

URUGUAY

Diagnóstico de Competitividad Comercial

Resumen ejecutivo

Public Disclosure Authorized

Public Disclosure Authorized

Public Disclosure Authorized

Public Disclosure Authorized

Public Disclosure Authorized

Public Disclosure Authorized

Octubre 2015

**URUGUAY
DIAGNÓSTICO DE COMPETITIVIDAD COMERCIAL**

Grupo de Comercio, Práctica Global de Comercio y Competitividad, Banco Mundial

Alberto Portugal
Jose-Daniel Reyes
Gonzalo Varela

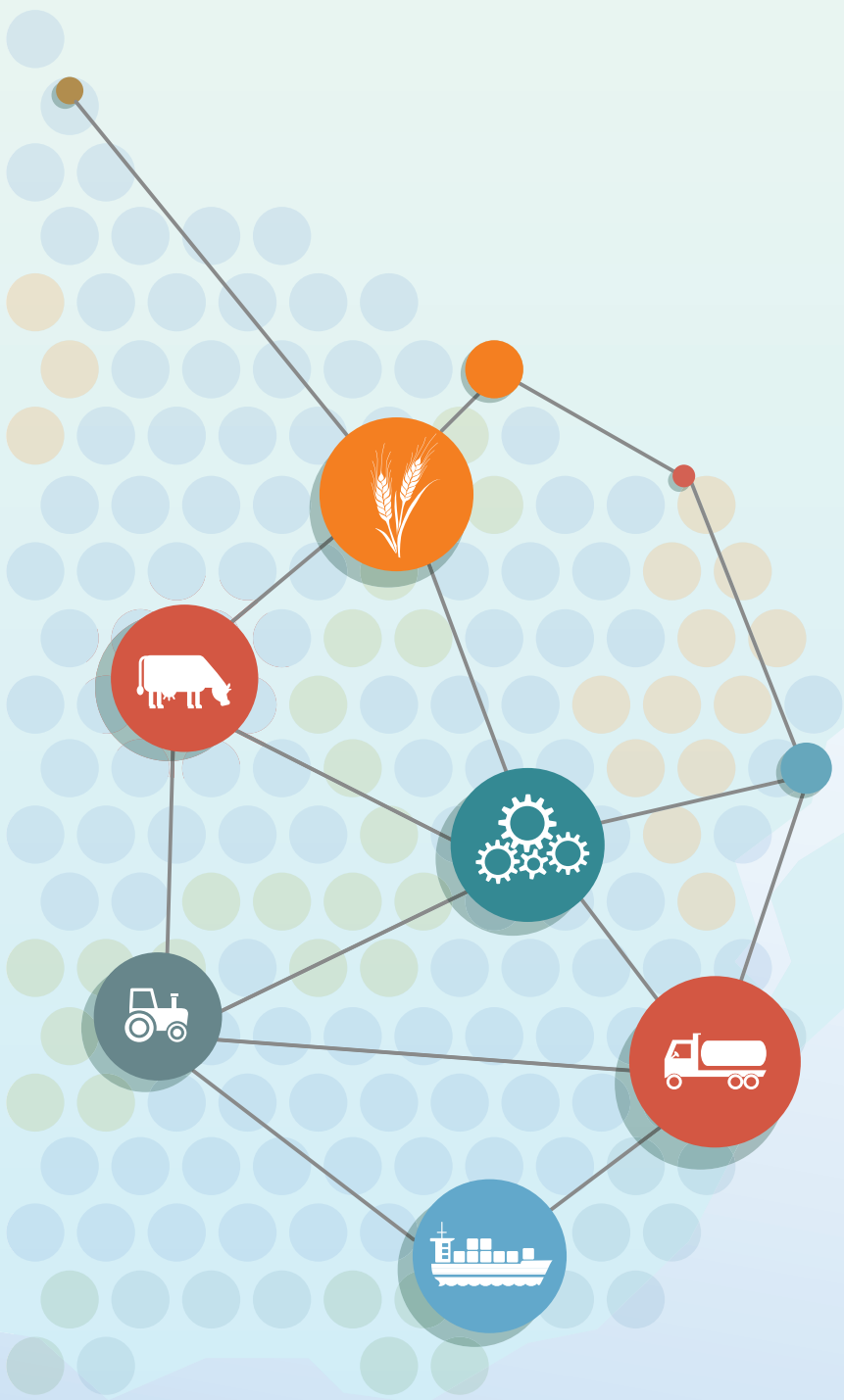
Antecedentes y reconocimientos

Este informe se preparó como parte del abordaje programático del Banco Mundial a las políticas públicas pro-crecimiento y pro-competitividad de Uruguay.

