

Informe Mensual de Comercio Exterior



Uruguay XXI
PROMOCIÓN DE INVERSIONES,
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS



JUNIO 2018

Resumen

- Las solicitudes de exportación incluyendo zonas francas totalizaron **US\$ 863 millones en junio 2018, lo que implicó una caída de 17% respecto al mismo mes del año anterior**. La caída en las exportaciones se explica fundamentalmente por la fuerte incidencia negativa de la soja que no logro ser compensada con el aumento de las exportaciones de celulosa, ganado en pie y madera y subproductos. **Si se excluye a la soja de la comparación interanual, las exportaciones mensuales crecerían un 6% en el mes de junio**.
- Las exportaciones del **primer semestre** del año alcanzaron **US\$ 4.630 millones, cifra 2,3% superior a la del mismo período del año anterior**. La cifra **también representa el mejor primer semestre en tres años**. Las exportaciones de celulosa, madera y subproductos, ganado en pie, y carne bovina fueron los de mayor incidencia positiva en el semestre. Por su parte, la soja fue el producto con mayor impacto negativo.
- **Las mipymes componen casi la totalidad del tejido empresarial de Uruguay**, y cuanto menor es su tamaño mayores dificultades tienen en el acceso y supervivencia en la actividad exportadora. Sin embargo, **son grandes responsables de la diversificación de la matriz exportadora de Uruguay**. Las mipymes venden una gama más amplia de productos, y cumplen un rol relevante en la venta de bienes no tradicionales en relación a las grandes empresas.

Exportaciones uruguayas de bienes (Millones de dólares)

| | Jun-17 | Jun-18 | Var. % |
|------------------------|--------|--------|--------|
| Con Zona Franca | 1.038 | 863 | -16,9% |
| Sin Zona Franca | 947 | 706 | -25,4% |

| | Acumulado 2017 | Acumulado 2018 | Var. % |
|------------------------|----------------|----------------|--------|
| Con Zona Franca | 4.525 | 4.630 | 2,3% |
| Sin Zona Franca | 3.960 | 3.888 | -1,8% |

Exportaciones caen 17%, en el mes de mayor impacto de la soja.

Las solicitudes de exportación totalizaron **US\$ 863 millones** en junio, lo que implicó una **reducción de 17% respecto a junio de 2017**¹.

Las menores ventas de soja tuvieron una fuerte incidencia en el comportamiento de las exportaciones del mes, que no pudo ser contrarrestado por los desempeños positivos de la celulosa, el ganado en pie y la madera y productos de la madera. **Si se excluye a la oleaginosa de la comparación interanual, las exportaciones mensuales crecerían un 6% en el mes de junio.**

La magra zafra de **soja**, como consecuencia del déficit de lluvias durante gran parte del verano viene impactando fuertemente en las colocaciones de la oleaginosa en el exterior. En junio, las ventas externas de **soja** totalizaron **US\$ 62 millones**, lo que representa una **caída de 78%** en términos interanuales. Esta caída mensual se explica por los menores volúmenes exportados, que cayeron 79%, lo que representa 630.000 toneladas menos a igual mes del año pasado. Por su parte, los precios tuvieron un crecimiento de 7% en términos interanuales. En cuanto a los destinos, China sigue siendo el principal destino con el 79% de las compras, seguido por Israel con el 20% del total exportado.

El mes de junio significó un record histórico en la exportación de **celulosa**, las ventas alcanzaron **US\$ 188 millones**, un **57% superiores** a junio 2017. Este incremento se explica en mayor medida por el comportamiento del precio internacional de la celulosa, que ha mostrado un importante crecimiento en los últimos meses.

La fuerte granizada en el mes de junio sobre el litoral norte, afectó fuertemente la producción de **frutas cítricas**, que en el último mes presentó una **caída de 76% del valor exportado** a igual mes de 2017. Las exportaciones de estos productos totalizaron **US\$ 16 millones**. Los menores montos exportados se deben a una caída de 71% en los precios conseguidos y un menor volumen exportado.

