



# Ficha

## PRODUCTO-DESTINO

### Alimentos - Miami

---

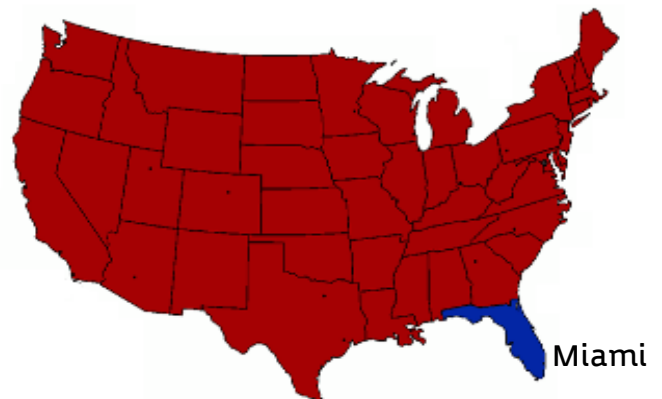
Mayo 2019



# MIAMI

## Aspectos Generales

Miami	
Alcalde	Francis Suárez
Ubicación geográfica	Sureste del estado de Florida
División administrativa	Sistema de comisionado encabezado por el alcalde
Idioma oficial	Inglés (69% habla español)
Clima	Subtropical
Prefijo telefónico	+1 212/646/332



## Población

	2017
Población (Millones)	443.007
Distribución de la Población	100% urbana
Distribución Género	50,6% mujeres 49,4% hombres
Distribución Étnica	Blancos (75,4%), Afroamericanos (18,4%), Amerindios (0,3%)

## Economía

Estados Unidos	2017
Moneda	Dólar Americano (US\$)
PIB (Billón US\$)	19.39
Principales Industrias (%PIB)	Servicios (80,6), Industria (8,0%), Gobierno (11,2%), Sector Primario (0,2%)
División Sectorial del Trabajo	Servicios (91,2%), Industria (8,8%)

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base al Censo Oficial de Estados Unidos, Sitio Oficial de la Ciudad de Miami, CIA-The World Factbook y Banco Mundial.

## Economía de Miami<sup>1</sup>

A lo largo de las últimas tres décadas, la Ciudad de Miami se ha convertido en el centro financiero, comercial y cultural del hemisferio occidental. En la actualidad, actúa como "puerta de acceso" indiscutida para cientos de empresas de todo el mundo y es un lugar de encuentro para llevar a cabo negocios globales.

Miami cuenta con una privilegiada ubicación geográfica de Miami, la infraestructura de vanguardia, los servicios de transporte (aéreo, marítimo y terrestre), una atmósfera multicultural, instalaciones renombradas para encuentros y convenciones mundiales, vastos recursos financieros, comerciales y legales, así como una talentosa y diversa fuerza laboral.

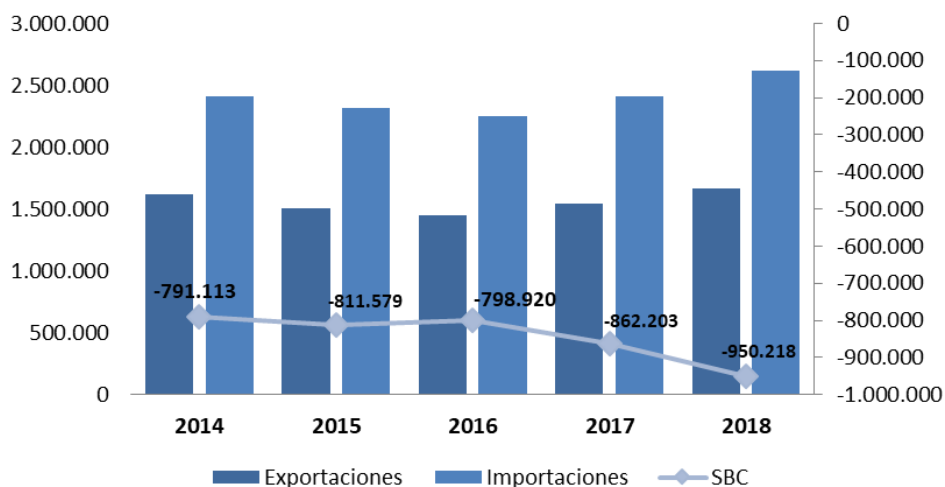
Además, la ciudad está conectada con el mundo, pues es sede del punto de acceso a la red (NAP) de las Américas y posee la más moderna tecnología de información y comunicación de la región. El NAP asegura conectividad a través de Internet en todo momento y en todo lugar.