El informe es un primer paso en el diagnóstico de los desafíos relacionados con la competitividad de las exportaciones de Uruguay, basado en el análisis de datos y evidencia de acceso público, mediante el examen de la dinámica y los resultados de las exportaciones. Fue complementado con entrevistas con el sector público y privado. En el informe se plantean varias hipótesis para un diagnóstico en profundidad de la competitividad del sector externo y se formulan recomendaciones sobre políticas para promover la integración del comercio y sobre la manera de aumentar los beneficios de la integración.

El informe fue elaborado por un equipo del Banco Mundial liderado por Gonzalo Varela (GTCDR) con la orientación de Jesko Hentschel (director a cargo de las operaciones en el país, LCC7C) y Marialisa Motta (gerente de prácticas, GTCDR). Los siguientes miembros formaron parte del equipo principal del informe: Gonzalo Varela (GTCDR), Alberto Portugal (GTCDR) y Daniel Reyes (GTCDR). Ana Fernandes (DECTI) y Esteban Ferro elaboraron el documento de antecedentes "Exporters in Uruguay: Competitiveness and Dynamics in 2005-2013" (Exportadores en Uruguay: competitividad y dinámica en 2005-2013). El contexto macroeconómico y la sección de políticas públicas fueron elaborados por Cristina Savescu (GMFDR). Silvia Gulino proporcionó asistencia administrativa. Esther Florence Thiyagaraj y Susi Victor colaboraron con la redacción y edición. Esta versión en español es una traducción de la Unidad de Servicios de Traducción e Interpretación del Banco Mundial (GSDTI).

El informe se ha beneficiado enormemente de las observaciones, el asesoramiento, la orientación y los análisis técnicos de Jose Guilherme Reis, Laura Gomez-Mera, Marcelo Olarreaga, Zafer Mustafaoglu, Andrea Mario Dall'Olio, Javier Suárez, Massimiliano Cali, Leonardo Iacovone, Ekaterine Vashakmadze, entre otros. Asimismo, tenemos una gran deuda con los organismos gubernamentales que apoyaron al equipo con provisión de datos, observaciones, orientación y asesoramiento. En esta lista se incluye, entre otros, al Ministerio de Economía y Finanzas; el Ministerio de Industria, Energía y Minería; el Instituto Nacional de Estadísticas (INE); la Oficina de Planificación y Presupuesto (OPP); la agencia Uruguay XXI; el Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria (INIA) y el Instituto Nacional de Carnes (INAC).



Resumen ejecutivo

Al ser una economía pequeña, las perspectivas de crecimiento y reducción de la pobreza de Uruguay se relacionan estrechamente con su desempeño en los mercados internacionales. La integración en el mercado global es un vehículo poderoso para la convergencia de la productividad y el ingreso per cápita a los niveles de los países desarrollados. Para economías como la uruguaya, este vehículo resulta especialmente importante, ya que la escala del mercado nacional limita la factibilidad de las estrategias de crecimiento de orientación interna.

