

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA				
1.1. Nombre de la OCEX	Argentina		1.2. Fecha	17/9/2021
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Silvia Seperack		
	Cargo	Directora		
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO				
2.1 Producto	Joyería y Decoración			
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	<p><b>7113.19</b> Perlas naturales (finas)* o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaque) y manufacturas de es artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué).</p> <p>De los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso (plaqué)</p> <p style="padding-left: 40px;"><b>7113.19.10</b> de oro (NCM &amp; NANDINA 7113.19.00)</p> <p style="padding-left: 40px;"><b>7113.19.20</b> de platino (NCM &amp; NANDINA 7113.19.00)</p> <p><b>7117.90</b> Perlas naturales (finas)* o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaque) y manufacturas de es bisutería. las demás</p> <p><b>4420.</b> Marquetería y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera, no comprendidos en el capítulo 94.</p> <p style="padding-left: 40px;"><b>4420.10</b> Estatuillas y demás objetos de adorno, de madera</p> <p style="padding-left: 40px;"><b>4420.90</b> Los demás</p> <p><b>6301.30</b> Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos. Mantas. Mantas de algodón (excepto las eléctricas)</p> <p><b>6913.90</b> Productos cerámicos. Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica. Los demás</p> <p><b>9403.50</b> Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letrero. Los demás muebles y sus partes. Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios.</p> <p><b>9403.60</b> Muebles; mobiliario medico quirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros. Los demás muebles y sus partes. Los demás muebles de madera</p> <p><b>9503.00</b> Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios. Muñecas y muñecos que representen solamente seres humanos</p>			

	<p><b>9503.00.21</b> muñecas y muñecos, incluso vestidos <i>(NCM y NANDINA aplica 9503.00.22)</i></p> <p><b>9503.00.50</b> juguetes que representen animales o seres no humanos <i>(NCM 9503.00.31 rellenos y 9503.0039 los demás, NANDINA 9503.00.93 que representen animales o seres no humanos).</i></p>												
<p>2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino</p>	<p>2.4 Enchapado (7113.19; 7113.19.10; 7113.19.20; 7117.90) 2.5 Bijouterie fina (7113.19; 7113.19.10; 7113.19.20; 7117.90) 2.6 Joyería (7113.19; 7113.19.10; 7113.19.20; 7117.90) 2.7 Accesorios de decoración (4420.10; 4420.90; 6913.90) 2.8 Estatuillas y accesorios (4420.10; 4420.90; 6913.90) 2.9 Decoración de interiores (9403.50; 9403.60; 9503.00.22; 9503.0093) 2.10 Tejidos, textiles y almohadones (6301.30)</p>												
<p>2.11 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)</p>	<p>Se detallan a continuación los requisitos de acceso al mercado para los distintos productos identificados anteriormente. Es importante tomar en cuenta que según el programa de liberación del ACE 58, los productos con origen peruano destinados a Uruguay (Mercosur) cuentan con diferentes niveles de preferencias arancelarias.</p> <p>Se destaca la exigencia de presentación del certificado de origen emitido por la autoridad competente; de modo que los bienes amparados reciban el beneficio arancelario según corresponda.</p> <p><u>Costeo de importación (cálculo sobre valor CIF). –</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>7113.19</b> (Perlas naturales (finas)* o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaque) y manufacturas de es artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué). De los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso (plaqué)</li> </ul> <table border="1" data-bbox="419 1464 1417 1881"> <thead> <tr> <th>Partida arancelaria</th> <th>7113.19.00, 7113.19.10, 7113.1920</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>TGA (tasa global arancelaria)</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Impuesto Valor Agregado</td> <td>22%</td> </tr> <tr> <td>Anticipo de Imp. Valor Ag.</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Tasa Consular</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Honorarios agente aduana</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Partida arancelaria	7113.19.00, 7113.19.10, 7113.1920	TGA (tasa global arancelaria)	0%	Impuesto Valor Agregado	22%	Anticipo de Imp. Valor Ag.	10%	Tasa Consular	5%	Honorarios agente aduana	1%
Partida arancelaria	7113.19.00, 7113.19.10, 7113.1920												
TGA (tasa global arancelaria)	0%												
Impuesto Valor Agregado	22%												
Anticipo de Imp. Valor Ag.	10%												
Tasa Consular	5%												
Honorarios agente aduana	1%												

- **7117.90** (Perlas naturales (finas)\* o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaque) y manufacturas de esbitería. las demás)

<b>Partida arancelaria</b>	<b>7117.90</b>
TGA (tasa global arancelaria)	0%
Impuesto Valor Agregado	22%
Anticipo de Imp. Valor Ag.	10%
Tasa Consular	5%
Honorarios agente aduana	1%

- **4420.00** (Marquetería y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera, no comprendidos en el capítulo 94.)

<b>Partida arancelaria</b>	<b>4420.00, 4420.10, 4420.90</b>
TGA (tasa global arancelaria)	0%
Impuesto Valor Agregado	22%
Anticipo de Imp. Valor Ag.	10%
Tasa Consular	5%
Honorarios agente aduana	1%

- **6301.30** (Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos. Mantas. Mantas de algodón (excepto las eléctricas))

<b>Partida arancelaria</b>	<b>6301.30</b>
TGA (tasa global arancelaria)	20%
Impuesto Valor Agregado	22%
Anticipo de Imp. Valor Agregado	10%
Tasa Consular	5%

Honorarios agente aduana	1%
--------------------------	----

- **6913.90** (Productos cerámicos. Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica. Los demás)

<b>Partida arancelaria</b>	<b>6913.90</b>
TGA (tasa global arancelaria)	0%
Impuesto Valor Agregado	22%
Anticipo de Imp. Valor Agregado	10%
Tasa Consular	5%
Honorarios agente aduana	1%

- **9403.50** (Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letrero. Los demás muebles y sus partes. Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios.)

<b>Partida arancelaria</b>	<b>9403.50</b>
TGA (tasa global arancelaria)	0%
Impuesto Valor Agregado	22%
Anticipo de Imp. Valor Agregado	10%
Tasa Consular	5%
Honorarios agente aduana	1%

- **9403.60** (Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros. Los demás muebles y sus partes. Los demás muebles de madera)

<b>Partida arancelaria</b>	<b>9403.60</b>
TGA (tasa global arancelaria)	0%

Impuesto Valor Agregado	22%
Anticipo de Imp. Valor Agregado	10%
Tasa Consular	5%
Honorarios agente aduana	1%

- **9503.00** (Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios. Muñecas y muñecos que representen solamente seres humanos.)

Partida arancelaria	9503.00, 9503.00.21, 9503.00.50
TGA (tasa global arancelaria)	0%
Impuesto Valor Agregado	22%
Anticipo de Imp. Valor Agregado	10%
Tasa Consular	5%
Honorarios agente aduana	1%

En referencia a la joyería y bijouteria, en Uruguay no se aplica a la importación ningún impuesto o tasa por bien suntuoso.

