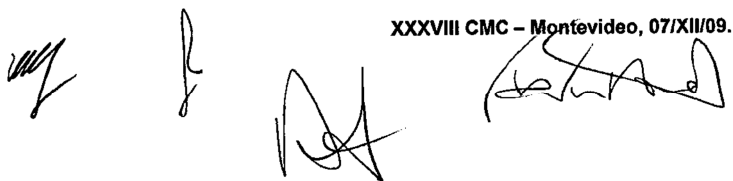
Art. 5 – Crear hasta el 31 de diciembre de 2016 el régimen para la importación de materias primas para Paraguay mediante el cual podrá importar materias primas con una alícuota del 2% (dos por ciento). La CCM elevará, antes de su última reunión de 2010, el mecanismo y las condiciones por las cuales Paraguay podrá utilizar este régimen.

Influencia del Mercosur en la competitividad de las empresas productoras y/o  
comercializadoras de detergentes y sustancias afines

---

Hasta tanto no entre en vigencia el Régimen previsto en el presente artículo y su reglamentación, prorrógase la vigencia de lo establecido en el artículo 1 de la Decisión CMC N° 32/03. Esta prórroga no se extenderá más allá del 31 de diciembre de 2016.

Art. 6 – Esta Decisión deberá ser incorporada al ordenamiento jurídico de los Estados Partes antes del 31/III/2010.

 Four handwritten signatures in black ink, arranged horizontally. The signatures are stylized and vary in complexity, with some appearing as simple loops and others as more intricate scribbles.

XXXVIII CMC – Montevideo, 07/XII/09.