En este informe se analiza la dinámica de las exportaciones en Uruguay durante el período 2000-13, mediante el establecimiento de indicadores que permiten compararlas con las de países de referencia relevantes. Sobre la base del *Trade Competitiveness Diagnostic Toolkit* (Herramienta de diagnóstico de la competitividad comercial) (Reis y Farole, 2013) del Banco Mundial, se analizan los resultados de las exportaciones a través de cuatro dimensiones diferentes y complementarias de desempeño: 1) la evolución, composición y orientación del crecimiento de la canasta de exportaciones del país; 2) el grado de diversificación en los productos y mercados; 3) el nivel de sofisticación y calidad y 4) la tasa de supervivencia de las relaciones de exportación. El análisis se complementa con entrevistas con representantes del sector público y privado, lo que constituye un primer paso en el diagnóstico de los desafíos relacionados con la competitividad de las exportaciones, en base al análisis de datos y evidencia de acceso público. En el informe se ofrecen varias hipótesis para un diagnóstico detallado de la competitividad del sector externo de Uruguay, así como también recomendaciones sobre políticas para aumentar la integración y obtener ventajas a partir de ello.

El período en consideración, 2000-13, es interesante para el análisis de la competitividad de las exportaciones en Uruguay.

Hacia el comienzo del período, los hogares y las empresas uruguayos se vieron afectados por una larga y profunda recesión, y varias crisis que impactaron en sus decisiones y su bienestar. Dos de las más notorias fueron una crisis monetaria y bancaria en 2002, y un episodio de fiebre aftosa del ganado vacuno que comenzó en 2001. La crisis monetaria y bancaria afectó seriamente la actividad económica de Uruguay y su principal socio comercial de aquel momento: Argentina. Además, afectó la solvencia de muchas empresas y el suministro de créditos a los sectores público y privado. Esta crisis también provocó un considerable realineamiento de los precios relativos en 2002, con una fuerte depreciación real de la moneda nacional, la que, mientras mermaba el poder adquisitivo de la mayoría de los hogares uruguayos, aumentaba la rentabilidad de las empresas en el sector comercial, mediante la reducción del costo en dólares de los insumos de origen nacional. Los productos de origen vacuno, la mayor fuente de ingresos de moneda extranjera entre las exportaciones de mercancías en ese momento, se vieron muy afectados por el episodio de la fiebre aftosa.

El período que siguió a los años de crisis se caracterizó por impactos relativamente más positivos para el sector externo. Además de la depreciación real del peso que siguió a la crisis, también se produjo una fuerte subida de los precios internacionales de los principales productos de exportación de Uruguay. Esto estimuló la inversión en mejoras tecnológicas para la elaboración de estos productos logrados con gran intensidad de recursos naturales. El proceso se vio reforzado por las importantes entradas de inversión extranjera directa (IED) en la economía.

Sin embargo, durante el mismo período, el aumento del precio internacional del petróleo y del gas resultó en un aumento sustancial de los costos energéticos para las empresas y los hogares en Uruguay, un país importador de petróleo. Esto afectó especialmente a las empresas que operaban en sectores comerciales que no se beneficiaron de los altos precios internacionales de alimentos y que también tenían que hacer frente al constante fortalecimiento del peso uruguayo que siguió a la recuperación económica después de 2004.

Como consecuencia, el sector exportador de Uruguay sufrió cambios importantes durante este período, los cuales se analizan en este informe. Los principales mensajes que surgen de este informe son los siguientes:

Uruguay se encuentra más integrado a los mercados globales.

Las exportaciones de Uruguay crecieron sustancialmente en los últimos 15 años y se han convertido en un factor clave para el exitoso modelo de crecimiento del país durante este período. En la actualidad, Uruguay está más integrado en la economía mundial que a fines de la década de 1990. Sus exportaciones e importaciones han aumentado a tasas anuales de dos dígitos durante la última década, ya sea cuando se las mide en términos brutos o de valor agregado. Dentro de las empresas, la rápida expansión del comercio coincidió con un aumento en la dimensión del sector exportador, que se duplicó en los bienes primarios y en los sectores de producción de tecnología media y alta entre 2007 y 2013.

El 'viento de cola' resultante de los altos precios de los productos básicos contribuyó al crecimiento de las exportaciones.

Si bien hubo un cambio en la composición de las exportaciones, en mercancías, las exportaciones uruguayas continúan dominadas por productos primarios e intensivos en recursos naturales. Este cambio de composición refleja el aumento de los precios de los productos básicos en las decisiones que toman las empresas en relación con el suministro. Por ejemplo, hubo un fuerte aumento en las exportaciones de soja y trigo. La soja ahora es el principal producto de exportación (con casi 2000 millones de dólares exportados en 2013), y el trigo se encuentra dentro de los 10 principales. Los

productos de origen animal, a raíz de los altos precios internacionales sin precedentes, también tuvieron un buen desempeño.