En cuanto a requisitos NO arancelarios, destacamos:

Sanitarios:

- Los bienes de madera natural o en crudo deberán estar acompañados por un certificado fitosanitario emitido en origen, así como también la documentación que certifique el fumigado de los mismos.
- Para los bienes de madera tratada, no corresponde dicha presentación.

Etiquetado en textiles:

- Los bienes que contengan textiles deberán estar etiquetados y rotulados acorde a la normativa del Reglamento Técnico ([https://normas.mercosur.int/simfiles/normativas/71434\\_RES\\_062-2018\\_ES\\_RTM%20Textiles.pdf](https://normas.mercosur.int/simfiles/normativas/71434_RES_062-2018_ES_RTM%20Textiles.pdf))

	<p>Acorde a este los productos textiles destinados a la comercialización deberán presentar obligatoriamente la siguiente información:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Nombre o razón social o marca registrada en el organismo competente del país de consumo e identificación fiscal del fabricante nacional o del importador, o de quien impone su marca exclusiva o razón social, o de quien posea licencia de uso de una marca, según el caso.</li> <li>b) País de origen, precedido por las palabras: “Hecho en” o “Fabricado en” o “Industria” seguidas del adjetivo gentilicio del país de origen. No serán aceptadas designaciones de bloques económicos ni indicaciones por banderas de países.</li> <li>c) Nombre de las fibras textiles o filamentos textiles y su contenido expresado en porcentaje en masa.</li> <li>d) Tratamiento de cuidado para la conservación del producto.</li> <li>e) Indicación del talle o dimensión, según corresponda.</li> <li>f) La información anterior –de carácter obligatorio- debe ser veraz y debe ser propuesta en un medio indeleble o de fijación de carácter permanente. Asimismo, debe ser legible y visible.</li> <li>g) Para los textiles que sean mix de fibras, deberán declarar el % de cada componente.</li> <li>h) El idioma a utilizar será el del país donde se consume el bien.</li> </ol> <p><u>ENVASES &amp; EMBALAJES:</u></p> <p>Las cajas o envases deberán indicar:</p> <p>Fecha, tipo de mercadería.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cantidad de mercadería, código de origen.</li> <li>• Importador: Nombre. Dirección. Teléfono</li> </ul>
<p>2.12 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p><u>Joyería &amp; Bisutería</u></p> <p>La industria de la joyería &amp; bisutería en Uruguay es un sector relativamente nuevo y con un volumen de negocio muy pequeño.</p> <p>Esta potenciado por el uso combinado de materiales autóctonos del mercado como son cuero, lana, guampa y piedras semipreciosas (águas y amatistas originarias de Uruguay).</p> <p>Adicional se suman insumos importados como bronce bañado en oro y plata 900.</p> <p><u>Joyería o diseño de autor</u></p> <p>La tendencia hoy se enfoca en la revalorización de las piezas únicas, hechas a mano, en lo que llamamos joyería o diseño de autor.</p> <p>Se proponen piezas simples, inspiradas en la naturaleza, con detalles simples.</p>

Referentes en esta área son Adriana Guelfi ([www.adrianaguelfiherrera.com](http://www.adrianaguelfiherrera.com)) y Macarena Cancela ([www.macarenacancela.com](http://www.macarenacancela.com))

La joyería fina o de lujo tiene su espacio reservado tanto en oro como en plata, y su tendencia es conservadora y de uso puntual. La grifa Guilad Joyas ([www.guiladjoyas.com.uy](http://www.guiladjoyas.com.uy)) atiende este público de forma masiva en tanto las firmas clásicas como Revello Joyas ([www.joyeriarevello.com.uy](http://www.joyeriarevello.com.uy)) y Cantegrill Joyas ([www.cantegrilljoyas.com](http://www.cantegrilljoyas.com)) tienen un lugar preponderando con estilo sobrio en el público de clase alta.

La joyería de Marca privada se concentra en las marcas básicas que importan para un público de consumo masivo, no exclusivo, tanto en plata como en enchapado en oro. Combinaciones de textil, perlas, metales; colores pasteles en la tendencia que hoy se destaca en plaza.

Entre ellas esta Kaunas ([www.kaunas.com.uy](http://www.kaunas.com.uy)), Symphorine ([www.symphorine.com.uy](http://www.symphorine.com.uy)) y Sureño ([www.surenosilver.com](http://www.surenosilver.com))

La tendencia en uso de metales nobles y la combinación de estos con otros insumos naturales propone un uso generalizado de joyería de acero, incluso con combinaciones también en piedra, nácar, cuero, etc.

#### Adornos & Decoración

En referencia al mercado de la decoración, Uruguay ha tenido un fuerte empuje, acompañando la tendencia mundial, al minimalismo.

Esto hace que se propongan adornos y artículos de decoración abstractos, desmaterializados, sencillos y de geometrías elementales.

Los lugares se procuran más abiertos e integrados por lo que las dimensiones de los adornos y accesorios deben acompañar diferentes tallas.

Las propuestas están basadas en colores neutros para los accesorios de decoración como blanco, gris u otros claros.

Los materiales puros como madera, vidrio, aluminio y mármol son los más buscados.

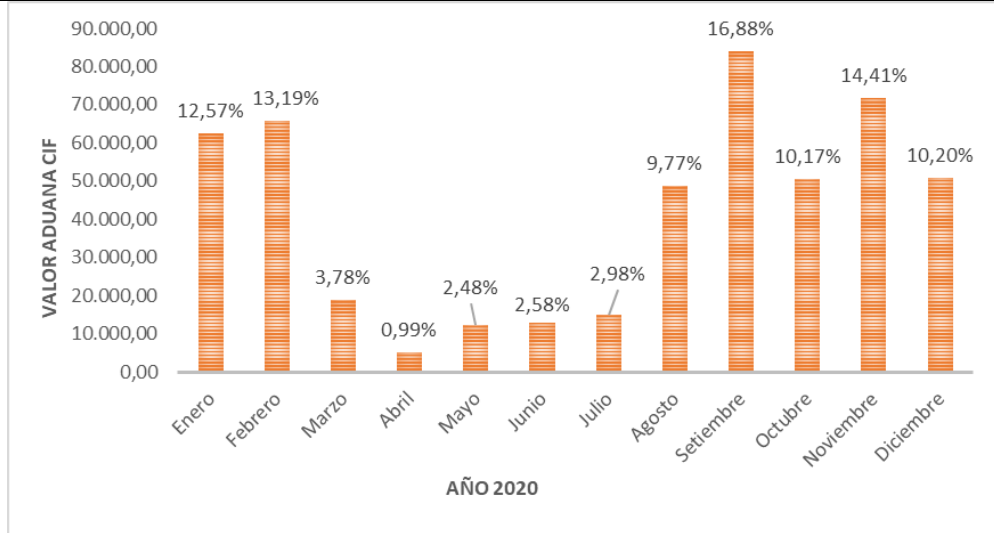
Esta tendencia no impide que siga conviviendo con la decoración estilo nórdico e incluso rustico en diferentes propuestas.

El diseño de decoración es un nicho que ha crecido de manera constante desde el año 2016 en Uruguay, con un fuerte posicionamiento en mercados internacionales.