Más de 500 compañías multinacionales ya utilizan Miami como su base en las Américas, dado que se considera la "Capital de las Américas" para los negocios, el comercio y la inversión.

## Comercio Exterior

**Estados Unidos cuenta con una balanza comercial deficitaria en materia de comercio de bienes.** De todos modos, las exportaciones estadounidenses hacia el mundo experimentaron un aumento de casi 8% en 2018 respecto al año anterior, cuando totalizaron US\$ 1.664.056 millones.

**Gráfica 1 – Intercambio comercial Estados Unidos-Resto del mundo  
Años 2014-2018 (Millones US\$)**



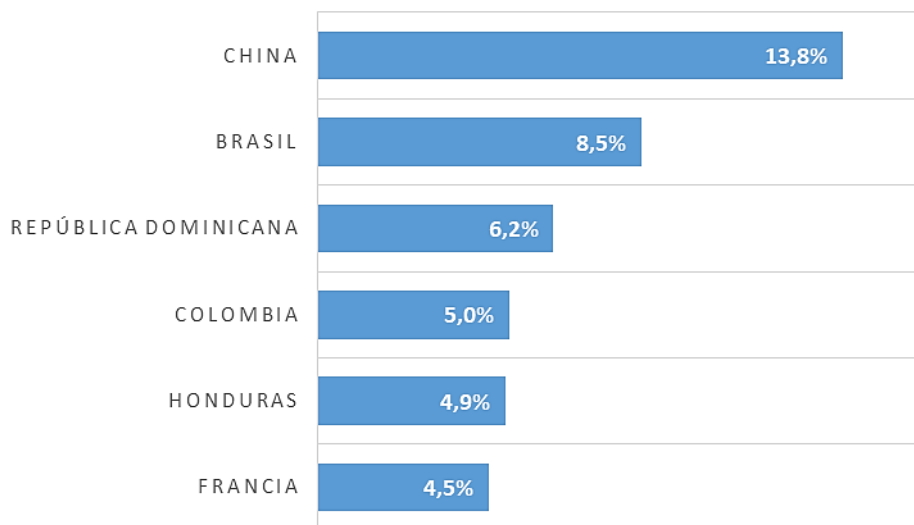
Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Trade Map.

<sup>1</sup> Fuente: Consulado de Uruguay en Miami.

Canadá y México son los principales destinos de las exportaciones estadounidenses; mientras que China lidera ampliamente el ranking de los orígenes de las compras americanas.

Por su parte, al analizar específicamente el **comercio de Miami**<sup>2</sup> con el mundo vemos que también existe un saldo comercial deficitario, dado que **en 2018 las importaciones** de Miami desde el resto del mundo **alcanzaron los US\$ 50.161 millones**. Entretanto, el monto exportado por Miami fue de US\$ 35.650 millones en ese mismo período. Cabe destacar que **el valor de las ventas al exterior aumentó un 2,5%** respecto al año anterior.

**Gráfica 2 – Principales orígenes de las importaciones de Miami  
Año 2018 (Part. %)**



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Penta Transaction.

Los principales productos importados por Miami son instrumentos y maquinaria en general, teléfonos, oro y filetes de pescado.