El dinamismo exportador también es reflejo de un sector privado dinámico y de políticas comerciales y de inversión sólidas.

Un marco de inversión atractivo, junto con un aumento en la liquidez global, consolidaron a Uruguay como un destino de las IED orientadas a la exportación. Los flujos de IED crecieron 10 veces entre 2000 y 2012. Mientras que entre 2000 y 2003 el registro de IED de Uruguay estuvo por debajo del promedio mundial dado su nivel de desarrollo, entre 2010 y 2013 las IED del país fueron muy superiores al promedio. Los flujos de IED no están solamente asociados con el crecimiento de las exportaciones en el margen intensivo (es decir, más exportaciones de los mismos productos a los mismos destinos), sino también con el crecimiento en el margen extensivo (diversificación en productos o en destinos). El ejemplo paradigmático es, quizás, el de las empresas extranjeras que iniciaron operaciones en Uruguay para producir pulpa de madera operando dentro de zonas francas. Sin embargo, la lista es larga e incluye inversión en diversos sectores de la economía.

El apoyo del sector público para agregar valor y conocimientos a las exportaciones derivó en un mayor acceso al mercado y un aumento en los precios. Aunque gran parte de las exportaciones de Uruguay pueden clasificarse como "primarias" o "intensivas en recursos naturales, durante el período se observa un crecimiento en el contenido tecnológico y de conocimientos en estos productos. Un ejemplo de ello es la trazabilidad vacuna desde el nacimiento hasta el frigorífico, que permite identificar de manera electrónica cada bovino del país, y que se logró gracias a una sólida asociación entre los sectores públicos y privados. Las políticas hacia un mayor acceso al mercado también han sido fructíferas, por ejemplo, para garantizar los mercados de carne vacuna en los Estados Unidos y México o de cítricos en los Estados Unidos.

En el área de servicios, los esfuerzos por atraer inversiones, combinados con la promoción de las exportaciones, también han contribuido al dinamismo de la exportación. El dinamismo en este sector se vio impulsado no solo por las exportaciones de servicios tradicionales (transporte, viajes, distribución), sino

también de servicios comerciales y tecnología de la información y la comunicación (TIC) a una amplia variedad de mercados. Algunos de estos sectores fueron destinatarios de actividades específicas de promoción de las exportaciones, como el respaldo para participar en ferias comerciales, o para desarrollar planes de negocios, entre otros, así como también de incentivos de inversión.

Sin embargo, todavía hay margen para una mayor y mejor integración.

Para seguir creciendo

La integración de Uruguay en el mercado global sigue siendo relativamente baja. El ratio de comercio-producto interno bruto (PIB) es inferior al que exhiben otros países de desarrollo similar, incluso después de tener en cuenta las características estructurales del país, como por ejemplo el tamaño y la distancia con respecto a los principales mercados internacionales. Su participación de mercado continúa siendo inferior a la de fines de la década de 1990. Además, las empresas uruguayas muestran bajas tasas de supervivencia en los mercados internacionales en comparación con sus pares. Como el ingreso a los mercados de exportación es una actividad costosa, en la que los costos fijos cumplen un rol importante, resulta fundamental que los flujos de exportación que comienzan en un determinado año se mantengan activos durante mucho tiempo para que los exportadores puedan asegurarse un flujo de ganancias que compense los costos fijos incurridos. Por lo tanto, la expansión y el sostenimiento del crecimiento de las exportaciones requiere una mejor comprensión de los factores que limitan la supervivencia de las exportaciones de las empresas.