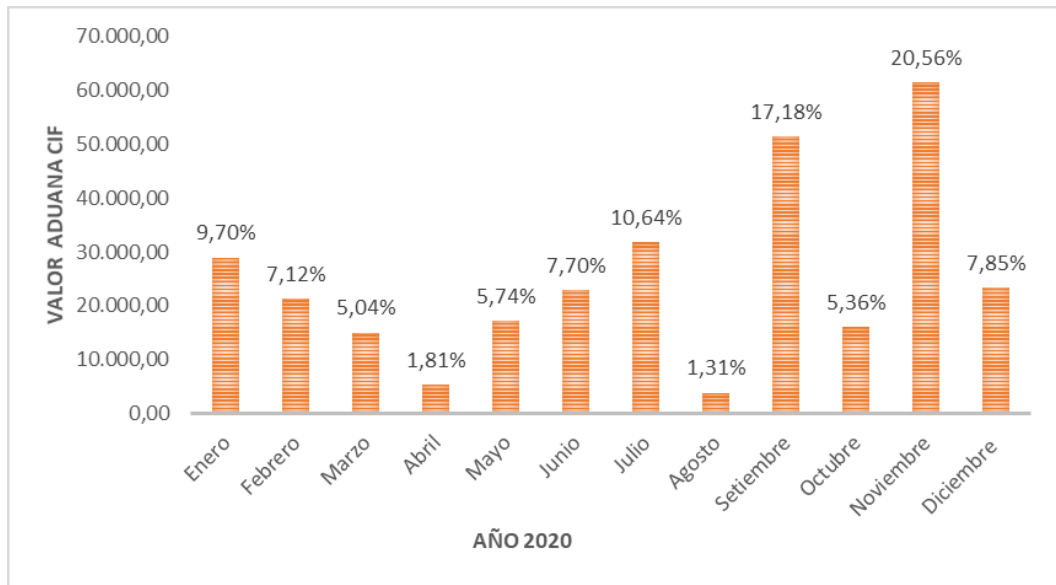
La apuesta está dada en base a la alta calidad de los materiales, los acabados y la creatividad de las diferentes propuestas y colecciones.

	<p>Esto genera un marco de competencia; pero también la apertura del consumidor a buscar renovar y cambiar de estilos, encontrar tendencias con las que identificarse e incluso contratar asesores en la materia.</p> <p>Ello se puede denotar en las diferentes empresas involucradas en el rubro que hoy no solo venden, sino también asesoran al cliente.</p> <p>La tendencia y lineamientos en decoración para Punta del Este remite a estilos descontracturados, más iluminados y con espacios amplios por lo que las dimensiones de los accesorios ocupan un lugar más preponderante.</p> <p>El estilo rustico (en maderas, metales y piedras, sobre todo) ganan la oferta del sector.</p>																										
<p>2.13 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>La producción local no posee estacionalidad marcada, aunque los meses de enero y febrero son de vacaciones de verano y baja producción en general.</p> <p>En las importaciones se ve un incremento en los volúmenes asociados al segundo semestre, preparando esa temporada junto con las fiestas del último mes del año.</p> <p>Dependiendo de los ítems se distingue la variable de estacionalidad en el primer semestre.</p> <p>En particular el año 2020, en planos más abajo detallados por partida arancelaria, registra un descenso en marzo / abril, que posteriormente retoma su curso creciente.</p> <div data-bbox="416 1146 1422 1664" data-label="Figure"> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Mes</th> <th>Valor Aduana CIF (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Enero</td><td>1,45%</td></tr> <tr><td>Febrero</td><td>2,67%</td></tr> <tr><td>Marzo</td><td>12,58%</td></tr> <tr><td>Abril</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Mayo</td><td>5,59%</td></tr> <tr><td>Junio</td><td>1,89%</td></tr> <tr><td>Julio</td><td>4,11%</td></tr> <tr><td>Agosto</td><td>10,71%</td></tr> <tr><td>Setiembre</td><td>15,24%</td></tr> <tr><td>Octubre</td><td>8,97%</td></tr> <tr><td>Noviembre</td><td>15,87%</td></tr> <tr><td>Diciembre</td><td>20,92%</td></tr> </tbody> </table> </div> <p><i>Importaciones año 2020 – 7113.19 (piedras preciosas o semipreciosas, manufacturas de joyería, chapados en metal precioso, joyería y sus partes.)</i></p>	Mes	Valor Aduana CIF (%)	Enero	1,45%	Febrero	2,67%	Marzo	12,58%	Abril	0%	Mayo	5,59%	Junio	1,89%	Julio	4,11%	Agosto	10,71%	Setiembre	15,24%	Octubre	8,97%	Noviembre	15,87%	Diciembre	20,92%
Mes	Valor Aduana CIF (%)																										
Enero	1,45%																										
Febrero	2,67%																										
Marzo	12,58%																										
Abril	0%																										
Mayo	5,59%																										
Junio	1,89%																										
Julio	4,11%																										
Agosto	10,71%																										
Setiembre	15,24%																										
Octubre	8,97%																										
Noviembre	15,87%																										
Diciembre	20,92%																										





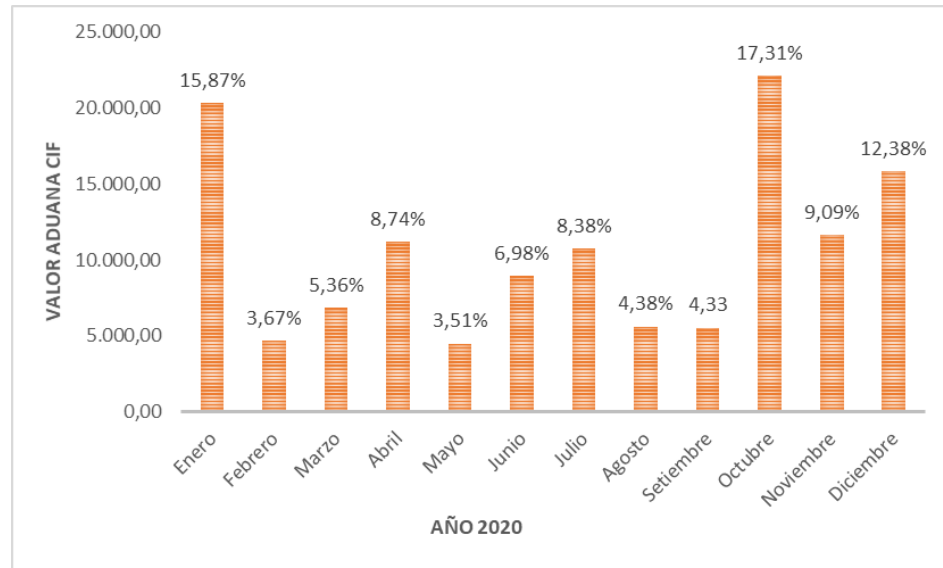
Importaciones año 2020 – 7117.90 (Perlas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaque) y manufacturas de es bisutería. Las demás)



