

INFORME MENSUAL COMERCIO EXTERIOR

Noviembre 2021



Uruguay XXI
PROMOCIÓN DE INVERSIONES,
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS

Resumen Ejecutivo

- » En **noviembre de 2021** las solicitudes de exportación incluyendo zonas francas **totalizaron US\$ 1.097 millones¹**, pautando una suba de 60% en términos interanuales. El aumento de las exportaciones de carne bovina, celulosa, concentrado de bebidas, malta y energía eléctrica son los bienes con mayor incidencia positiva que explican la variación mensual.
- » En **el acumulado de enero-noviembre de 2021** las exportaciones totalizaron **US\$ 10.390 millones**, registrando un **aumento de 42%** respecto al mismo período de 2020. Carne bovina, energía eléctrica, celulosa, madera, subproductos cárnicos, soja y concentrado de bebidas son los productos con mayor incidencia positiva en la variación del período.
- » **Tema del mes:** se presenta la **Ruta del Exportador**, la nueva herramienta desarrollada por Uruguay XXI orientada a potenciar la internacionalización de micro, pequeñas y medianas empresas.

Exportaciones uruguayas de bienes

Millones de U\$S y Variación mensual (%)

	Nov-20	Nov-21	Var. %
Con Zona Franca	684	1.097	60,4%
Sin Zona Franca	631	950	50,7%
	ene-nov 2020	ene- nov 2021	Var. %
Con Zona Franca	7.331	10.390	41,7%
Sin Zona Franca	6.336	8.910	40,6%

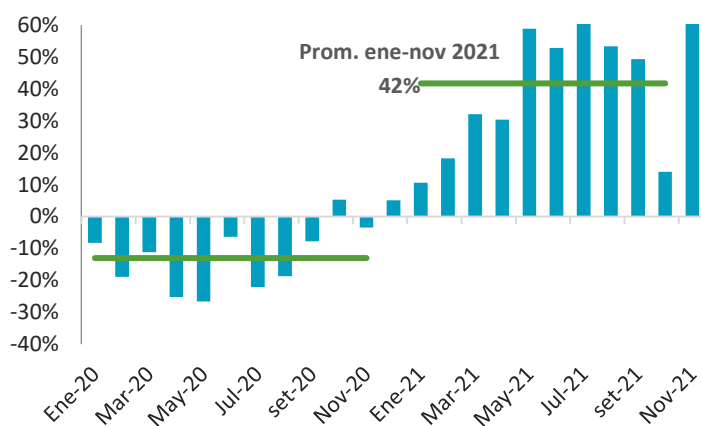
¹ Se incluyen exportaciones de energía eléctrica, código arancelario 2716 de la Nomenclatura Común del Mercosur.

Exportaciones uruguayas marcan nuevo récord

En noviembre de 2021 las solicitudes de exportación registraron un aumento de 60% al totalizar **U\$S 1.097 millones**. Por su parte, las exportaciones desde aduanas (sin considerar las zonas francas) crecieron 51% en términos interanuales.

En el acumulado de enero-noviembre de 2021 las exportaciones de bienes totalizaron **U\$S 10.390**, lo que implica un crecimiento de 42% en la comparación interanual. A su vez, la cifra es 23% superior al registro del acumulado de enero-noviembre de 2019, lo que indica una recuperación de las exportaciones frente a los niveles previos de la pandemia.

Gráfico N°1 – Exportaciones de bienes de Uruguay con zonas francas (Var. %)



Fuente: Uruguay XXI con base en datos de Dirección Nacional de Aduanas (DNA) y Montes del Plata (válido para todos los gráficos y cuadros del apartado).

Este incremento se da en un contexto mundial y regional de recuperación del comercio de bienes tras la pandemia mundial generada por el COVID-19. Asimismo, el aumento del precio de los commodities como consecuencia del aumento de la demanda, la alta liquidez internacional y el debilitamiento del dólar a nivel global han incidido en el máximo histórico alcanzado por las exportaciones de bienes uruguayas.