Para continuar con la diversificación

La diversificación de mercados ha sido sustancial, explicando un tercio del crecimiento de las exportaciones durante 2003 y 2008, y más de la mitad durante 2010 y 2013. A través de la diversificación, los exportadores han reducido la vulnerabilidad de Uruguay a los vaivenes que se originen en mercados particulares. Aun así, en este respecto, existe una considerable heterogeneidad entre los sectores. Mientras que en los sectores tradicionales, (carnes, granos), los exportadores uruguayos alcanzan aproximadamente 100 destinos o más, en otros

sectores, las empresas siguen dependiendo de unos pocos destinos, generalmente países vecinos, lo que las hace vulnerables a las crisis específicas de cada país.

La diversificación de productos sigue siendo un desafío. Si bien la cantidad de productos de exportación aumentó levemente, este aumento no tuvo un impacto considerable en el crecimiento de las exportaciones. Los nuevos productos de exportación solo representaron el 2 % del crecimiento de las exportaciones durante el período entre 2003 y 2008, y el 6 % durante el período entre 2010 y 2013. De hecho, se produjo un aumento en la concentración de la canasta de productos exportados. Los cinco principales productos representaron el 28 % del total de exportaciones de mercancías durante 1998 y 2000, mientras que, durante 2011 y 2013, representaron el 39 % de las exportaciones. Aunque es razonable, dado el crecimiento acelerado de los precios de los alimentos, la concentración aumenta la vulnerabilidad de Uruguay a los vaivenes en los precios internacionales de estos productos, que de por sí, tienden a exhibir una considerable volatilidad.

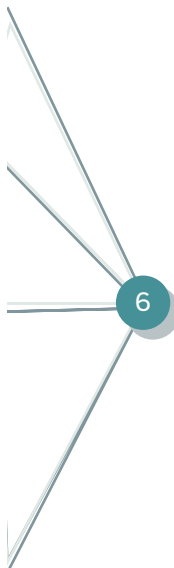
Para continuar mejorando en calidad

En términos de sofisticación y calidad, si bien se observan mejoras importantes en algunos productos clave, se requieren más esfuerzos para incorporar más valor en las exportaciones. La sofisticación de la exportación de mercancías se mantuvo estable, aumentando en las de servicios. El patrón es similar al que se observa en países con una estructura de exportación comparable, que también se vieron afectados por los aumentos de los precios de los productos básicos durante este período. El indicador EXPY, que mide la sofisticación de las exportaciones, puede ocultar cambios importantes en la sofisticación del paquete de exportaciones asociados con, por ejemplo, el contenido de conocimientos en semillas utilizadas para los cultivos clave o el caso de la trazabilidad vacuna. En el último caso, por ejemplo, el análisis de precios de exportación sugiere que los exportadores uruguayos lograron mejorar la calidad de las exportaciones durante el período, lo que les permitió ocupar los primeros puestos en el ranking de precios para estos productos y garantizar el acceso a los mercados de ingreso alto.

En el área de servicios, se observa una transición hacia actividades más intensivas en conocimiento. Los exportadores del sector de servicios en auge

pertencen a los servicios comerciales e informáticos, con un alto contenido de conocimientos. El sector de servicios también contribuyó al aumento del contenido de conocimientos de la canasta de exportaciones de Uruguay, mediante el suministro de insumos incorporados en las exportaciones de mercancías. Las exportaciones de servicios modernos constituye una oportunidad única para Uruguay, con importante potencial. En estas actividades, la distancia geográfica y la escala reducida no representan limitaciones tan grandes como sí lo son para las manufacturas.

Próximos desafíos y recomendaciones sobre políticas



Los exportadores en Uruguay enfrentan tres desafíos importantes a corto y medio plazo. En primer lugar, la desaceleración en la actividad económica de los principales socios comerciales, particularmente la de Brasil y China. En segundo lugar, y en relación con lo primero, la desaceleración en los precios internacionales de productos básicos clave exportados por Uruguay. En tercer lugar, el fortalecimiento relativo del dólar en los principales mercados competidores de Uruguay. Estos factores, que configuran el contexto internacional actual, advierten sobre algunos desafíos importantes. De hecho, los datos recientes sobre las tendencias en las exportaciones revelan una desaceleración de los flujos de exportación para muchos de los principales socios comerciales. Las empresas deberán permanecer alerta para conservar su participación en el mercado y continuar contribuyendo al crecimiento y desarrollo.