Las ventas de **ganado en pie** marcaron un record histórico en el mes, con exportaciones que totalizaron **US\$ 59 millones**. Esto se explica exclusivamente por los mayores volúmenes exportados, al tiempo que el precio fue un 7% menor. El principal destino fue Turquía con el 81%. Le siguió China con un 18%, tras una importante exportación de 9.265 terneras de entre 12 a 16 meses, que contaban con la certificación de criadores Angus, y fue halagada de parte de los importadores por su gran calidad².

Las exportaciones de **carne bovina** alcanzaron **US\$ 124 millones** y mostraron una **caída de 18%** en la comparación interanual. Las menores exportaciones se debieron a una caída de 25% en los volúmenes exportados, que no pudo ser compensado por el aumento de 10% en los precios de exportación. Respecto a los destinos, China fue el principal comprador en el mes, con una participación de 44% sobre el total exportado; le siguió Unión Europea con el 26% y Estados Unidos con el 15%.

Las ventas de **arroz** también presentaron una caída en junio, con exportaciones que alcanzaron los **US\$ 41 millones**. La **reducción del valor exportado fue de 29%** respecto a junio 2017, lo que se explicó en su totalidad por los menores volúmenes exportados, mientras que el precio se mantuvo prácticamente incambiado. Iraq fue el principal destino, con una participación de 36%, seguido por Perú y Sierra Leona que representaron el 21% y 14% respectivamente.

¹ No se consideró la exportación de energía por US\$ 10,3 millones.

² <https://losagronegocios.com.uy/barco-australiano-tripulado-por-filipinos-y-croatas-lleva-vaquillonas-angus-de-uruguay-a-china/>

Las exportaciones de **madera y subproductos** totalizaron **US\$ 33 millones**, lo que implicó **42% de incremento** respecto a igual mes de 2017. Esto se explica en su totalidad por el crecimiento de los volúmenes exportados. Por su parte, el precio promedio de exportación disminuyó un 29% interanual. Los principales productos exportados fueron madera en bruto con US\$ 10 millones, leña y madera aserrada con US\$ 9 millones cada uno. China fue el principal destino de la madera en el mes con una participación de 33%. Le siguieron Portugal (26%), Estados Unidos (10%) y México (8%).

Cuadro N°1 – Exportaciones de bienes de Uruguay – Junio 2018

| Producto | 2017 | 2018 | Var (%) |
|-------------------|------|------|---------|
| Celulosa | 119 | 188 | 57% |
| Carne bovina | 151 | 124 | -18% |
| Soja | 283 | 62 | -78% |
| Ganado en pie | 14 | 59 | 306% |
| Prod. lácteos | 49 | 47 | -4% |
| Conc.de bebidas | 41 | 43 | 5% |
| Arroz | 57 | 41 | -29% |
| Madera y prod. | 24 | 34 | 41% |
| Subprod. Cárnicos | 23 | 22 | -6% |
| Lana y tejidos | 14 | 22 | 57% |

Respecto a los destinos³, en el mes de junio Uruguay realizó exportaciones hacia a 118 mercados por US\$ 706 millones.

China fue el principal destino en el mes, con montos de **US\$ 123 millones** y una participación de 21%. Esto representa una caída de 41% respecto al mismo mes de 2017, que se explica fundamente por la caída de la soja, que tiene como principal destino este mercado (90%). Sin embargo, algunos productos tuvieron un buen desempeño en este destino: madera y productos de la madera, lana y tejidos, productos lácteos.

Brasil registró una participación de 15% en el total de las exportaciones del mes, colocándose como el segundo mayor destino. Las ventas alcanzaron **US\$ 91 millones**, lo que implicó una

caída de 23% respecto a junio de 2017. Los productos que tuvieron mayor impacto negativo en las exportaciones hacia este destino fueron los lácteos y el arroz que tuvieron caídas de 70% y 87% respectivamente. Se destaca el aumento en las ventas de plásticos y sus manufacturas a este país que alcanzó un monto de US\$ 14 millones, y autopartes por US\$ 9 millones.