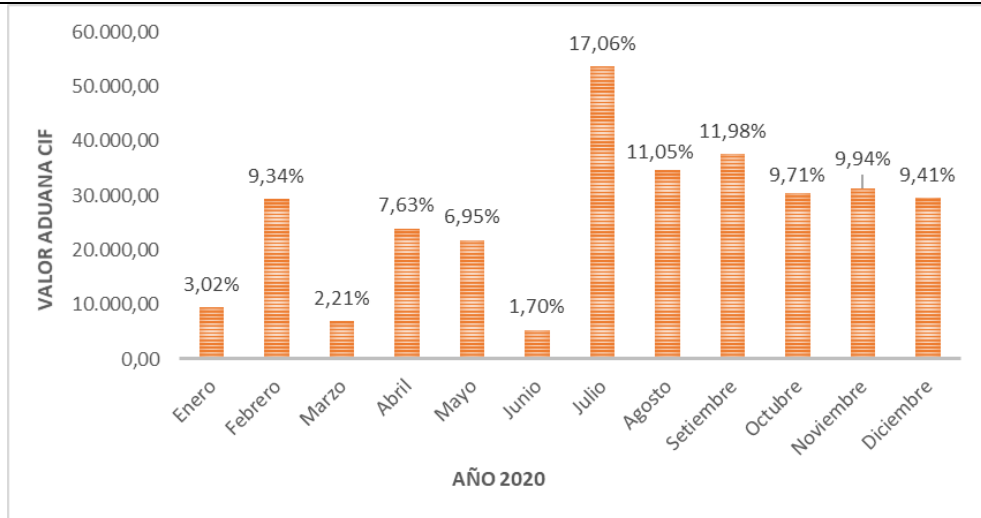
Importaciones año 2020 – 4420.10.00 (Marquetería y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera)



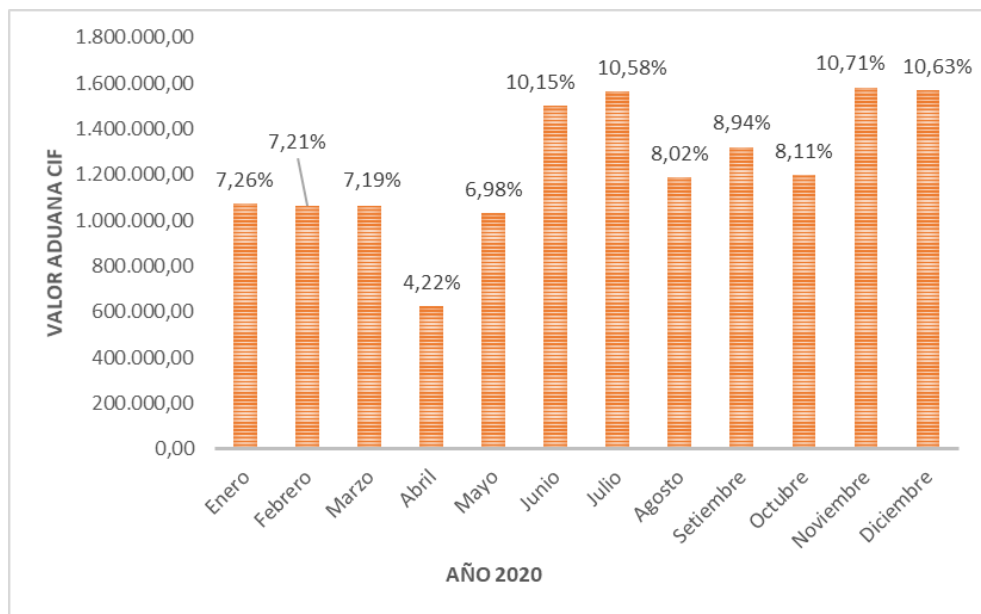
*Importaciones año 2020 – 4420.90.00* (Marquetería y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera. Las demás.



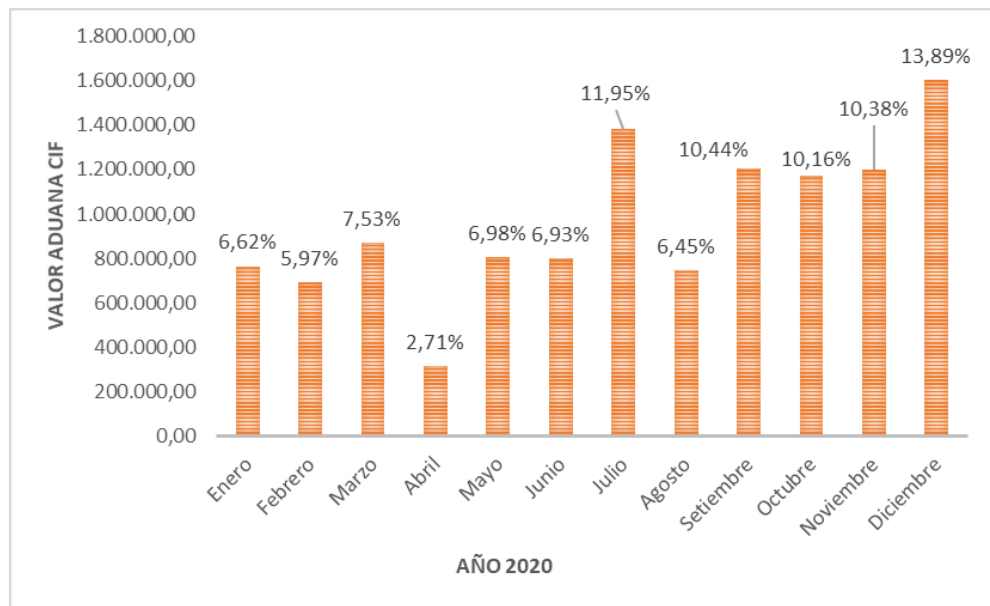
*Importaciones año 2020 – 6301.30.00* (artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos. Mantas. Mantas de algodón (excepto las eléctricas)



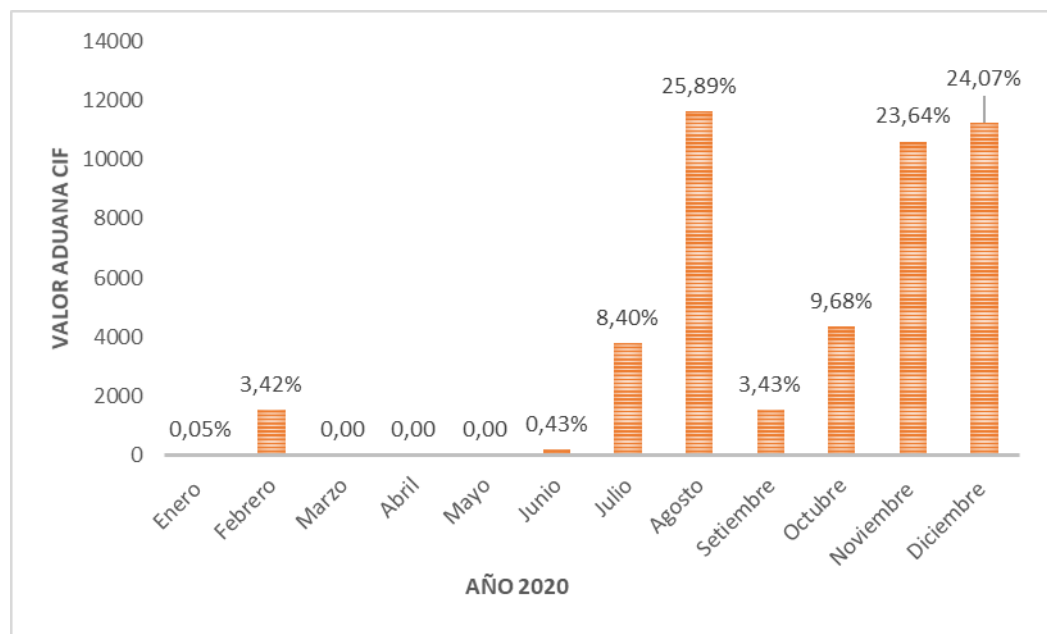
Importaciones año 2020 – 6913.90.00 (Productos cerámicos. Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica. Los demás)