En particular, para los principales productos exportados por Uruguay se observa un aumento importante de los precios en el acumulado del año. Hubo incremento en los precios promedio de la carne bovina (12%), celulosa (37%), soja (43%), productos lácteos (14%), madera

(7%), arroz (13%) y malta (14%) en el período de enero-noviembre de 2021 con respecto al mismo período del año anterior. En varios casos la suba de precios fue acompañada por un aumento de los volúmenes exportados.

Cuadro N°1- Principales productos agropecuarios de exportación

Producto	Variación (% ene-nov 2021 vs. ene-nov 2020)		
	Volumen	Precio	Valor
Carne bovina	38%	12%	55%
Celulosa	-2%	37%	34%
Soja	-18%	43%	17%
Productos lácteos	0%	14%	14%
Madera	61%	7%	73%
Arroz	-29%	13%	-20%
Subproductos cárnicos	37%	24%	69%
Malta	10%	14%	25%
Lana y tejidos	80%	0,0%	79%
Ganado en pie	81%	6%	91%

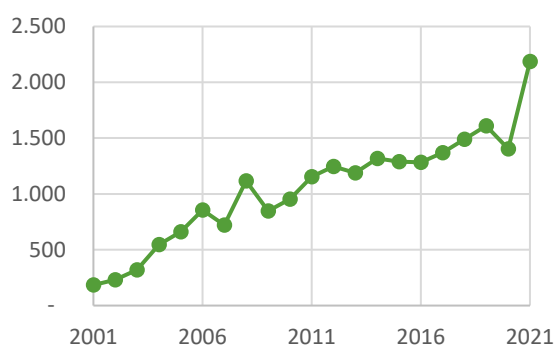
Fuente: Uruguay XXI con base en Dirección Nacional de Aduanas, Banco Central del Uruguay, Montes del Plata y Nueva Palmira.

El aumento mensual de las exportaciones se explica por las mayores ventas de carne bovina, celulosa, concentrado de bebidas, malta y energía eléctrica. En cambio, madera y subproductos de madera tuvo una incidencia negativa en la variación del mes.

Las ventas de **carne bovina** alcanzaron los **US\$ 260 millones en noviembre**, lo que refleja un incremento de 47% en la comparación interanual. Este monto es 4% superior al récord histórico registrado en octubre, lo que significa que las ventas de carne bovina marcaron un récord histórico a nivel mensual como también en el **acumulado de enero-noviembre 2021 (U\$S 2.187 millones)**.

La carne bovina continúa siendo el principal rubro exportado y el de mayor incidencia sobre la evolución de las exportaciones totales. Asimismo, es el producto con mayor incidencia positiva en el acumulado del año. La evolución positiva de este rubro explica 10 puntos porcentuales del crecimiento de exportaciones totales de bienes.

**Gráfico N°2 –Exportaciones de Carne Bovina
Acumulado enero-noviembre 2001-2021
(Millones US\$)**



Fuente: Uruguay XXI con base en datos de Dirección Nacional de Aduanas (DNA).

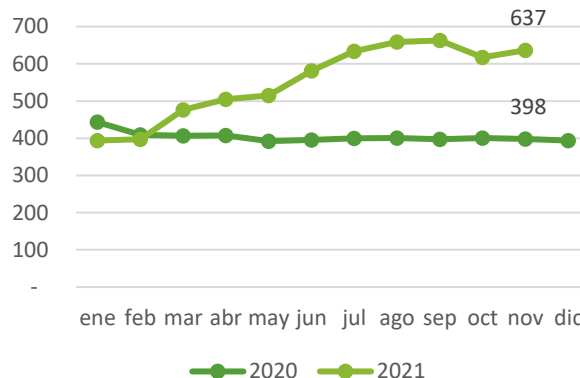
Como se ha mencionado en informes anteriores, el precio internacional de la carne se encuentra en valores excepcionalmente altos². Los altos precios se explican por la fuerte recuperación de la demanda mundial, principalmente por el mayor dinamismo del mercado chino y aspectos coyunturales tales como el cese de exportaciones de Argentina, la interrupción temporal de producción brasileña con destino China³ y la suspensión por parte de China de ciertos frigoríficos australianos⁴, todos importantes productores y exportadores de carne en el mundo. El aumento de los precios de carne, junto con incremento de las cantidades exportadas explican el récord alcanzado.