## Comercio con Uruguay

---

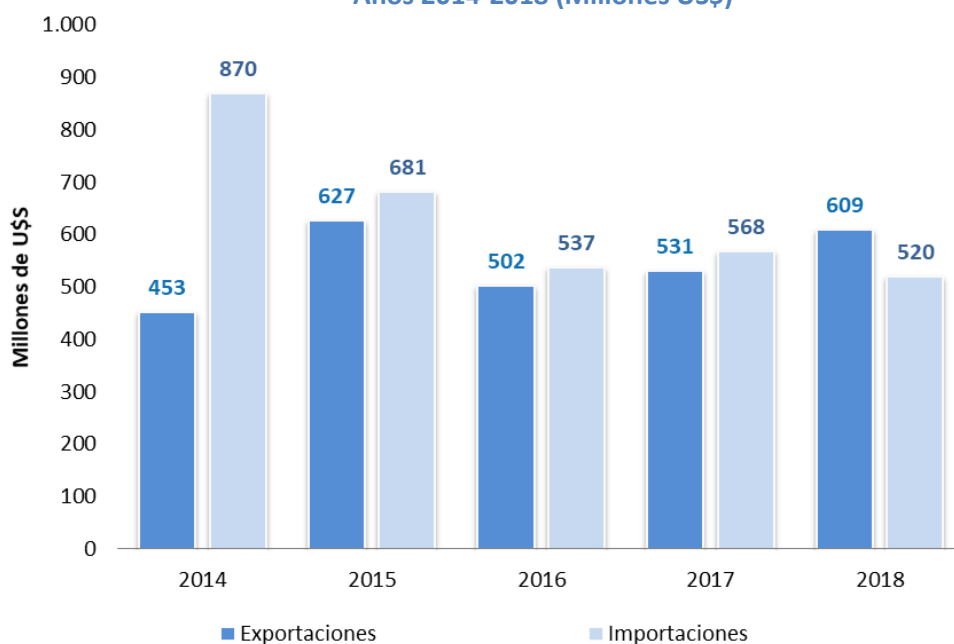
En el último año, **Estados Unidos se posicionó en el cuarto lugar como mercado de destino de las exportaciones uruguayas** con una participación del 6,71%. Las exportaciones hacia el país norteamericano crecieron un 14,7% con respecto al total exportado en 2017.

El principal producto exportado hacia Estados Unidos desde nuestro país es la **Celulosa (18,26%)**, seguido por la **Carne bovina (17,92%)**. Mientras las exportaciones se concentran en pocos productos, la canasta de bienes importados es más diversificada. Fundamentalmente importamos desde dicho mercado manufacturas diversas.

---

<sup>2</sup> Fuente: USA Trade Online.

**Gráfica 3 – Intercambio comercial Estados Unidos-Uruguay  
Años 2014-2018 (Millones US\$)**

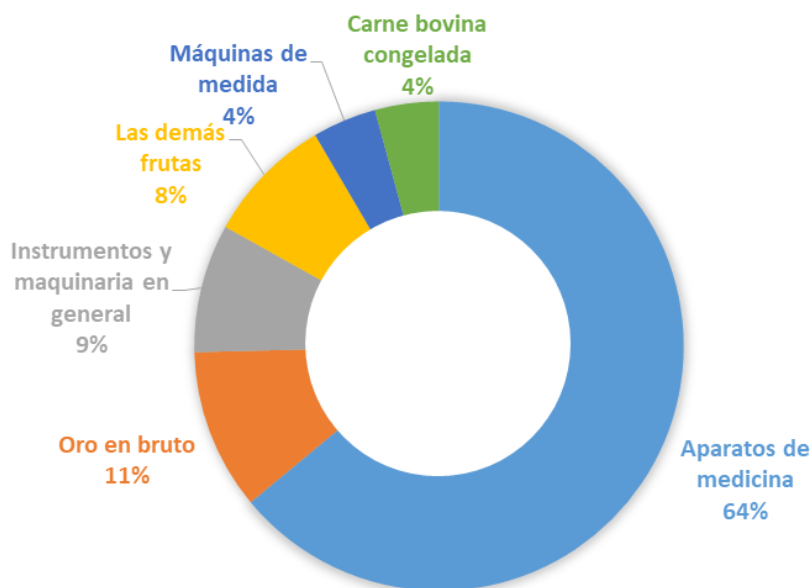


Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de DNA.

Por otra parte, al analizar el comercio entre Miami y Uruguay vemos que Uruguay se posicionó el pasado año en el puesto número 55 entre los países proveedores de la ciudad, con una participación inferior al 0,5%. Eso se traduce en **una suma total de las ventas uruguayas hacia Miami de US\$ 76.018 miles** durante 2018.

Respecto a los productos comercializados, nuestro país le vende 96 productos (partidas a 4 dígitos) a Miami. Empero, la lista de productos exportados a Miami es encabezada claramente por **los aparatos de medicina, que concentran el 64% del total** el pasado año. Destacan también oro, instrumentos y maquinaria, frutas, máquinas de medición y carne bovina.

**Gráfica 4 – Productos exportados por Uruguay hacia Miami – Año 2018 (Part. %)**



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de DNA.