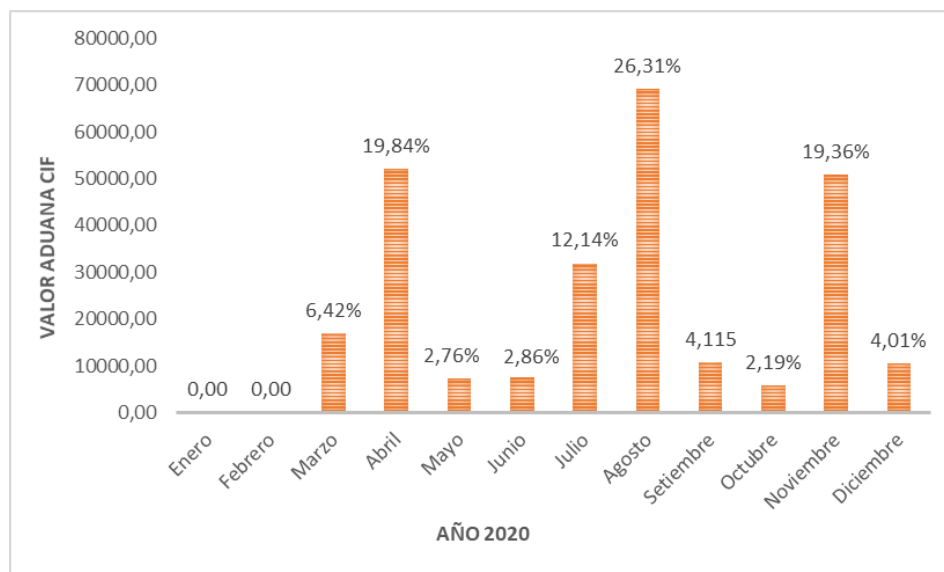
Importaciones año 2020 – 9403.50.00 (Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letrero.)



Importaciones año 2020 – 9403.60.00 (Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros. Los demás muebles y sus partes. Los demás muebles de madera



Importaciones año 2020 – 9503.00.21.00 (muñecas y muñecos, incluso vestidos)



Importaciones año 2020 – 9503.00.50 (juguetes que representen animales o seres no humanos)

\*\*Gráficos elaborados en función de información oficial de aduanas. Mercomext/Uy\*\*

2.14 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)

❖ **Marítimo**  
Puerto de Montevideo  
A través de la terminal portuaria de Montevideo acceden los artículos de decoración estatuillas, adornos, mobiliario en madera (4420.10 y 4420.90), adornos y estatuillas cerámicas (6913.90), muebles de madera (9403.50 y 9403.60); muñecos que representen seres humanos, animales y otros seres no humanos (9503.00, 9503.00.21; 9503.00.50)  
El volumen y peso de estos bienes, así como los orígenes verificados proponen al ingreso marítimo como el usado para el ingreso al país.

❖ **Aéreo**  
Aeropuerto Internacional de Carrasco  
Es el punto de entrada y salida del 100% del comercio exterior aéreo del Uruguay, fortaleciendo el posicionamiento del país como centro de distribución regional.  
Los artículos que ingresan por este acceso son textiles, prendería y mantas (6301.30); joyería, bisutería, manufacturas en metal precioso o chapado (7113.19.10; 7113.19.20; 7117.90).

2.15 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado

Joyería y Bijouterie  
El canal se compone de importadores, distribuidores y consumidor final. El 90% de los importadores realizan compras de piezas terminadas. El restante 10% importa materia

(identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)

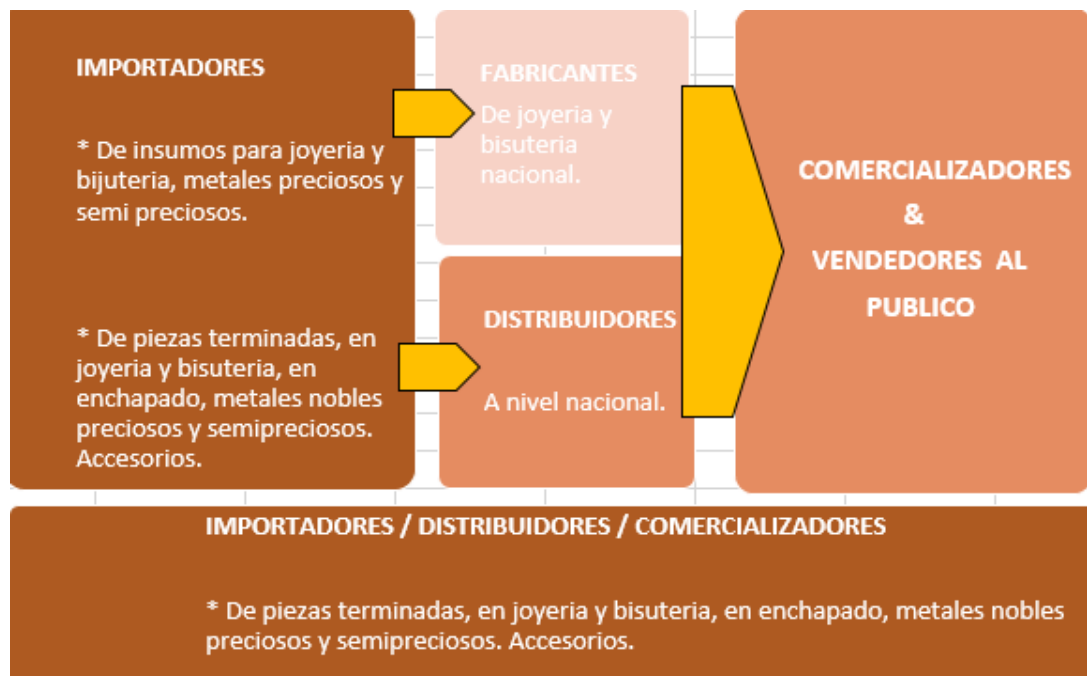
prima (plata y oro) para su propia producción y venta del insumo para otros actores del rubro.