China se ubicó como el principal mercado y el de mayor expansión para la carne uruguaya. En noviembre, el gigante asiático tuvo una participación de 64% de las ventas externas de carne bovina, unos US\$ 165 millones, lo que significó una variación de 62% en comparación a igual mes de 2020. Otros destinos importantes fueron Unión Europea (17%), Estados Unidos (7%), Brasil (3%) y Canadá (2%).

En este contexto de altos precios de exportación, la **celulosa** mostró un fuerte aumento en noviembre. En particular, las ventas al exterior rondaron los US\$ 143 millones, cifra 81% superior en la comparación inter-

anual. Entre enero y noviembre de 2021 las exportaciones de celulosa acumularon US\$ 1.373 millones y crecieron 35% frente a igual lapso de 2020.

Gráfico N°3 –Precio de la Celulosa (US\$ por ton)



Fuente: Uruguay XXI con base en datos de Dirección Nacional de Aduanas (DNA).

Según los registros de la Dirección Nacional de Aduanas (DNA), la exportación de **energía eléctrica** alcanzó US\$ 100 millones en noviembre de 2021⁵, siendo Brasil el principal destino con el 80% del total exportado. El 20% restante se exportó hacia Argentina. En el acumulado, las exportaciones de energía tuvieron un aumento de 587% con un total de US\$ 546 millones.

Las ventas de **productos lácteos** crecieron 29% en términos interanuales, siendo la variación del acumulado 14% en el año. China fue el principal mercado en noviembre con una participación del 27%, totalizando US\$ 21 millones. Argelia se ubicó en segundo lugar, con una participación del 21%, alcanzando US\$ 16 millones. Por su parte, Brasil tuvo una participación del 17%. Las ventas alcanzaron los US\$ 13 millones, registrando una caída de 53% en términos interanuales.

En particular, los productos lácteos con mayor incidencia positiva en la variación interanual fueron: leche con adición de azúcar (NCM 0402), cuya variación mensual fue de 37%, leche sin adición de azúcar (0401) cuya variación fue de 68%, manteca (NCM 0405) con una variación de 41% y suero de manteca (NCM 0403) cuyo aumento fue de 3577%.

² Récord de la agroindustria cárnica, [El Observador](#).

³ Brasil suspender temporalmente producción de carne para China, [Búsqueda](#).

⁴ "China suspende otro frigorífico australiano", [El País](#).

⁵ La Dirección Nacional de Aduanas (DNA) no registró exportaciones de energía eléctrica en el mes de octubre de 2021. La DNA registra con cierto rezago los datos de energía eléctrica, por lo cual el monto presentado en el mes de noviembre de 2021 incluye las exportaciones del mes de octubre del mismo año.

Las ventas de **concentrado de bebidas** alcanzaron US\$ 65 millones en noviembre de 2021, ubicándose como el quinto mayor producto de exportación del mes. México se mantuvo como el principal destino de exportación totalizando US\$ 19 millones y una variación interanual de 136%, seguido por Brasil con US\$ 8 millones y un crecimiento interanual de 12% y Guatemala con ventas por US\$ 7 millones y un crecimiento de 33%. En el acumulado del año las ventas alcanzaron los US\$ 574 millones, cifra 27% superior en términos interanuales. La evolución positiva en el conjunto del año responde a un incremento de los volúmenes de exportación (19%), que es acompañado por un precio 7% superior en comparación a 2020.