## Oportunidades para Exportaciones

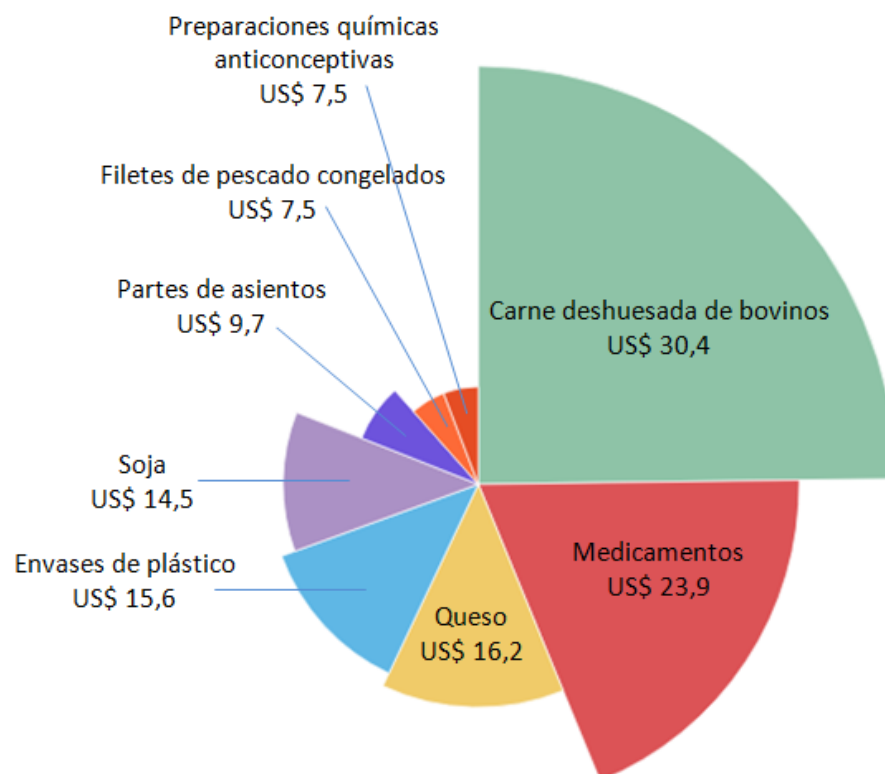
**Estados Unidos es uno de los principales socios comerciales de Uruguay.** En 2017 fue el **cuarto destino de exportación**. Los principales productos vendidos fueron la **carne bovina, la celulosa, la madera, los subproductos de carne, cuero y sus manufacturas y frutas cítricas**.

En 2017, Uruguay exportó a Estados Unidos productos contenidos en 71 de los 97 capítulos del Sistema Armonizado, existiendo posibilidades de ampliar las ventas externas de algunos productos.

Teniendo en cuenta la demanda potencial de productos de Estados Unidos, la canasta exportadora de Uruguay, el rendimiento de las exportaciones proyectadas para nuestro país y las condiciones de acceso a mercados, se desprenden cuáles son **los productos que tienen potencialidad en el mercado estadounidense**.

Dada la naturaleza de la producción uruguaya, **la mayor parte de los bienes con potencialidad son del sector agro-industrial**. Del lado de la oferta, dicha potencialidad es explicada porque Uruguay tiene mayor capacidad para satisfacer el mercado, mientras que del lado de la demanda aún existen necesidades insatisfechas por cubrir. **En el siguiente gráfico se muestra el GAP existente entre las exportaciones actuales de Uruguay y la demanda potencial de Estados Unidos para aquellos productos que mostraron mayor diferencial**.

**Gráfica 5 - Potencialidad de Exportación de Uruguay a Estados Unidos (Millones US\$)**



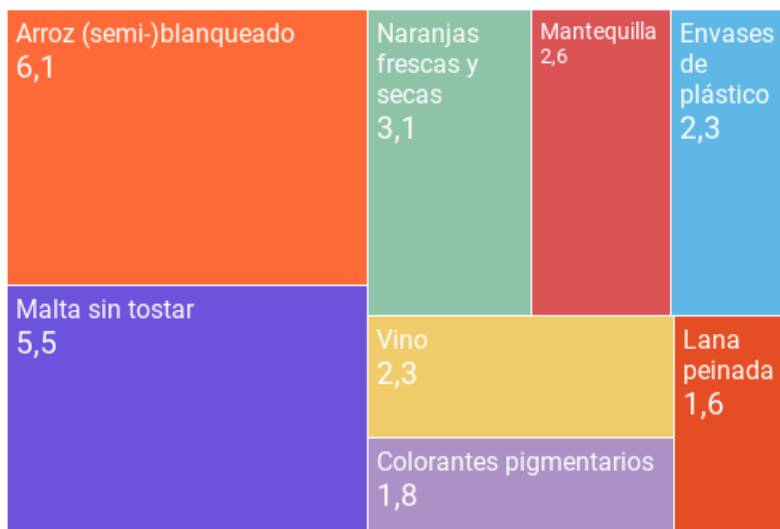
Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Export Potential Map de ITC.