Surgen de este informe las siguientes recomendaciones sobre políticas, que buscan aliviar los desafíos que enfrenta Uruguay.

1. Mayor acceso al mercado para los exportadores uruguayos. Existen dos niveles en los que los responsables de políticas podrían respaldar el acceso a los mercados de los exportadores uruguayos.

a. **Negociaciones a nivel país.** El primer nivel se relaciona con las negociaciones que contribuyen a la eliminación de las barreras arancelarias y no arancelarias que enfrentan los productos de exportación. Esto es muy importante debido a que Uruguay recientemente perdió acceso al Sistema Generalizado de Preferencias al ser clasificado como una economía de ingreso alto.

i. Negociar dentro del Mercado Común del Sur (Mercosur) para acelerar el acuerdo entre la Unión Europea y el Mercosur, y fomentar una alternativa de dos velocidades en la que Uruguay y Brasil podrían comenzar a ofrecer concesiones antes que Argentina y Paraguay.

ii. Dadas las limitaciones que representa el Mercosur para las negociaciones de las políticas comerciales, especialmente en lo que se refiere a mercancías, son muy bien recibidas las expresiones sistemáticas del gobierno de Uruguay sobre la necesidad de seguir una política de "regionalismo abierto". Existe un precedente de exenciones que el Mercosur otorgó a Uruguay para negociar acuerdos bilaterales de libre comercio (con México). Además, hay margen para negociar el acceso al mercado a nivel bilateral dentro de los mecanismos institucionales del Mercosur. Las recientes negociaciones con los Estados Unidos que eliminaron los obstáculos para la entrada de cítricos uruguayos constituyen un ejemplo a seguir de manera más sistemática y para otros productos de exportación. Por ejemplo, se necesitan más esfuerzos para eliminar los obstáculos para el ingreso de carne vacuna con hueso a los Estados Unidos y a Corea.

iii. En el caso de los servicios, y particularmente de los servicios modernos, donde el aislamiento no impide el comercio de manera crucial, como se mencionó anteriormente, resulta esencial negociar el acceso al mercado para diversificar el paquete de exportaciones, aumentar la calidad y, como resultado, crear empleos de buena calidad. Los acuerdos comerciales en servicios, a través de los cuales se asegure el trato nacional para empresas uruguayas interesadas en operar en otros mercados son tan importantes como los esfuerzos para negociar acceso a mercados en bienes. Vale mencionar que la participación en tratados comerciales no es el único vehículo para mejorar el acceso al mercado en el área de servicios. También son decisivos los esfuerzos por eliminar la doble imposición en los mercados más importantes de Uruguay para la competitividad de las exportaciones de las empresas de servicios.

b. **Apoyo a las empresas.** Además de negociar el acceso al mercado, es importante respaldar a las empresas cuando intentan ingresar en los mercados extranjeros. A este respecto, existe

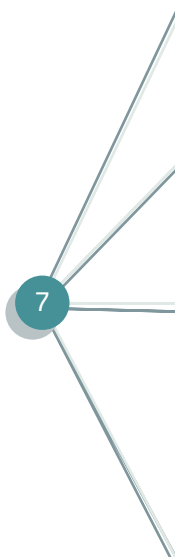
una clara justificación para las políticas públicas. Como ya fuera mencionado, la diversificación de productos y mercados para las exportaciones reduce la vulnerabilidad del país ante los vaivenes internacionales. Además de la rentabilidad para la empresa, una menor vulnerabilidad ofrece también rentabilidad social, lo que justifica el respaldo del Gobierno a los esfuerzos por la diversificación. Uruguay XXI, la agencia de promoción de inversiones y exportaciones, ha avanzado mucho en este aspecto. Proporciona información a las empresas, respalda su participación en ferias y misiones comerciales y las ayuda a desarrollar planes de internacionalización, en especial para pequeñas y medianas empresas (pymes) y en algunos sectores (principalmente servicios que hacen un uso intensivo del conocimiento, con potencial para exportar). Por lo tanto, en el contexto de un espacio fiscal reducido, es fundamental evaluar el impacto y la eficacia de estas intervenciones.