Turquía, impulsado por el ganado en pie, se ubicó como **el tercer mayor destino** de las ventas al exterior en el mes de junio. Las exportaciones hacia este destino **tuvieron un incremento de 197% alcanzando US\$ 51 millones**. El incremento se explica en gran medida al mejor desempeño de las ventas del ganado en pie. También tuvieron un comportamiento positivo el alimento para ganado y el arroz, aunque estas dos con impacto marginal en el destino.

Las ventas hacia los **Estados Unidos de América** experimentaron una **caída de 17%** en términos interanuales. El total exportado en el mes a este destino fue de US\$ 42 millones. El magro desempeño se explica por las menores ventas de carne bovina y equipos de comunicación. Por su parte, se destaca un crecimiento de 24% en las ventas de frutas cítricas y de 13% en subproductos cárnicos.

Semestre

Las exportaciones del primer semestre del año alcanzaron US\$ 4.630 millones, cifra 2,3% superior a la del mismo período del año anterior, y representa el mejor primer semestre en tres años.

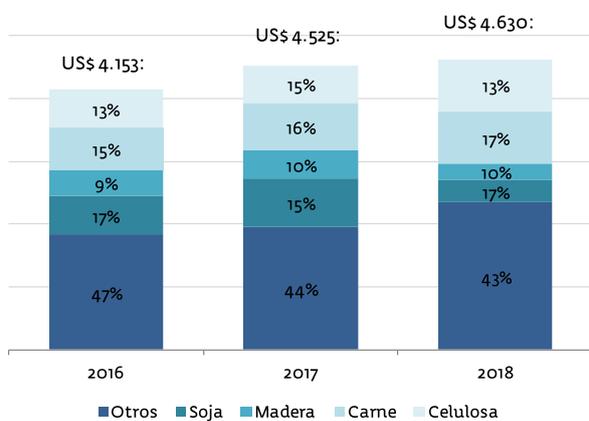
Las exportaciones de **celulosa, madera y subproductos, ganado en pie, y carne bovina** fueron los de mayor **incidencia positiva** en el semestre. Por su parte, **la soja fue el producto con mayor impacto negativo**.

³ Sin considerar las exportaciones desde Zonas Francas.

Gráfico N°2 – Primer semestre 2016 – 2018 Principales productos exportados

Fuente: Uruguay XXI en base a DNA y Montes del Plata

Las exportaciones de celulosa –principal producto de exportación en el semestre– presentaron un crecimiento de 42,7% en la



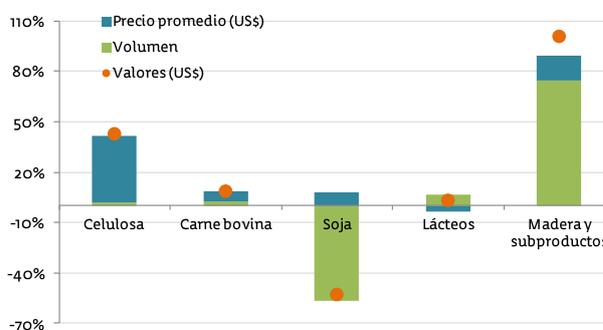
comparación interanual, totalizando US\$ 837 millones. Este crecimiento se explica fundamentalmente por la tendencia creciente experimentada por los precios, mientras que el volumen mostró una leve retracción en la comparación interanual.

