

Informe Mensual de Comercio Exterior



Uruguay XXI
PROMOCIÓN DE INVERSIONES,
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS



JULIO 2018

Resumen

- **En julio de 2018** las solicitudes de exportación incluyendo zonas francas totalizaron **US\$ 663 millones, lo que implicó una caída de 13% respecto a julio de 2017**. La caída en las exportaciones de este mes se explica fundamentalmente por la fuerte incidencia negativa de la soja y en menor magnitud el arroz, la malta, la celulosa y el ganado en pie. Por su parte, las exportaciones de lácteos, lana, plásticos y madera crecieron en el mes aunque no lograron compensar la caída de la soja. De hecho, **si se excluye la soja, las exportaciones en valor se mantienen estables en julio**.
- Las exportaciones en los primeros siete meses del año alcanzaron **US\$ 5.281 millones**, lo que implica un aumento de **1,1% respecto al mismo período de 2017**. La celulosa, la madera y subproductos, el ganado en pie, la carne bovina y los vehículos fueron los de mayor incidencia positiva. Por su parte, la soja fue el producto con mayor impacto negativo. En el acumulado del año, el impacto de la mala zafra de la soja registra una caída de US\$ 500 millones respecto a igual periodo de 2017.
- **Tema:** Uruguay ha mejorado sustancialmente en diversos indicadores asociados a la facilitación de comercio. Se analiza un reciente informe de la OCDE que muestra cómo Uruguay ha avanzado en estas dimensiones y se compara con los países de América Latina.

Exportaciones uruguayas de bienes (Millones de dólares)

	Jul-17	Jul-18	Var. %
Con Zona Franca	765	663	-13,3%
Sin Zona Franca	716	593	-17,2%

	Acumulado. Jul -17	Acumulado. Jul - 18	Var. %
Con Zona Franca	5.226	5.281	1,1%
Sin Zona Franca	4.584	4.440	-3,1%

Exportaciones caen en el mes y en el acumulado mantienen el crecimiento

Las solicitudes de exportación totalizaron **US\$ 663 millones** en julio, lo que implicó una **reducción de 13% respecto a julio de 2017**¹. A pesar de ser julio el cuarto mes consecutivo de caída, en el acumulado del año las ventas al exterior se mantienen en crecimiento.

La caída mensual de las exportaciones se explica fundamentalmente por la fuerte incidencia negativa de la soja y en menor magnitud por los resultados negativos del arroz, la malta, la celulosa y el ganado en pie. Por su parte, los productos lácteos, la lana y los plásticos tuvieron una evolución positiva en el comportamiento de las exportaciones del mes.

La última zafra de **soja** estuvo caracterizada por el déficit de lluvias, lo que viene impactando negativamente en las colocaciones de la oleaginosa en el exterior. En julio, las ventas externas de **soja** totalizaron **US\$ 31 millones**, lo que representa una **caída de 77%** en términos interanuales. Esta caída mensual se explica en su totalidad por los menores volúmenes exportados, que cayeron en igual magnitud, lo que representa unas 277.000 toneladas menos a igual mes del año anterior. Por su parte, los precios mantuvieron los valores a Julio 2018. La magra zafra de la soja, lleva acumulada una caída de US\$ 500 millones en las exportaciones del año, en comparación a 2017. En cuanto a los destinos, China sigue siendo el principal destino con el 60% de las compras, seguido por Portugal con 20% y Argentina con el 14% del total exportado en el mes.

El sector **lácteo** experimentó en Julio un **crecimiento de 57%** en las exportaciones, que totalizaron **US\$ 53 millones**. Dentro de este sector, el crecimiento más significativo se dio

en la leche en polvo que tuvo como principales destinos Argelia, Brasil y Cuba. Le siguió la manteca que se exportó principalmente a Brasil y Rusia. Los precios de los productos lácteos se mantuvieron en guarismos similares a Julio 2017. Sin embargo, se registraron importantes variaciones entre las diferentes partidas. Los quesos concretaron exportaciones a precios 13% superiores, mientras que la leche sin concentrar, en promedio, exportó a valores 61% inferiores en términos interanuales.