A partir del gráfico se deduce que los bienes comprendidos dentro de **los principales productos exportados por Uruguay son los que tienen mayores posibilidades para aumentar su cuota de mercado en Estados Unidos**. No obstante, **existen otros productos**, alguno de los cuales pueden considerarse “no tradicionales” **que también tienen potencialidad en el mercado** de destino.

Dentro de estos se puede distinguir entre aquellos que podrían incrementar las ventas externas y los que podrían ingresar al mercado por primera vez, según se observa a seguir.

**Gráfica 6 - Potencialidad de exportación de otros productos uruguayos (US\$ Millones)**



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Export Potential Map de ITC.

## » VINOS



**En 2017 se exportó vino por US\$ 1,3 millones** mientras que existió un potencial de US\$ 2,3 millones. Actualmente, **Uruguay paga un arancel del 1,5%**. Australia y Chile no pagan arancel, y entre ambos representan el 14% de lo importado por Estados Unidos en 2016. Argentina paga un arancel del 0,83% y representa el 7% de las compras totales del país norteamericano en 2016.

## Aranceles

Los Estados Unidos otorgan preferencias unilaterales a los países en desarrollo, incluidos los países menos adelantados (PMA), en el marco de sus programas del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), la Ley sobre Crecimiento y Oportunidades para África (AGOA) y la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (ICC). El Congreso autorizó nuevamente el SGP y la AGOA el 29 de junio

de 2015 en el marco de la Ley de Ampliación de las Preferencias Comerciales de 2015. La autorización actual del SGP es válida hasta el final de 2017, en tanto que las preferencias otorgadas en el marco de la AGOA siguen estando autorizadas hasta 2025. Desde la entrada en vigor del Acuerdo de Libre Comercio (ALC) entre los Estados Unidos y Panamá en 2012 no ha entrado en vigor ningún nuevo ALC en los Estados Unidos.

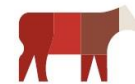
**Tabla 1 - Aranceles promedios**

Grupo de productos	Tipo de arancel	2009	2014	2018
<b>Todos los productos</b>	Promedio de aranceles NMF	1,9%	2,8%	2,7%
	Promedio de aranceles preferenciales	1,9%	1,4%	1,6%
<b>Productos agrícolas</b>	Promedio de aranceles NMF	5,4%	6,1%	5,8%
	Promedio de aranceles preferenciales	5,4%	4,7%	4,3%
<b>Productos no agrícolas</b>	Promedio de aranceles NMF	1,6%	1,8%	2,5%
	Promedio de aranceles preferenciales	1,6%	1,1%	1,4%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Mac Map.

**Tabla 2 – Aranceles aplicados para el ingreso de productos específicos desde Uruguay**

## CARNE



NCM 4	Descripción del producto	Arancel
<b>0201</b>	Carne bovina, enfriada	10,76%
<b>0202</b>	Carne bovina, congelada	10,36%
<b>0203</b>	Carne porcina, enfriada	0,18%
<b>0204</b>	Carne de la especies ovina o caprina, fresca,	0,25%
<b>0206</b>	Despojos comestibles enfriados o congelados	0%
<b>0208</b>	Las demás carnes y despojos comestibles, enfriados o congelados	5,23%

## VINO



NCM 4	Descripción del producto	Arancel
<b>2204</b>	Vino de uvas frescas	3,05%
<b>2205</b>	Vermut y demás vinos de uvas frescas	1,04%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Mac Map.

## Medidas no arancelarias

Todos los productos que entran a los Estados Unidos están obligados a cumplir con la **Ley contra el Bioterrorismo**, destinada a proteger la producción, distribución y venta de alimentos tanto de origen norteamericano como importado, en contra de posibles atentados terroristas. El procedimiento para la aplicación de la presente Ley considera las siguientes etapas:



1. Registro de instalaciones alimenticias, donde se fabriquen, procesen, envasen o almacenen alimentos para consumo humano ante la FDA. El registro debe ser efectuado por el propietario, operador o agente a cargo de la instalación y se realiza por cada instalación.