Las ventas de **subproductos cárnicos** alcanzaron US\$ 49 millones. Todos los subproductos comprendidos en esta categoría mostraron un aumento al compararlos con las ventas registradas en el mismo mes del año pasado. Los subproductos comestibles y la harina de polvo y «pellets» de carne tuvieron la mayor incidencia positiva.

Los principales destinos fueron China (51%), Estados Unidos (20%), Hong Kong (8%), Rusia (7%) y Singapur (5%). Dentro de los principales destinos mencionados, Estados Unidos fue el que más creció en términos interanuales (151%), seguido por China (65%) y Rusia (48%). En el acumulado de 2021, las exportaciones de subproductos alcanzaron los US\$ 420 millones, 69% superior a igual periodo de 2020. La evolución positiva se debe a una combinación de mayores volúmenes exportados (37%) y de mejores precios (24%) en términos interanuales.

Las ventas de **Malta** se ubicaron en US\$ 45 millones, pautando un aumento interanual de 329%. Brasil fue el principal destino de exportación de malta, con una participación de 95%, las ventas totalizaron US\$ 43 millones. Las ventas a este destino tuvieron un aumento de 656% en términos interanuales.

Las exportaciones de **madera** se ubicaron en US\$ 41 millones, registrando una caída de 6% en términos interanuales. La variación negativa se explica por menores ventas en China (-57%) Estados Unidos (-6%), India (-44) y Vietnam (-23%) De todas maneras, en el acumulado

del año de enero-noviembre las exportaciones se expandieron 73% y totalizaron US\$ 535 millones.

En el mes de noviembre las ventas de **arroz** totalizaron US\$ 34 millones pautando un aumento de 8% en términos interanuales. Crecieron las ventas hacia Venezuela, México (38%) y Reino Unido (95%), mientras cayeron las ventas con destino a Brasil (-68%) y Perú (-73%). Vale notar que en el acumulado del año el arroz es el único producto con variación negativa. Las ventas de enero-noviembre de 2021 cayeron 20% respecto al acumulado del año anterior, ubicándose en US\$ 345 millones.

La categoría **otros alimentos** incluye una amplia variedad de productos⁶ como semillas, alimentos procesados, huevos, etc. Las ventas de semillas de nabo o colza, que tuvieron un aumento de 2134% en términos mensuales interanuales, explican el 70% de lo exportado dentro de esta categoría en noviembre.

Cuadro N°2- Exportaciones de bienes con zonas francas. Millones de U\$S y Var. Mensual (%)

Producto	Nov-20 (Mill U\$S)	Nov-21 (Mill U\$S)	Var %
Carne bovina	177	260	47%
Celulosa	79	143	81%
Energía eléctrica	13	100	678%
Productos lácteos	61	78	29%
Concentrado de bebidas	43	65	53%
Subprod. cárnicos	36	49	37%
Malta	10	45	329%
Madera	44	41	-6%
Arroz	31	34	8%
Otros alimentos	6	26	305%

⁶ Detalle de productos incluidos en la categoría "otros alimentos" de la [clasificación de Uruguay XXI](#).

Cuadro N°3- Exportaciones de bienes con zonas francas acumuladas (enero-noviembre). Millones de US\$ y Var. Acumulada (%)

Productos	Ene - Nov 2020 (Mill U\$S)	Ene - Nov 2021 (Mill U\$S)	Var. (%)
Carne bovina	1408	2187	55%
Celulosa	1015	1373	35%
Soja ⁷	759	892	17%
Productos lácteos	591	672	14%
Concentrado de bebidas	453	574	27%
Energía eléctrica	79	546	587%
Madera	309	535	73%
Subprod. cárnicos	248	420	69%
Arroz	429	345	-20%
Prod. farmacéuticos	221	256	15%

Nota: el detalle de la incidencia de cada producto en las exportaciones acumuladas se encuentra disponible en el [anexo](#).
Fuente: Uruguay XXI con base en datos de DNA y Montes del Plata.