Esto hace que los importadores tengan su canal de venta directo y compitan con aquellas empresas que desarrollan sus piezas (que son las menos en el mercado).

El distribuidor es muy utilizado como un actor que permite llegar con los productos más allá de la capital, ya sea porque tienen sus locales en el interior del país o porque desarrollan ventas por corretaje (viajan semanalmente para abastecer a sus clientes minoristas).

La venta on line es un mercado que se ha desarrollado con muchísimo impulso y eso conlleva también a que muchos clientes finales realicen compras de forma directa.

Diagrama de cadena de distribución y comercialización:



Las importaciones para la partida arancelaria **7113.19** (Perlas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaque) y manufacturas de es artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué). De los demás metales preciosos, incluso oro y platino. Incluso revestidos o chapados de metal precioso) están representadas por empresa importadora y por valor en el cuadro inferior.

Los principales orígenes son Italia (45%) y España (12%).

Empresa	CIF / VALOR ADUANA	%
ARTESOLD S A	203.861,88	29,38%
SAMUEL LIBERMAN S A	131.196,10	18,91%
ALTAGAMA IMPORTACIONES S	55.577,12	8,01%
GERVEX S A	42.061,48	6,06%
CITIBER LTDA	40.518,70	5,84%
NAMURY S.A.	39.337,16	5,67%
OTROS	181.350,00	26,13%
<b>TOTAL</b>	<b>693.902,44</b>	<b>100,00%</b>

Las importaciones para la partida arancelaria **7117.90** (Perlas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaque) y manufacturas de es bisutería. Las demás) se representan en el cuadro inferior.

Los principales orígenes son China (88%) e India (2,86%).

Empresa	CIF / VALOR ADUANA	%
LAKEBAL S.A	142.018,08	29%
NARYDALL S A	32.763,71	7%
BEA METALES LIMITADA	30.810,45	6%
FORNER LOPEZ NELIDA SUSANA	26.821,42	5%
INDUTOP S A	21.822,10	4%
LOJAS RENNER URUGUAY SA	15.393,25	3%
DILSUR SOCIEDAD ANONIMA	15.176,59	3%
OTROS	211.132,00	43%
<b>TOTAL:</b>	<b>495.937,75</b>	<b>100%</b>

#### Decoración

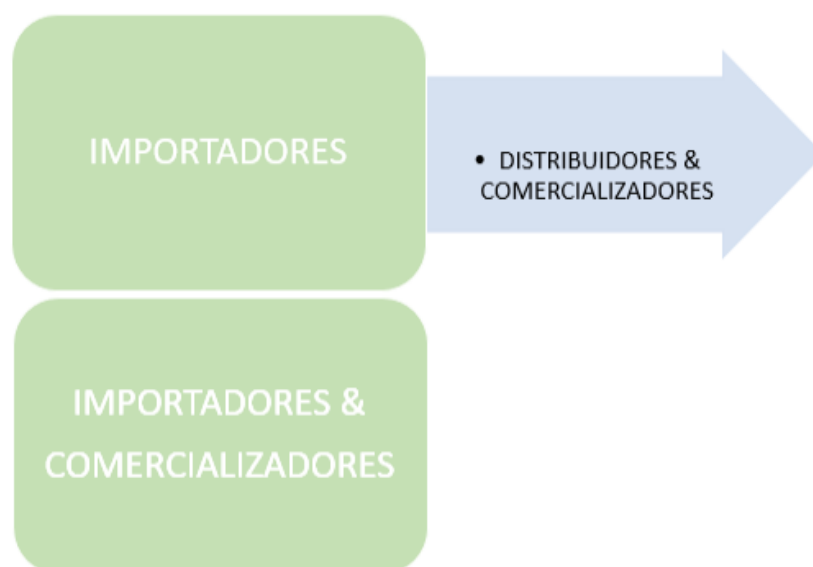
En esta categoría en particular la cadena de distribución es prácticamente directa.

Es decir que el importador es quien realiza la comercialización al consumidor o usuario final.

De esta forma se evitan actores intermedios que puedan incrementar la incidencia de los costos en los precios finales del mercado.

Los importadores tienen sus tiendas (locales al público en general y hoy muy desarrollada la propuesta de virtualidad y ventas on line).

Varios de ellos tienen presencia tanto en la capital (Montevideo) como en ciudades o áreas geográficas estratégicas para el consumo de un público clase A y AB (Colonia y Punta del Este).



Las importaciones para la partida arancelaria **4420. 10 & 90** (Marquetería y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera) se representan en el cuadro inferior.

Los principales orígenes corresponden a China (68%), Indonesia (9,87%) e India (9,33%)

Empresa	CIF / VALOR ADUANA	%
GRANDES TIENDAS MONTEVIDEO S A	16.913,40	13,39%
HENDERSON Y CIA S A	15.424,51	12,21%
DILSUR SOCIEDAD ANONIMA	9.942,31	7,87%
KENZIA S A	9.170,66	7,26%
DEVOTO HNOS S A	7.056,73	5,59%
FLOM RUBINOVICH KARINA	6.507,96	5,15%
CASINO IMPORTACIONES S A	6.438,44	5,10%
OTROS	51.072,00	40,42%
<b>TOTAL</b>	<b>126.344,24</b>	<b>100,00%</b>

Las importaciones para la partida **6301.30** (Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos. Mantas. Mantas de algodón (excepto las eléctricas) se representan en el cuadro inferior.

Los principales orígenes son China (30.83%), India (27,97%) y Brasil (10,75%).



Empresa	CIF / VALOR ADUANA	%
G.ZARA HOME URUGUAY S.A.	19.326,01	15,24%
MARCAL IMPORTACIONES S R L	14.554,91	11,48%
UNILAM S A	13.222,66	10,43%
IMPORTACIONES AKAS SRL	12.338,40	9,73%
DIVINO S A	9.271,83	7,31%
ROLACOR S A	7.167,70	5,65%
OTROS	50.925	40,16%
<b>TOTAL:</b>	<b>126.807,10</b>	<b>100,00%</b>

Las importaciones para la partida **6913.90** (Productos cerámicos. Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica) se representan en el cuadro inferior.

Los principales orígenes son China (84%), Vietnam (15 %), India (7 %).

Empresa	CIF / VALOR ADUANA	%
DEVOTO HNOS S A	42.328,24	16%
BALCONY SHOP LTDA	33.782,34	12%
LAUREN S A	18.178,05	7%
MACROMEDIA S A	15.583,37	6%
MALAQUIO ANGONA GABRIEL	13.525,89	5%
BOLTAÑA SOCIEDAD ANONIMA	11.910,92	4%
G.ZARA HOME URUGUAY S.A.	11.260,59	4%
HENDERSON Y CIA S A	10.107,68	4%
OTROS	116.318,00	43%
<b>TOTAL:</b>	<b>272.995,06</b>	<b>100%</b>

Las importaciones para la partida **9403.50** (Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letrero. Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios.)

El origen destacado es Brasil con el 92% de las importaciones.