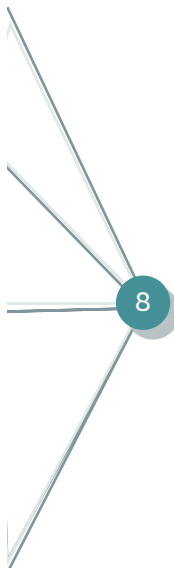
2. Atracción de inversiones. Durante el período de análisis, los flujos mundiales de IED aumentaron de manera considerable. Uruguay logró captar una porción sustancial de estos flujos, lo que hizo que se registrara un fuerte aumento en el índice de IED en el PIB. Las inversiones nacionales también aumentaron en niveles históricos. Cabe afirmar que las políticas de promoción de inversiones habrían cumplido un rol importante para garantizar este resultado. La actividad en las zonas francas también creció: actualmente estas zonas alojan a empresas pujantes que operan en una diversa gama de sectores. Parte de los incentivos recibidos por los inversores implica sacrificar ingresos fiscales. Por lo tanto, es necesaria una rigurosa evaluación del impacto de estos incentivos. Las entrevistas con empresas extranjeras que operan en Uruguay sugieren que, si bien los servicios para atraer inversiones que proporciona Uruguay XXI son de buena calidad conforme a los estándares internacionales, existe margen de mejora en los servicios de “after-care”, una vez que los inversores se localizan, en especial para que puedan sortear el a veces complejo sistema del sector público.

3. Beneficiándose de la IED. La experiencia internacional muestra que la IED puede ser un vehículo clave para la transferencia de tecnologías y conocimientos al resto de la economía. La IED en el área de servicios, por ejemplo, implica una mayor variedad de insumos de servicios, mejores precios y,

con frecuencia, una mejor calidad, lo que significa más beneficios para toda la economía. La IED que compite con las empresas nacionales puede provocar aumentos de la productividad impulsados por la competencia o la imitación en las empresas nacionales. La interacción entre las empresas nacionales y extranjeras, a través de relaciones con clientes o proveedores, también puede causar efectos indirectos en la productividad. Las condiciones en las que tienden a materializarse estos efectos se relacionan con la capacidad de absorción de las empresas nacionales (por ejemplo, el nivel de aptitudes de la fuerza de trabajo, las acciones de investigación y desarrollo [I&D] usadas y la distancia tecnológica entre las empresas nacionales y extranjeras). Es probable que los esfuerzos por aumentar estas capacidades de absorción, en forma de, por ejemplo, incentivos para capacitar la fuerza de trabajo o invertir en I&D, incrementen las posibilidades de que se materialicen estos efectos. El programa Uruguay XXI para incentivar el establecimiento de centros de I&D de empresas de servicios médicos y farmacéuticos en el país es muy bienvenido, a pesar de que no está claro por qué apunta a sectores específicos. En lo que respecta a proveedores, las grandes firmas extranjeras suelen vincularse con empresas confiables que cumplen con altos estándares. Para garantizar que las firmas nacionales puedan cumplir con ellos, muchos Gobiernos, entre ellos el de Uruguay, han implementado programas de desarrollo de proveedores. La evidencia internacional muestra que en algunos casos el impacto ha sido positivo. Uruguay se beneficiaría de una evaluación del impacto de estos programas y el fortalecimiento de su diseño de manera pertinente.

4. Promoción de la mejora de la productividad de las empresas y vinculación de los costos laborales con la productividad laboral. La mejora de la productividad es clave para competir en los exigentes mercados internacionales. En estos mercados, la calidad de la administración y la propensión a innovar en los procesos y productos suelen ser vehículos para el crecimiento. Se necesitan mercados financieros profundos y eficientes para que las empresas puedan invertir. Además, para que el aumento de la productividad se transforme en mejores empleos y salarios, es clave que los mercados laborales operen con la flexibilidad suficiente de manera que los sueldos reflejen la productividad laboral. Las empresas han observado que la rigidez del mercado laboral constituye una limitación para la competitividad y la incorporación de valor.