Las exportaciones de **madera y subproductos** se duplicaron con respecto al primer semestre de 2017. Las exportaciones de madera en bruto continuaron la tendencia creciente, y se duplicaron con respecto al primer semestre de 2017. El total exportado –sin tomar en cuenta lo dirigido a Zonas Francas de celulosa– alcanzó US\$ 10 millones, y se dividió en 92% pino, y 8% eucalyptus; lo que representa unas 1,2 millones de toneladas de pino, y 98 mil toneladas de eucalyptus. Por otro lado, las exportaciones de chips y de tableros también incidieron positivamente en las exportaciones de madera en el semestre. Las ventas de chips ascendieron a US\$ 8,9 millones en el período enero-junio 2018, cifra que duplica las ventas del primer semestre de 2017. En tanto, las exportaciones de tableros crecieron 12% en la comparación interanual y totalizaron US\$ 6 millones. El crecimiento de estos productos le permitió ubicarse como quinto producto de exportación del país en el semestre.

Las exportaciones de **ganado en pie** también incidieron positivamente en las exportaciones del semestre, superando las 180 mil cabezas en lo que va del año. Turquía se mantiene como principal destino, concentrando cerca de 80% de las exportaciones, mientras que China aumentó su participación respecto al mismo período de 2017 y se ubica ahora con 8% de las ventas externas.

Gráfico N°3 – Principales productos exportados en el primer semestre (Variación %, 1° semestre 2017)

Fuente: Uruguay XXI en base a DNA y Montes del Plata



La **carne bovina** fue el segundo producto de exportación en el primer semestre de 2018. El total exportado alcanzó US\$ 830 millones, 8,5% más que en el primer semestre de 2017. Este crecimiento se basó tanto en mayores precios, como en el aumento del volumen exportado. En cuanto a los destinos, pese a que China es uno de los países con precios más bajos de exportación, el hecho de concentrar más de la mitad del volumen exportado lo convierte en el principal destino en lo que va del año. Unión Europea concentró 14% del volumen exportado, pero su participación en el monto total asciende a 25%, dado que los productos en este mercado son de mayor calidad, y consecuentemente, mayor precio. Estados Unidos e Israel disminuyeron sus exportaciones en comparación al primer semestre de 2017, pero se mantuvieron como tercer y cuarto destino de exportación, respectivamente.

La cosecha de soja en la presente campaña se vio fuertemente afectada por la falta de lluvias en el verano, etapa de desarrollo del cultivo. En

este sentido, los rendimientos por hectárea pasaron de cerca de 3.000 kg/ha en la cosecha anterior, a una estimación de 1.241 kg/ha para este año⁴. Las exportaciones acusaron esta tendencia, y presentaron una reducción similar. En particular, las exportaciones fueron 53% inferiores a las del primer semestre de 2017. El aumento de 8% en el precio promedio de exportación⁵ no logró compensar la caída del volumen exportado.

Las mipymes en la exportación.

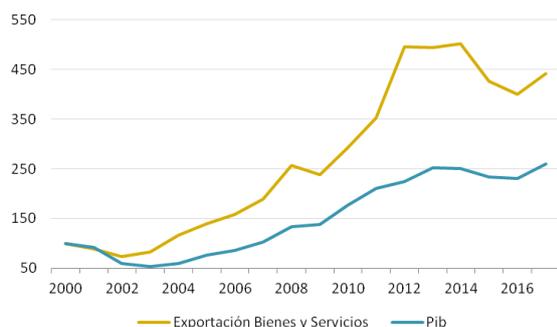
Uruguay, por ser un país pequeño cuenta con un mercado interno limitado, y las oportunidades de expansión y desarrollo de las empresas están en gran medida determinadas por su capacidad de exportar.

Sin ir más lejos, el crecimiento exponencial de las exportaciones en los últimos quince años, ha sido un importante dinamizador de la economía uruguaya.

Gráfico N°1: Exportaciones de Bienes y Servicios vs PIB.

(En dólares corrientes, índice 2000=100)

Fuente: Elaborado por UXXI, en base a BCU



A nivel de las empresas, las ganancias del mayor volumen de comercio internacional no se distribuyen igual entre las firmas.

En particular, el tejido empresarial de Uruguay está compuesto por 175.000 empresas, de las cuales el 99,5% son mipymes y emplean al 67% de los trabajadores, números que se mantienen relativamente estables a lo largo de los últimos años⁶.