Empresa	CIF / VALOR ADUANA	%
DIVINO S A	3.915.990,00	27%
WELAMAN S.A.	1.623.102,11	11%
AVENIDA MUEBLES SA	896.305,09	6%
GCU SA	868.428,24	6%
TANOSIS S.A.	517.898,89	4%
OTROS	6.906.088,00	47%
<b>TOTAL:</b>	<b>14.727.811,87</b>	<b>100%</b>

Las importaciones para la partida **9403.60** (Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros. Los demás muebles de madera) se muestran en el grafico más abajo detallado.

Los orígenes destacados son Brasil (62%) y China (26%).

Empresa	CIF / VALOR ADUANA	%
DIVINO S A	1.718.271,00	16%
WELAMAN S.A.	898.865,94	8%
CERAMICAS CASTRO S A	617.510,86	6%
ALFECAN S.R.L.	343.588,13	3%
MOBILINTERIOR LIMITADA	312.347,57	3%
ENTNER POSWIETNIANSKI GABRIEL	310.798,00	3%
OTROS	6.509.276,00	61%
<b>TOTAL:</b>	<b>10.710.657,60</b>	<b>100%</b>

Las importaciones para las partidas **9503.00 y 9503.00.21** (Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios. Muñecas y muñecos que representen solamente seres humanos. Muñecas y muñecos, incluso vestidos.) se representan en el grafico más abajo detallado.

Los orígenes destacados son Brasil (48%) y China (46%).

Empresa	CIF / VALOR ADUANA	%
CASINO IMPORTACIONES S A	10.764,60	24%
JUGUETES URUGUAY S.R.L	8.988,67	20%
MINAS IMPORTACIONES S.R.L	7.262,95	16%
CORPORACION PLATENCE SOCIEDAD ANON	6.250,51	14%
NABIPAL SOCIEDAD ANONIMA	2.769,78	6%
DAMIKLER S A	2.465,52	5%
OTROS	6.359,00	14%
<b>TOTAL:</b>	<b>44.860,74</b>	<b>100%</b>

Las importaciones para la partida **9503.00.50** (juguetes que representen animales o seres no humanos) se representan en el grafico más abajo detallado.

Los principales orígenes son China (71%), México (15%) y EUA (7%)-

Empresa	CIF / VALOR ADUANA	%
MUGATU S.R.L.	134.784,65	51%
ALLERTON S A	48.430,80	18%
UNILAM S A	14.719,10	6%
AUTOPARQUE S R L	13.868,26	5%
OTROS	50.803,00	19%
<b>TOTAL:</b>	<b>262.606,39</b>	<b>100%</b>

2.16 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)

**Joyería & Bijoutería:**

Importador & Vendedor

Según dialogo mantenido con el Sr Carlos Catania, de la firma Etnia Joyas, la compra en plaza de los insumos es su mecanismo de trabajo; adquiriendo así plata peruana de buena calidad.

Para la importación de piezas terminadas, o semi terminadas, ídem prioriza según detalle de factores de selección:

- ❖ Calidad y características técnicas
- ❖ Costos
- ❖ Diseño y aspecto

Distribuidor & Vendedor

Según intercambio mantenido con Antonieta Leiton de la firma Krystal, como importadora de piezas los factores de selección de proveedores en este sector son los siguientes:

	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Costos</li> <li>❖ Calidad y características técnicas</li> <li>❖ Diseño y aspecto</li> <li>❖ Flexibilidad en volúmenes de venta</li> </ul> <p><b><u>Decoración &amp; Diseño</u></b></p> <p><u>Importador, distribuidor &amp; vendedor</u></p> <p>A través de aportes de la Sr Cassese, responsable en Divino SA, los factores de selección de proveedores en este sector son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Costos</li> <li>❖ Diseño y aspecto</li> <li>❖ Calidad y características técnicas</li> <li>❖ Flexibilidad en volúmenes de venta</li> </ul>
<p>2.17 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p><b>7113.19:</b> En 2020 Uruguay importo un total de U\$S 6.260,52 de Perú, incluyendo las sub partidas <b>7113.19.10</b> &amp; <b>7113.19.20</b>, lo que represento un 1% del total. Los principales importadores fueron DISTER JOYAS SRL y VERONICA ALBERT LITWIN.</p> <p><b>7117.90:</b> En 2020 Uruguay importo un total de U\$S 2129 de Perú, lo que represento un valor del 0,4% del total. Los principales importadores fueron ORIANA ARTESANIAS y NELIDA SUSANA FORNIER.</p> <p><b>4420:</b> En 2020 Uruguay no registro importaciones con origen Perú, incluso para las sub partidas 4420.10 y 4420.90. El total de importaciones se dieron en base a orígenes como China, Indonesia, India y Brasil.</p> <p><b>6301.30:</b> En 2020 Uruguay importo U\$S 300 con origen Perú, lo que represento un 0,2% del total. El único importador fue COLLAGE S.A.</p> <p><b>6913.90:</b> En 2020 Uruguay importo U\$S 1031 con origen Perú, lo que represento un 0,3% del total. El único importador fue NELIDA SUSANA FORNIER.</p> <p><b>9403:</b> En 2020 Uruguay no importo desde Perú, incluyendo las sub partidas 9403.50 &amp; 9403.60. El total de importaciones se dieron en base a orígenes como Brasil, China y Malasia.</p> <p><b>9503.00:</b> En 2020 Uruguay no importo desde Perú, incluyendo las sub partidas 9503.00.21 y 9503.00.50. El total de importaciones se dieron en base a orígenes como China, México y EUA.</p>
<p>2.18 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>En Uruguay no existen eventos específicos para exponer esta línea de productos.</p>

Pueden surgir y organizarse de forma específica en el marco de alguna otra actividad eventos entorno a la moda, vestimenta, indumentaria femenina y en ese contexto poder incluir la categoría joyería & bijou.

A modo de referencia podría ser eventos como MOWeek (<https://www.mowweek.com.uy>) que se realiza durante el mes de octubre, cada año.

Este vacío hace que el contacto directo entre empresarios y las alianzas estratégicas cercanas sean la mejor herramienta para crecer en el mercado.

Para para ambas categorías encontramos importación de productos de variedad de orígenes (China, Estados Unidos, India, Argentina, Perú, etc.)

El desarrollo de accesorios, bisutería y adornos en el mercado local es acotado, aun cuando ha tenido un crecimiento importante en los últimos 5 años, sobre todo.

El escenario este ávido de nuevas propuestas, considerando el público uruguayo ha desarrollado una importante tendencia de viajes lo que le permite conocer y valorar otras modas y tendencias que gusta luego de incorporar a su consumo.

En cuanto a las materias primas Uruguay no produce metales, todos son importados (en lo que refiere a joyería y bijouterie) y las lanas y tejidos peruanos son requeridos destacando calidad y variedad de colores.

En tiempos normales los compradores gustan de viajar a conocer fabricas e interactúa con los proveedores, seleccionar productos e incluso realizar las compras en el lugar para su posterior transporte internacional.