La información obligatoria requerida para el registro es la siguiente:

- Nombre de la instalación, dirección, número de teléfono y correo electrónico
- Nombre de la casa matriz, si la empresa es una subsidiaria
- Nombre, dirección, teléfono y correo electrónico del propietario, operador o agente a cargo de la instalación
- Nombre, dirección, teléfono y correo postal del agente en Estados Unidos
- Nombres comerciales que use la instalación
- Categoría de los productos alimenticios
- Declaración de que la información proporcionada es verdadera y que la persona que realiza el registro está autorizado

Una instalación extranjera deberá asignar un agente en Estados Unidos. Este agente puede ser cualquier persona que resida en Estados Unidos o mantenga una actividad comercial permanente en este país. El agente en Estados Unidos actúa como un enlace entre la FDA y la instalación para comunicaciones de rutina y en caso de emergencia.

2. Notificación previa de alimentos importados (Prior notice). La Ley contra el Bioterrorismo exige que la FDA reciba notificación previa de los alimentos importados a los EE.UU. La FDA usará esta información para revisar, evaluar y juzgar la información antes de que el alimento arribe a puerto estadounidense, pudiendo inspeccionar los alimentos mediante examen físico o toma de muestras.

Cuando se detecta una violación a la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos, la FDA emite una Nota de Detección y Audiencia al servicio de Aduanas de los Estados Unidos y al importador, dando inicio a un proceso en el cual el importador o su representante debe presentar evidencia de que el producto cumple con los requisitos con el propósito de obtener la Nota de Liberación.

Además, se podrán considerar los **requisitos especificados por el [Códex Alimentarius](#)** para cada tipo de producto, al tiempo que es importante observar **disposiciones referentes a colorantes, aditivos y niveles de acidez**.

La FDA es la encargada de autorizar el uso de los colorantes nuevos antes de ser utilizados en el alimento a comercializarse en los EE.UU. Asimismo, este organismo establece en que alimentos se puede usar y las cantidades máximas permitidas y la identificación que debe constar en el etiquetado del producto. Mayor información: [www.cfsan.fda.gov](http://www.cfsan.fda.gov)

Asimismo, la FDA ha definido una lista de las sustancias aprobadas para utilizarse como aditivos directos e indirectos, por lo que fabricantes y empaques de alimentos deben

demostrar que todos los materiales que hagan contacto con los alimentos son seguros. Mayor información: [www.fda.gov/Food/IngredientsPackagingLabeling/FoodAdditives](http://www.fda.gov/Food/IngredientsPackagingLabeling/FoodAdditives)

La FDA reconoce como productos de baja acidez a aquellos tratados con calor, con un pH mayor a 4,6, una actividad del agua mayor 0,85 y que se venden en envases herméticamente cerrados; y como productos acidificados a aquellos a los que se le agrega algún ácido para bajar el pH a 4,6 o a menos y con actividad de agua > 0,85. Las regulaciones de la FDA establecen que todos los procesadores de productos de baja acidez o acidificados que se quieran comercializar deben registrar sus plantas para obtener el FCE (Food Canning Establishment Number). Adicionalmente, para cada producto que se desee comercializar, es necesario obtener un registro SID (Submission Identifier). Mayor información: [www.fda.gov/Food/FoodSafety](http://www.fda.gov/Food/FoodSafety)

## Envasado, embalaje y etiquetado

---

El **envasado** deberá hacerse en condiciones higiénicas tales que impidan la contaminación del producto. Los materiales utilizados en el interior del envase deben ser nuevos y estar limpios, evitando así cualquier daño externo o interno al producto. Se permite el uso de materiales, en particular papel o sellos, con indicaciones comerciales siempre y cuando estén impresos o etiquetados con tinta o pegamento no tóxico.

El **embalaje** es utilizado para integrar y agrupar cantidades uniformes del producto y protegerlos de manera directa, simplificando al mismo tiempo su manejo. Los materiales de empaque y embalaje se seleccionan en base a las necesidades del producto, método de empaque, método de pre-enfriamiento, resistencia, costo, disponibilidad, especificaciones del comprador, tarifas de flete y consideraciones ambientales.