Las exportaciones hacia **China** presentaron una expansión de 62% interanual en noviembre y se situaron en US\$ 251 millones⁸. El país asiático fue el primer destino de exportación del mes, representando el 30% del total. Asimismo, en el período enero-noviembre, las ventas acumularon un aumento de 70% al situarse en US\$ 2.472 millones. En noviembre, el principal producto de exportación fue la carne bovina con una participación de 66%, seguido por los subproductos cárnicos con una participación del 10%. Crecieron significativamente las ventas de productos lácteos, subproductos cárnicos, carne ovina y caprina, entre otros.

Brasil se ubicó como segundo destino de exportación en noviembre, con US\$ 227 millones. Esta cifra representa el 27% del total exportado en el mes. Las ventas registraron un aumento de 108% en comparación con los envíos a ese país en noviembre de 2020, destacándose la incidencia positiva de las exportaciones de energía eléctrica y malta, cuya variación interanual fue de 2707% y 656%. Por su parte, cayeron fuertemente las ventas de productos lácteos, plásticos y sus manufacturas, arroz y de margarina y aceites. Los lácteos registraron una caída de 53%, pasando de US\$ 27 millones a US\$ 12 millones en noviembre de 2021.

Las ventas a la **Unión Europea** se ubicaron en US\$ 75 millones en noviembre de 2021. Así, el bloque ocupó el tercer lugar en el ranking de destinos de exportación con una participación de 9%. En el mes crecieron las ventas de los principales productos de exportación, carne bovina (63%), madera (768%) y lana y tejidos (227%), que explican en gran medida el crecimiento de las ventas mensuales al bloque europeo. En el período enero-noviembre de 2021, las exportaciones se situaron en US\$ 772 millones, una expansión del 43% interanual.

Argentina se posicionó nuevamente como cuarto destino de exportación en noviembre, superando a Estados Unidos por casi US\$ 13 millones. Las ventas hacia ese país fueron de US\$ 57 millones, lo que significó un aumento de 46% en comparación con noviembre de 2020. Esto se explica por un aumento de las ventas de energía eléctrica (100%), vehículos (165%) y productos farmacéuticos (62%). En el acumulado enero-noviembre de 2021, la variación fue positiva. Las ventas aumentaron 54%, alcanzando los US\$ 437 millones, producto de mayores envíos de energía eléctrica (203%), autopartes (29%), productos farmacéuticos (63%) y plásticos y sus manufacturas (45%), entre otros.

Las exportaciones hacia **Estados Unidos** -quinto destino de exportación- mostraron un aumento de 7% interanual al situarse en US\$ 44 millones. Si se considera el período enero-noviembre de 2021, las exportaciones aumentaron 3% en la comparación interanual al totalizar US\$ 499 millones. En noviembre la carne bovina se mantuvo como el principal producto de exportación con el 41%, si bien las ventas registraron una caída de 6% en términos interanuales. Los subproductos cárnicos, segundo producto exportación en noviembre con una participación de 22%, fue el producto con mayor incidencia positiva en las ventas del mes, dado que su variación promedio se ubicó en 139% con ventas por US\$ 10 millones.

A continuación, se presenta la **Ruta del Exportador**, la nueva herramienta desarrollada por Uruguay XXI orientada a potenciar la internacionalización de micro, pequeñas y medianas empresas.

⁷ Cabe aclarar que la Dirección Nacional de Aduanas (DNA) corrigió recientemente los montos exportados de soja correspondiente a meses anteriores del año 2021.

⁸ El análisis por destino no considera las exportaciones desde zonas francas.

Ruta del exportador

Uno de los varios cometidos de Uruguay XXI es desarrollar y prestar servicios de información para apoyar a las empresas exportadoras o con potencial exportador. Para ello, es fundamental conocer la realidad de las empresas, a los efectos de poder brindar un mejor asesoramiento acorde a sus necesidades.