Las ventas de **arroz** también presentaron una caída en julio, con exportaciones que alcanzaron los **US\$ 23 millones**. La **reducción** del valor exportado fue **de 43%** en términos interanuales. Sin embargo, los precios de la tonelada de arroz vienen mostrando valores sistemáticamente por encima de los registrados en 2017. En particular, en julio el valor de la tonelada de arroz fue de US\$ 511, 17% superior en términos interanuales, aunque no lograron compensar la caída de los volúmenes exportados que fueron un 51% menor a los de julio 2017, lo que significa unas 46.000 toneladas menos. Perú fue el principal destino, con una participación de 35%, seguido por Brasil y México que representaron el 23% y 14% respectivamente.

Las exportaciones de **malta** alcanzaron los US\$ 11 millones en Julio, 44% por debajo de julio 2017. La caída se explica en su totalidad por los menores volúmenes exportados, unas 18.000 toneladas menos, que significaron una caída de 48% en volumen exportado, lo que fue compensado en parte por un aumento de los precios de 7% en términos interanuales. Brasil (66%), Bolivia (27%) y Paraguay (5%) fueron los destinos de este producto en el mes.

En julio las exportaciones de celulosa alcanzaron **US\$ 97 millones**, **8% inferior** a julio 2017. La caída se explica fundamentalmente por el menor volumen exportado, que viene a compensar las exportaciones récord del mes de junio. En tanto, el precio internacional de la celulosa, ha mostrado un importante crecimiento en los últimos meses. En el acumulado del año, las exportaciones de celulosa llevan exportados unos US\$ 935

¹ No se consideró la exportación de energía por US\$ 44,5 millones.

millones, lo que representa un 35% que igual período 2017.

Las ventas externas de **ganado en pie** totalizaron **US\$ 10 millones**, **42%** menos respecto al mismo mes de 2017. Esto se explica por una caída de 2% en el precio del ganado en pie, y por un 40% menor en la cantidad de ganado exportado, que totalizó unas 17.086 cabezas en el mes. Turquía, Paraguay y Brasil fueron los únicos destinos, aunque Turquía fue el único con compras significativas con el 99% de las ventas del mes.

Los productos de **lana y tejidos** registraron exportaciones por **US\$ 21 millones** en julio, lo que representa un incremento de **41%** en términos interanuales. Tanto los mayores volúmenes exportados (15%), como la mejora en los precios de colocación (23%) explican el gran desempeño del sector en el mes. El mercado asiático, liderado por China es el principal comprador de lana uruguaya, le sigue la Unión Europea con el 24% de las compras, entre los que se destacan Alemania e Italia con el 14% y 4% de las ventas totales respectivamente.

La exportación de **productos plásticos**, con **US\$ 21 millones** presentó un crecimiento de **33% del valor exportado** en julio respecto a igual mes de 2017. El aumento de los montos exportados se debe a un mayor volumen exportado (30%) y en menor medida a una mejora en el precio transado (2%). El 87% de estas exportaciones son dentro del Mercosur, dentro del cual Brasil concentra lidera las compras con un 69% de las ventas totales, seguido por Argentina con un 17%.

Las exportaciones de **carne bovina** alcanzaron **US\$ 123 millones** y mostraron una **suba de 2%** en la comparación interanual. La suba de exportaciones se explica por el aumento de 1% del volumen exportado, mientras los precios se mantuvieron en igual nivel a julio 2017. Respecto a los destinos, China fue el principal comprador en el mes, con US\$ 57 millones (participación de 46% sobre el total exportado); le siguió Unión Europea con el 17% y Estados Unidos con el 14%.

Cuadro N°1 – Exportaciones de bienes de Uruguay – Julio 2018 (Millones de US\$)

Producto	2017	2018	Var (%)
Carne bovina	121	119	2%
Celulosa	106	98	-8%
Prod. lácteos	34	51	57%
Conc.de bebidas	38	40	6%
Madera y prod.	34	37	15%
Soja	132	31	-77%
Arroz	19	21	-43%
Subprod. Cárnicos	15	20	13%
Prod. Plásticos	40	20	33%
Lana y tejidos	16	20	41%
Total	765	663	-13%

El detalle de la incidencia de cada producto en las exportaciones mensuales se encuentra disponible en el [anexo](#).

Respecto a los destinos², en julio Uruguay realizó exportaciones hacia 126 mercados por US\$ 593 millones.