Respecto al **etiquetado**, se establece que todo producto alimenticio que se comercialice en los EE.UU. debe llevar un rótulo que cumpla la normativa del Código de Regulaciones Federales, Título 21, Parte 101 "Food Labeling" (21 CFR 101). De lo contrario, las autoridades prohibirán la entrada del producto en su territorio. Mayor información: [www.accessdata.fda.gov](http://www.accessdata.fda.gov)

## Regulaciones para Productos Orgánicos

---

Se consideran orgánicos aquellos alimentos, principalmente frutas y hortalizas, que en ninguna etapa de su producción agrícola y manejo post cosecha intervienen productos como fertilizantes sintéticos y plaguicidas químicos, tanto en la planta como en el suelo donde son cultivados. La producción orgánica requiere de insumos especiales: abonos, plaguicidas, fertilizantes cuyo uso esté permitido en la agricultura orgánica.



Para fines comerciales, los exportadores tienen la opción de exportar alimentos orgánicos, aunque no es un requisito obligatorio para exportar a Estados Unidos. Sin embargo, en caso de optar por ello y con la finalidad de proteger al consumidor, es obligatorio que todo exportador

que declara su producto como orgánico esté en la capacidad de poder demostrarlo, mediante un certificado emitido por un organismo certificador acreditado ante el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), bajo las Normas Orgánicas Nacionales de EE.UU, conocidas como NOS. Los productos certificados exhiben el sello USDA ORGANIC.

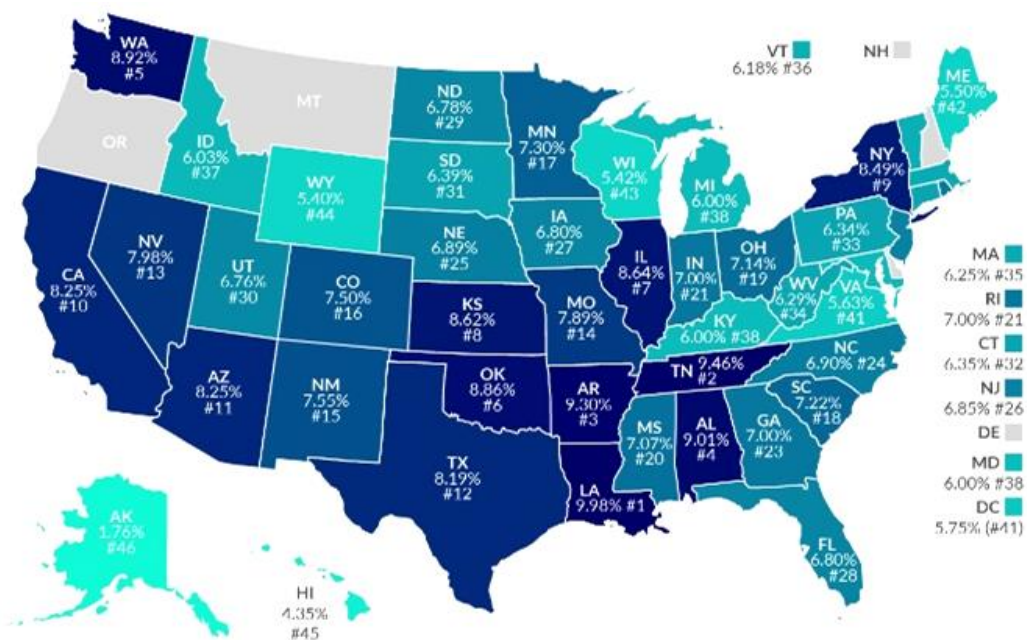
Para la certificación de productos orgánicos existen organismos de certificación de Estados Unidos que operan en países extranjeros y pueden solicitar la acreditación del USDA; o se puede recibir el reconocimiento cuando el USDA determine, a solicitud de un gobierno extranjero, que el gobierno del organismo de certificación extranjero está en condiciones de evaluar y acreditar que los organismos de certificación cumplen los requisitos de las normas orgánicas nacionales; o bien, recibir el reconocimiento de que cumple con requisitos de las NOS en virtud de un acuerdo de equivalencia negociado entre los Estados Unidos y el gobierno extranjero.

Para mayores detalles sobre las Normativas Orgánicas Nacionales de Estados Unidos y el Programa Nacional Orgánico del USDA: [www.ams.usda.gov](http://www.ams.usda.gov)

### Tributación<sup>3</sup>

En Estados Unidos no existe un IVA federal o impuesto a la venta que se aplique a nivel nacional, sino que el impuesto al consumo tiene tasas variables de un estado a otro.