El núcleo de empresas exportadoras de bienes de Uruguay se conforma por aproximadamente 938 empresas de las cuales el 78% son mipymes. A pesar de su importancia numérica, las mipymes representan solo el 6% del valor exportado y generan el 20% de los puestos de trabajo del núcleo exportador (2020). Esto da cuenta de la importancia que tiene diseñar herramientas de apoyo orientadas a impulsar la internacionalización de este tipo de empresas⁹.

En este sentido, se entendió pertinente desarrollar una plataforma con información que permita a las empresas autodiagnosticarse y examinar en qué etapa del proceso se encuentran, y luego tomar las acciones pertinentes en pos de mejorar su inserción y posicionamiento internacional.

El proceso de internacionalización consta de varias etapas. Este conjunto de pasos constituye la **Ruta del Exportador**. Cada tramo de la ruta refleja un conjunto de servicios y actividades ofrecidos por Uruguay XXI y otras instituciones del ecosistema.

La **Ruta del Exportador** es una herramienta con información para que las empresas accedan de forma gratuita, ágil y centralizada a los pasos involucrados en el proceso de internacionalización.

La Ruta del Exportador permite planificar y concretar los objetivos de internacionalización de las empresas de la mano de Uruguay XXI y el resto del ecosistema exportador nacional. En este sentido, se ofrece asesoramiento personalizado desde Uruguay XXI, inteligencia de mercados, información de contacto de los principales actores involucrados en el proceso exportador, eventos y actividades, herramientas digitales enfocadas en la exportación e historias de éxito, entre otros.

La Ruta del Exportador consta de cinco pasos:

1. Preparación

Este paso prepara a la empresa para exportar. Se le sugiere realizar el test del exportador para conocer en qué etapa se encuentra y acceder a capacitación. Se la asesora sobre cómo abrir una empresa y pueden acceder a información sobre oportunidades de financiamiento, además de insumos para que desarrollen su plan de internacionalización.



2. Análisis de Mercado

En este paso, la empresa puede identificar los mercados potenciales para su producto y conocer las condiciones de acceso a éstos, cómo adaptar el producto a los nuevos destinos, medios de pago e INCOTERMS. Se ponen a disposición distintas herramientas de inteligencia comercial para que puedan tomar decisiones de la manera más informada posible.



3. Promoción

En esta etapa las empresas pueden actualizarse sobre las tendencias del mercado y los requisitos de los consumidores en calidad, empaques, contenidos, diseño y otros. A su vez, le permitirá conocer más sobre los mecanismos y herramientas de promoción sectorial, ser parte del catálogo para compradores internacionales y conocer ferias y eventos para participar.

⁹ Fuente: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/uploads/informacion/42f88ab984c545ba0c1b5ac75108a5bd87732b14.pdf>



4. Preexportación

En esta etapa la empresa podrá asesorarse sobre los documentos necesarios para concretar su exportación, beneficios fiscales, impuestos y tasas. Asimismo, podrá acceder a información sobre logística y financiamientos para la etapa de preexportación.



5. Ejecución

Este es el último paso de la Ruta, en el que la empresa puede acceder a información sobre el Documento Único Aduanero y conocer más sobre los diferentes regímenes de apoyo a las exportaciones, acceder a la Ventanilla Única de Comercio Exterior ([VUCE](#)), que es el instrumento de facilitación del comercio exterior que permite realizar de forma electrónica y desde un único punto de entrada todos los trámites vinculados a las operaciones de exportación.



La Ruta del Exportador está abierta para el registro de usuarios – persona y usuarios – empresa. Para acceder se solicita un registro ágil y por una única vez, que tiene por objetivo final poder crear una base de datos de usuarios, tanto a nivel de usuarios – persona como de usuarios – empresas.

Accedé a la herramienta en el siguiente enlace: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/ruta-del-exportador/>