La calidad y diseño de los productos peruanos son reconocidos en el medio y por ello recomendamos un trabajo de expansión planificado y de buen seguimiento para así abrirse camino a nuevos espacios en el mercado uruguayo que, sin dudas, los recibirá de buena manera.

A esto sumamos la importancia de potenciar las cadenas de valor de la región y la destacada incidencia que tiene en estos días la logística en los negocios, con lo que mirar en la región –por costos y tiempos de posicionamiento- es clave.

Las estrategias de ampliar o incursionar con presencia y visibilidad en el mercado uruguayo es indudablemente de la mano de un aliado representante o importador-vendedor que proponga a la marca / productos en actividades de medio de manera dinámica y activa; considerando la ausencia de eventos macro específicos.

La Cámara de Diseño de Uruguay reúne en forma específica a diseñadores de indumentaria y mobiliario, generando espacios de intercambio y de oportunidades –aunque focalizados al desarrollo de la industria nacional- es un foro apto para generar sinergias con actores del medio ([www.directorio.cdu.org.uy](http://www.directorio.cdu.org.uy)).

#### Productos peruanos con más oportunidad en el mercado uruguayo

**7113.19** Con sus sub partidas 7113.19.10 y 7113.19.20 (Perlas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso y manufacturas de es artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso). Uruguay importa más del 50% de esta partida desde Europa, región con la que no tiene acuerdo comercial de preferencias. El poder proponer estos ítems con un beneficio

arancelario como el que tiene Perú y adicional con una logística de cercanía puede hacer un diferencial en el volumen de presencia.

**7117.90** (Perlas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso y manufacturas de es bisutería. las demás)

Para la bisutería el principal origen es China; en este espacio juega mucho el precio y la variedad de diseños. Nuevamente el mercado que provee hoy aplica un arancel externo máximo, frente a la oportunidad del beneficio que cuenta Perú.

**6301.30** (Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos. Mantas.) Los tejidos peruanos son muy apreciados en Uruguay por su colorido y calidad; además del diseño original, artesanal y que denota una muestra tradicional de la cultura peruana. Aun cuando el precio de los proveedores actuales (China e India) pueda ser más competitivo, en esta categoría el mercado busca lo original.

#### **Productos peruanos con mediana oportunidad en el mercado uruguayo**

**4420** (cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera.) El mercado es abastecido principalmente por proveedores asiáticos. Sin embargo, es valorado el diseño artesanal y culturalmente simbólico que ofrece Perú, de la mano de los textiles y artículos representativos de la cultura inca. El producto peruano debiera asociarse a otros en diseño y decoración que lo visibilice.

**6913.90** (Productos cerámicos. Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica)

Como en el ítem anterior, es importante que las estatuillas y adornos estén vinculados a otros ítems más destacados de decoración que propongan diseños diferentes. Actualmente China maneja este mercado; sin embargo, entendemos que la oferta peruana puede proponerse de la mano de diseñadores, arquitectos, actores del diseño.



#### **Productos peruanos con poca oportunidad en el mercado uruguayo**






**9403.50 & 9403.60** (Muebles. Los demás muebles y sus partes. Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios. Los demás muebles de madera) La categoría mobiliaria y en particular de madera tiene una fuerte presencia con origen Brasil; históricamente proponiendo diseño y precio, sumado a la logística de cercanía con incidencia mínima en los costos y tiempos de entrega inmediatos.

**9503.00 & 9503.00.50** (Juguetes. Muñecas y muñecos que representen solamente seres humanos. Juguetes que representen animales o seres no humanos). La fuerte presencia de proveedores asiáticos con variedad de diseños y precios, sumado a un consumo acotado de esta categoría lo posicionan en un lugar de menor interés comercial





**ANEXO  
PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO**



**JOYERÍA**

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
<a href="https://www.kaunas.com.uy/bijou">https://www.kaunas.com.uy/bijou</a>	Unidad	U\$S 11	Tailandia	Ago-02/2021	Collar enchapado en oro con piedras	
<a href="https://www.kaunas.com.uy/joyeria">https://www.kaunas.com.uy/joyeria</a>	Unidad	U\$S 25,58	Italia	Ago-02/2021	Dije en plata	

<a href="https://guiladjoyas.com.uy/collections/anillos/products/anillo-san-benito">https://guiladjoyas.com.uy/collections/anillos/products/anillo-san-benito</a>	Unidad	U\$S 30	China	Ago-02/2021	Anillo en acero	
<a href="https://guiladjoyas.com.uy/collections/colgantes/products/dije-de-plata-y-oro-flor-de-lis">https://guiladjoyas.com.uy/collections/colgantes/products/dije-de-plata-y-oro-flor-de-lis</a>	Unidad	U\$S 67	China	Ago-02/2021	Dije Plata y oro Flor de Lis	
<a href="https://guiladjoyas.com.uy/collections/colgantes/products/collar-de-plata-y-raiz-de-rubi">https://guiladjoyas.com.uy/collections/colgantes/products/collar-de-plata-y-raiz-de-rubi</a>	Unidad	U\$S 63	China	Ago-02/2021	Cadena de plata y raíz de rubí	
<a href="https://disterjoyas.com.uy/shop/pulsera-de-plata-y-oro-con-nudo/">https://disterjoyas.com.uy/shop/pulsera-de-plata-y-oro-con-nudo/</a>	Unidad	U\$S 130	México	Ago-02/2021	Pulsera de plata y oro con nudo.	
<a href="https://www.laiberica.com.uy/adornos">https://www.laiberica.com.uy/adornos</a>	Unidad	U\$S 107	India	Ago-02/2021	Cuenco, centro de mesa (38 cms)	



<a href="https://www.laiberica.com.uy/adornos">https://www.laiberica.com.uy/adornos</a>	Unidad	U\$S 121	India	Ago- 02/2021	Adorno pluma bronce (60 cms)	
<a href="https://www.laiberica.com.uy/mantas-acolchados-y-cubrecamas">https://www.laiberica.com.uy/mantas-acolchados-y-cubrecamas</a>	Unidad	U\$S 200	Austria	Ago- 02/2021	Cubrecama 100% algodón – rayas beige	
<a href="https://www.laiberica.com.uy/senderos-y-almohadones">https://www.laiberica.com.uy/senderos-y-almohadones</a>	Unidad	U\$S 38	Austria	Ago- 02/2021	Almohadón de lino bordado	
<a href="https://www.laiberica.com.uy/baules">https://www.laiberica.com.uy/baules</a>	Unidad	U\$S 802	Indonesia		Mueble para TV Baúl	

<a href="https://www.laiberica.com.uy/mesas">https://www.laiberica.com.uy/mesas</a>	Unidad	U\$S 802	Indonesia	Ago- 02/2021	Mesa living Australia	
<a href="https://www.divino.com.uy/catalogo/pie-de-cama-madera-marron-baul-mex_237507_001">https://www.divino.com.uy/catalogo/pie-de-cama-madera-marron-baul-mex_237507_001</a>	Unidad	U\$S 97	México	Ago- 02/2021	Pie de madera – Baúl	

Tipo de cambio 1 USD = 43 pesos uruguayos