Generalmente oscilan entre el 2,9% y el 7,25% a nivel estatal y, además, la mayoría de los estados también permite una "opción local" a ciudades y condados para imponer un porcentaje adicional sobre el impuesto estatal. En el caso de Florida, estado que alberga a la ciudad de Miami, el impuesto es de 6,80%.



<sup>3</sup> Fuente: Extraído de Tax Foundation. Disponible en: <https://taxfoundation.org/state-and-local-sales-tax-rates-in-2017/>

## Principales puntos de ingreso

---

Estados Unidos cuenta con varios puntos de ingreso de relevancia para el comercio y los negocios, dada su gran extensión territorial. Dentro de ellos y con especial peso para el sureste del país, destaca Miami.

La ciudad cuenta con conexiones internacionales y acceso directo a los principales mercados del hemisferio occidental. Dispone de conexiones aéreas y marítimas con todos los países de las Américas. De hecho, el Aeropuerto Internacional de Miami (MIA) es la segunda puerta de acceso más grande de EE.UU. para viajeros internacionales y la más grande para pasajeros del Caribe y Latinoamérica.

## Precios de fletes internacionales

---

Los valores que se presentan a continuación son tarifas para **cargas en general**, que deberán ser verificadas para cada caso en particular.

### AÉREO

**Tabla 3 - Precios de fletes aéreos al Aeropuerto de Miami - Datos en US\$**

KG	Tarifa US\$
<b>Min</b>	85
<b>+45</b>	3,02
<b>+100</b>	2,57
<b>+300</b>	2,12
<b>+500</b>	1,62
<b>+1000</b>	1,47

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Grupo Rovira.

### MARÍTIMO

**Tabla 4 - Precios de fletes marítimos al Puerto de Miami - Datos en US\$**

Puerto	Contenedores	
	20'	40'
<b>Miami</b>	1425	1900

*Tiempo estimado: entre 30 y 45 días.*

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de CMA-CGM.

## Informe País Estados Unidos

---

Para acceder a información y datos más detallados, visite el Informe País de Estados Unidos, elaborado por el Departamento de Inteligencia Competitiva, a través del siguiente [link](#).

## Guía Básica para el exportador

---

En el siguiente [link](#), encontrará una guía elaborada por el Departamento de Promoción de Exportaciones de Uruguay XXI para acercar una herramienta útil, práctica y de consulta rápida, que comprenda los aspectos básicos a tener en cuenta en el proceso exportador y oriente al empresario que comienza a elaborar su estrategia de inserción en el mercado internacional.

## Listado de importadores

---

Para obtener el listado completo o de un rubro en específico de los importadores estadounidenses, contáctese con el Departamento de Inteligencia Competitiva de Uruguay XXI enviando un correo electrónico a [inteligenciacompetitiva@uruguayxxi.gub.uy](mailto:inteligenciacompetitiva@uruguayxxi.gub.uy)

## Páginas web de interés

---

- » Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA): [www.fda.gov](http://www.fda.gov)
- » Administración Internacional de Comercio: [www.trade.gov](http://www.trade.gov)
- » Aduanas y Protección de Fronteras de EE.UU: [www.cbp.gov](http://www.cbp.gov)
- » Cámara de Comercio de Miami: [www.miamichamber.com](http://www.miamichamber.com)
- » Cámara de Comercio Latina-EEUU (CAMACOL): [www.camacol.org](http://www.camacol.org)
- » Censo de Estados Unidos: [www.census.gov](http://www.census.gov)
- » Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA): [www.usda.gov](http://www.usda.gov)
- » Departamento de Comercio: [www.commerce.gov](http://www.commerce.gov)
- » Embajada de EE.UU. en Uruguay: [uy.usembassy.gov](http://uy.usembassy.gov)
- » Gobierno de Miami: [www.miamigov.com](http://www.miamigov.com)
- » Puerto de Miami: [www.miamidade.gov/portmiami/](http://www.miamidade.gov/portmiami/)
- » Servicio de Inspección de Inocuidad Alimentaria (FSIS) [www.fsis.usda.gov](http://www.fsis.usda.gov)
- » Servicio de Inspección Sanitaria de Plantas y Animales (APHIS): [www.aphis.usda.gov](http://www.aphis.usda.gov)