Si se restringe el análisis al universo de las empresas que producen o comercializan bienes al por mayor,⁷ hay unas 29.400 empresas privadas que potencialmente podrían beneficiarse de la exportación, lo que representa el 17% del total de empresas del país.

Sin embargo, en 2017 solo unas 1.094 firmas conformaron el núcleo de empresas exportadoras de bienes⁸, esto es **el 4% de las empresas** que producen o comercializan bienes al por mayor.

Por otra parte, si se incorpora la dimensión del tamaño de las firmas, se encuentra una gran asimetría en la proporción de empresas exportadoras. En concreto, **el 68% de las grandes empresas tienen actividad exportadora, mientras que solo el 5% de las mipymes lo hacen.**

En el Gráfico N° 2, se puede observar una correlación inversa entre tamaño de la empresa y el porcentaje de empresas exportadoras. Cuanto mayor es el tamaño de una empresa, más probable es que sea exportadora.

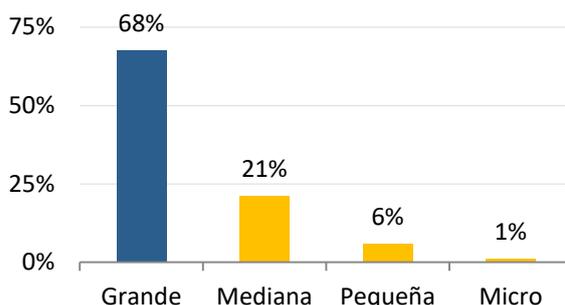
⁴ Fuente: MGAP - [Link](#)

⁵ El precio internacional se vio presionado al alza por problemas de producción -similares a los uruguayos- en Argentina, y por la reducción de las compras de soja estadounidense por parte de China.

⁶ Según datos del directorio de empresas del INE

⁷ Se consideran las empresas clasificadas en la sección A-B-C y G división 46 de CIU rev-4.

⁸ El núcleo exportador es una estimación de Uruguay XXI sobre las empresas que tienen una actividad de exportación. Se excluyen del núcleo a particulares o empresas de servicios que hayan realizado exportaciones puntuales, a las empresas que solo realizaron exportaciones hacia zonas francas de servicios, entre otros. Más detalle sobre la metodología [ver informe](#)

Gráfico N°2: Porcentaje de empresas exportadoras de bienes por tamaño.

Fuente: Elaborado por UXXI, en base a INE y DNA

Esto refuerza la importancia que tiene el comercio internacional en la expansión de las empresas uruguayas.

Sin embargo, se puede concluir que son relativamente pocas las empresas que pertenecen al núcleo exportador y el tamaño resulta una condicionante importante a la hora de entrar en este grupo.

En este sentido, es necesario seguir potenciando herramientas que permitan fomentar el ingreso de más empresas a las actividades de exportación, y mejorar los niveles de exportación entre las micro, pequeñas y medianas empresas.

La importancia de las mipymes en la actividad exportadora

Las mipymes tienen una gran importancia en la actividad exportadora de Uruguay. Unas 910 empresas de las 1.094 que componen el núcleo exportador de bienes son mipymes, esto significa que representan el 83% del total de empresas exportadoras.

Si se suman las mipymes que venden sus productos a empresas que posteriormente los exportan, el número de mipymes que aportan al sector exportador es aún mayor. Una aproximación de este efecto fue recogido en la última encuesta nacional de mipymes⁹ (ENM), en la cual las mipymes manifestaron vender un 12% de su facturación a empresas

⁹Encuesta Nacional de Mipymes – 2017 MIEM. [Ver documento](#)

exportadoras, siendo el quinto destino de sus ventas.

En 2017, el conjunto de empresas mipymes realizaron exportaciones por US\$ 1.442 millones, lo que representa el 19% del valor total exportado por el núcleo de empresas exportadoras.