China fue el principal destino, con montos de **US\$ 102 millones** y una participación de **17%**, manteniéndose en iguales valores a julio 2017. A nivel de productos, se encuentran comportamientos muy diferentes: por un lado la soja y el ganado en pie mostraron una fuerte caída, que fueron compensados por aumentos en la exportación de carne bovina, madera y productos de la madera, lana y tejidos y productos lácteos.

El segundo destino de las exportaciones en julio fue **Brasil**, que registró exportaciones por **US\$ 92 millones**, lo que representó el 15% en el total de las exportaciones del mes. Los productos que más se exportaron al país nortero fueron: productos plásticos por US\$ 15 millones, lácteos por US\$ 11 millones y autopartes por US\$ 8 millones. Se destaca el aumento en las ventas de plásticos y sus manufacturas a este país que creció un 36% en el mes de julio.

Las exportaciones a la **Unión Europea** totalizaron **US\$ 55 millones** en el mes, **18% inferior** a julio 2017. Los principales productos

² Sin considerar las exportaciones desde Zonas Francas.

exportados a este destino fueron carne bovina, madera y productos de la madera y frutas cítricas. Se destaca el crecimiento de **18%** en las exportaciones de madera y sus productos que concretaron ventas por **US\$ 6,5 millones** al mercado europeo.

Estados Unidos, impulsado por los subproductos cárnicos, se ubicó como **el tercer principal destino** de las ventas externas en julio. Las exportaciones hacia este destino **tuvieron una caída de 12% y los montos alcanzaron US\$ 38 millones**. La caída se explica en gran medida por las menores ventas de soja, pescados y miel. Tuvieron un comportamiento positivo los subproductos cárnicos con ventas por US\$ 5 millones, junto a la madera y la lana, aunque estas dos últimas con impacto marginal en el destino.

Al analizar el comercio exterior de bienes de Uruguay, **es pertinente conocer los avances que ha logrado el país en materia de facilitación de comercio**. Avances que permiten procesos más transparentes, rápidos y simples y que propician el desarrollo del comercio exterior del país. En la siguiente sección se profundiza esta temática.

Facilitación del comercio

La facilitación del comercio implica la simplificación, modernización y armonización de los procedimientos vinculados a las operaciones de exportación, importación y tránsito. Tiene como objetivo reducir los tiempos y costos de las transacciones comerciales. En un mundo globalizado, en el que los bienes cruzan las fronteras como productos intermedios o finales, la automatización y digitalización de procesos resulta sumamente importante.

Un país donde los insumos se importan fácilmente y los bienes y servicios se puedan exportar de manera rápida y eficiente, también será un lugar más atractivo para atraer inversiones extranjeras³.

³ Indicadores de Facilitación de Comercio, OCDE

Otros aspectos relevantes de la facilitación del comercio son el grado de compatibilidad de las normativas nacionales con otros países y bloques, y la gobernanza e imparcialidad de las instituciones.

El Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC)⁴ de la Organización Mundial de Comercio (OMC), puso de manifiesto la relevancia de este tema en la agenda mundial⁵. El AFC implica resoluciones para agilizar la circulación y el despacho de los bienes, incluidos aquellos que se encuentran en tránsito. Establece también pautas para la cooperación efectiva entre las autoridades aduaneras y otras autoridades relacionadas con la facilitación del comercio y los procedimientos aduaneros.

Uruguay ratificó el AFC el 30 de agosto de 2016. Previo a ello, nuestro país ya estaba avanzando en una serie de medidas para la facilitación del comercio, lideradas por el Programa de Modernización de la Dirección Nacional de Aduanas (DNA), iniciado en 2007⁶. Entre estas medidas se destacan: *el pago electrónico de tributos; el uso del Documento Único Aduanero (DUA) Digital, la implementación de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE); el control automatizado de acceso portuario al Puerto de Montevideo; el manifiesto electrónico marítimo y aéreo, y el Programa de Operador Económico Calificado (OEC)*.

La **modernización de la Dirección Nacional de Aduanas**⁷ se impulsa como parte de la estrategia de inserción internacional del país. Las líneas estratégicas para la modernización de la DNA fueron las siguientes:

- Mejora de los procesos y procedimientos;
- Actualización de la normativa institucional y organizativa;

⁴ Entró en vigor el 22 de febrero de 2017 y fue ratificado por dos tercios de los miembros de la OMC.

⁵ Facilitación del comercio, OMC

⁶ Examen de las políticas comerciales de Uruguay, Informe de la Secretaría de la OMC, OMC, Mayo 2018

⁷ Examen de las Políticas Comerciales de Uruguay, Informe del gobierno de Uruguay, OMC, Mayo 2018

- Mejora de los recursos humanos y materiales;
- Mejora de la infraestructura y equipamiento.

Con estos lineamientos, la DNA formuló su Plan Estratégico 2010-2015 en el que se definieron las siguientes iniciativas:

- Documento Único Aduanero Digital (DUA);
- Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE);
- Programa Operador Económico Calificado (OEC);
- Sistema Integrado de Inteligencia Aduanera (SIIA);
- Precinto Electrónico para el tránsito seguro;
- Automatización de los controles aduaneros en el puerto.

Se han logrado importantes avances en estas iniciativas, con resultados de impacto en el control y facilitación del comercio. Se obtuvo una aduana “sin papeles”, con un 99% de los trámites digitalizados. Como resultado de la implementación del **DUA digital**, el **Banco Mundial estimó un ahorro de US\$10 millones al año para el comercio exterior de Uruguay**.

Mediante la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE)⁸, se logró la interconexión de 19 organismos de gobierno que intervienen en los procesos de comercio exterior. En diciembre de 2017, la VUCE alcanzó los 114 trámites disponibles. Esta cifra corresponde al 71% del universo de trámites a implementar y representa el 43% del volumen de operaciones aduaneras con requisitos documentales. La plataforma emitió más de 425.000 documentos y ya supera los 17.000 usuarios.

El programa de **Operador Económico Calificado (OEC)**⁹ certificó a 48 empresas que se vieron beneficiadas mediante la reducción de costos y tiempos en sus operaciones. El programa les brinda reducción de tiempos de inspección,

⁸ Por más información ver: vuce.gub.uy

⁹ La certificación puede otorgarse a fabricantes, importadores, exportadores, despachantes, transportistas, intermediarios, administradores de puertos o aeropuertos, operadores de transportes integrados y explotadores de depósitos entre otros.

prioridad durante el despacho, carriles preferenciales y atención personalizada. Además, en caso de verificar que una empresa es OEC en otra aduana, se le permite generar beneficios recíprocos en los países involucrados.

El Sistema Integrado de Inteligencia Aduanera (**SIIA**) incorporó modelos econométricos al análisis de la información de las operaciones de comercio exterior. Estos modelos permiten controlar menos pero mejor.

Por su parte, el **precinto electrónico** ayudó a que Uruguay sea el único país de América con control 100% de sus tránsitos.

Sumado a lo anterior, el Nuevo Código Aduanero Nacional (CAROU), de Setiembre 2014, permitió ajustar la legislación aduanera del país al Código Aduanero Mercosur (CAM), que se encuentra alineado con las más modernas normativas de nivel multilateral y de otros bloques económicos.

En cuanto a la evaluación de los cambios introducidos, la secretaría de la OMC destacó los esfuerzos de Uruguay para aplicar medidas de facilitación del comercio. Se resaltó la implementación de la VUCE, el uso de formularios digitales de despacho de aduana y un sistema de pago electrónico así como la implementación de un sistema de certificación para Operadores Económicos Autorizados (OEA)¹⁰.

Uruguay y su posición en los indicadores de facilitación de comercio de la OCDE

Para ayudar a los gobiernos a mejorar sus procedimientos fronterizos, reducir los costos comerciales, impulsar los flujos comerciales y obtener mayores beneficios del comercio internacional, la OCDE desarrolló un conjunto de indicadores de facilitación del comercio que

¹⁰ Observaciones formuladas por el Presidente del comité, a modo de conclusión del Examen de Políticas Comerciales de Uruguay

identifican áreas de acción y permiten evaluar el impacto potencial de las reformas¹¹.