Estas empresas hacen un importante aporte, diversificando la canasta de productos exportados del país. Las mipymes uruguayas se destacan por exportar una mayor variedad de bienes en comparación las grandes empresas y lo hacen intensivamente en rubros no tradicionales de exportación.

Gráfico N°3: Part (%) del total de partidas exportadas por tamaño de empresa. 2017

Fuente: Elaborado por UXXI en base a información de aduanas

En consecuencia, como recoge el último documento de trabajo de mipymes exportadoras elaborado por Uruguay XXI¹⁰, las mipymes tienen un rol relevante en **las exportaciones de algunos productos puntuales como las carnes no tradicionales, la vestimenta, las piedras semipreciosas y las preparaciones de frutas y hortalizas** en cuyos casos explican una gran parte de las exportaciones de Uruguay en estos rubros. En contraposición, tienen una menor incidencia en la exportación de soja, trigo, carne bovina, madera y productos de madera donde las grandes empresas se destacan.

Respecto a los **destinos**, si bien las mipymes presentaron una menor dependencia regional, en comparación a las grandes empresas en

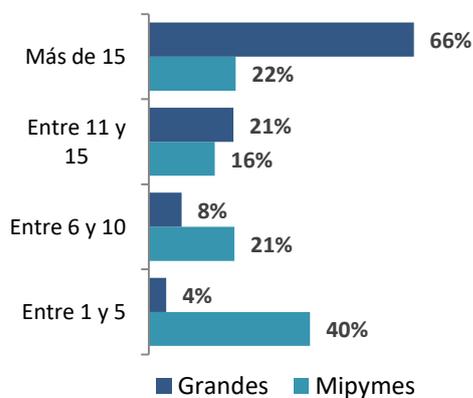
¹⁰ Próximo a publicarse

2017, los países de América del Sur son importantes destinos para las exportaciones de las mipymes. Juntos representaron el 25% de las ventas en el exterior y el **56% de las mipymes tienen como principal destino de exportación algún país de América del Sur**. En particular, el 46% de las empresas tienen como principal mercado Argentina, Brasil o Paraguay.

La importancia de los mercados regionales para las mipymes, se suma a que estas empresas tienen una menor cantidad de mercados a los que acceden. Es así que, mientras **una mipyme exporta en promedio a tres destinos, las empresas grandes lo hacen en promedio a diez**.

Por último, las mipymes tienen una menor tasa de supervivencia exportadora que las empresas grandes. En este sentido, y como se observa en el Gráfico N°4, mientras el 22% de las mipymes exportadoras en 2017 exportaron al menos por 15 años¹¹, un 66% de las grandes lo ha hecho.

Gráfico N°4: Número de años de exportación – Periodo 2001-2017



Fuente: Uruguay XXI en base a DNA.

En conclusión, las mipymes componen casi la totalidad del tejido empresarial de Uruguay, y cuanto menor es su tamaño mayores dificultades tienen en el acceso y supervivencia en la actividad exportadora.

Sin embargo, son grandes responsables de la diversificación de la matriz exportadora de Uruguay. Las mipymes venden una gama más amplia de productos, y cumplen un rol relevante en la venta de bienes no tradicionales en relación a las grandes empresas.

Por otro lado, existen una serie de externalidades que no logran ser captadas por las fuentes tradicionales de información. Por un lado, la ENM¹² recogió que las mipymes exportadoras innovan en promedio por encima del resto de empresa de su categoría. Si además se considera que en Uruguay las empresas exportadoras son notoriamente más productivas que las no exportadoras¹³. La presencia de las mipymes en la actividad exportadora hace una importante contribución a mejorar los niveles de innovación y productividad de las empresas uruguayas.

¹¹ En este análisis debe tenerse en cuenta que algunas empresas que actualmente son consideradas Grandes, pudieron ser Mipymes en algún año del periodo analizado (o viceversa).

¹² Encuesta Nacional de Mipymes 2017, MIEM

¹³ Da Costa Ferré (2008)