Los indicadores¹² abarcan todo el universo de procedimientos fronterizos para 163 países, de todos los niveles de ingresos, regiones geográficas y etapas de desarrollo. Los indicadores considerados son los siguientes:

- Resoluciones anticipadas
- Procedimientos de apelación
- Cooperación externa
- Cooperación interna
- Tasas y cargos
- Formalidades – Automatización
- Formalidades – Documentos
- Formalidades – Procedimientos
- Gobernanza e imparcialidad
- Disponibilidad de información
- Participación de la comunidad comercial

Primero, cabe mencionar que **Uruguay ha logrado sustantivas mejoras en los temas de facilitación de comercio en los últimos dos años**. Las áreas que experimentaron mayores avances fueron las de Tasas y Cargos, Documentos, Automatización y Gobernanza e imparcialidad, reflejo de los avances mencionados en la sección anterior. En particular, se destaca la VUCE de Uruguay como una de las mejores ventanillas únicas de la región¹³.

Gráfico N°1 – Uruguay - 2017 vs. 2015 (Basado en componentes cubiertos en ambos años)

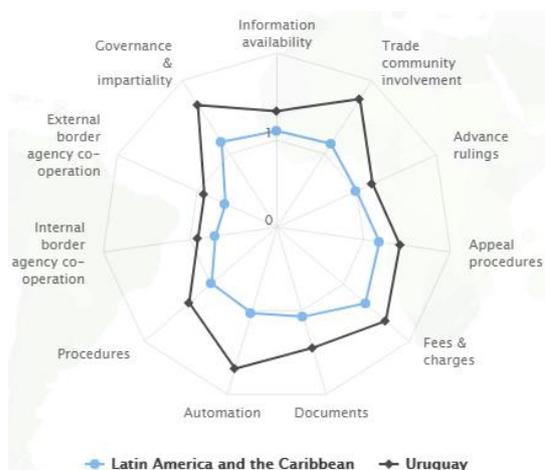


Trade Facilitation Indicators, OECD

Segundo, Uruguay se ubica en niveles muy cercanos a los países con mejor performance en las categorías de Disponibilidad de información; Participación de la comunidad comercial; Resoluciones anticipadas; Tasas y cargos; Formalidades y Gobernanza e imparcialidad.

En el siguiente grafico se observa que Uruguay tiene una posición destacada en la mayoría de las áreas cuando se lo compara con los países de América Latina.

Gráfico N°2 – Performance de Uruguay vs. América Latina (2017)



Trade Facilitation Indicators, OECD

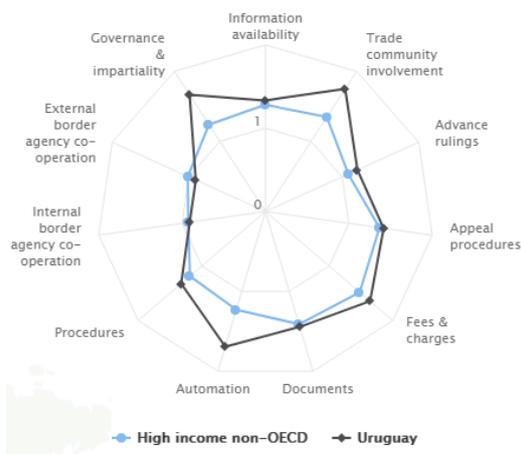
¹¹ [Indicadores de facilitación del comercio](#), OCDE

¹² Los indicadores toman valores de 0 a 2, siendo 2 el valor que representa el mejor rendimiento que se puede lograr.

¹³ [VUCE Uruguay elegida por OCDE entre las mejores ventanillas únicas de la región](#)

Por su parte, al comparar nuestro país con su grupo de países de referencia¹⁴ se observa que Uruguay tiene amplias ventajas frente a sus pares. Uruguay muestra la mayor ventaja en el área de Automatización, que refiere al intercambio electrónico de datos; uso de la gestión automatizada de riesgos; procedimientos de frontera automatizados y pagos electrónicos. También se observa una amplia ventaja en las áreas de Participación de la comunidad comercial y Gobernanza e imparcialidad.

Gráfico N°3 – Performance de Uruguay vs. Países de ingreso alto (2017)



Trade Facilitation Indicators, OECD

En suma, Uruguay está avanzando en un proceso de modernización de sus procedimientos de comercio exterior, lo que implica importantes mejoras en las distintas dimensiones que implica la facilitación del comercio. Los indicadores elaborados por la OCDE dan cuenta de ello. Avanzar en estos temas es una condición necesaria para la adecuada inserción de los bienes uruguayos en el exterior, y por ende, es fundamental seguir trabajando en este sentido.

¹⁴ Países de ingreso alto que no pertenecen a la OCDE.