5. **Logística e infraestructura.** Uruguay, por su geografía, es uno de los países más aislados del mundo. Está alejado de los principales polos de crecimiento comercial del mundo. Sin embargo, dentro de la región, goza de una ubicación privilegiada. Para los exportadores uruguayos de mercancías, resulta importante garantizar una excelente conexión, lo que también es importante para los exportadores de servicios de logística a otros países de la región. El auge de las exportaciones de esta década puso considerable presión en la infraestructura de la logística y se necesitan más inversiones: esta es la opinión general de todas las empresas entrevistadas en el proceso de elaboración de este informe. De hecho, varios indicadores de logística muestran que Uruguay tiene mucho margen para mejorar en este aspecto. Para ello, las asociaciones público-privadas son un instrumento crucial. Uruguay necesita específicamente a) profundizar sus puertos para una circulación eficiente de barcos más grandes; b) mejorar la infraestructura vial, en particular la que une el este y el oeste (por ejemplo, el mejoramiento de la Ruta 26 para reducir los costos de transporte de mercancías en el país y permitir el uso más eficiente de las tierras), y c) considerar la viabilidad de un sistema ferroviario de carga.

6. **Costos energéticos.** Si bien la reducción de los precios internacionales de los principales productos de exportación de Uruguay perjudicó a los exportadores, la caída de los precios internacionales del petróleo debería aliviar algunos de sus costos, si estas reducciones se trasladan a los consumidores. En Uruguay, el precio del diésel en el surtidor es el más alto del continente y su dinámica no refleja plenamente los precios internacionales. La revisión de los mecanismos utilizados para establecer el precio de los combustibles reduciría parte de las presiones en los costos que enfrenta el sector privado. El sector público ha participado en grandes proyectos de importancia sobre el desarrollo y la eficiencia energética con considerables costos fijos. Sin embargo, no queda claro si habrá una demanda de la energía extra producida ni cómo estos costos afectarán los precios.

Estructura del informe y limitaciones

Vale aclarar que este reporte se basa en datos de exportación de mercancías disponibles de UN Comtrade, de los datos de la exportación de servicios e IED de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), de los Indicadores

del desarrollo mundial (IDM) y de los datos del valor comercial agregado del Trade in Value Added Dataset (Base de datos de comercio en valor agregado) del Banco Mundial. Los resultados consideran las zonas francas como otro destino de exportación y excluyen las exportaciones que se originan en las zonas. El análisis informado en el presente documento se complementa con el de Ferro y Fernandes (2015), donde se analizan los patrones de crecimiento y las dinámicas de los exportadores, sobre la base de datos a nivel de los exportadores de la administración de aduanas, que permiten incluir en los flujos de exportación de Uruguay los originados en las zonas francas.¹ Los Gráficos A.1 y A.2 en el Apéndice muestran, utilizando un set más completo de comparadores, que Uruguay exhibe un número de exportadores menor que otros países de tamaño comparable, y de niveles de desarrollo similares.

La fecha límite del análisis de la competitividad general de las exportaciones es 2013. Para el análisis de las exportaciones de valor agregado, el límite es 2011. En ambos casos, esto se basa en la disponibilidad de datos.

La estructura del resto del documento es la siguiente.

En la sección 1 se analiza la situación macroeconómica en la que operan los exportadores en Uruguay durante el período de análisis. En la sección 2 se observa el nivel, el crecimiento, la composición y el desempeño en participación en el mercado de las exportaciones de Uruguay, como también los principales destinos comerciales del país. También se considera la evolución de las entradas de IED y la composición sectorial. La sección 3 se centra en la diversificación de productos y mercados, considerando varias medidas de concentración, incluida la participación en la exportación de los cinco productos y mercados principales, así como el Índice de Hirschman-Herfindahl para la cartera de exportaciones de Uruguay. En las secciones 4 y 5 se aborda la calidad, la sofisticación y la supervivencia, respectivamente.

¹ La excepción está dada por las exportaciones de celulosa de la empresa UPM. Véase el apéndice A.1 de Ferro y Fernandes (2015) para obtener más detalles.



GRUPO DEL BANCO MUNDIAL

The World Bank
1818 H Street, NW,
Washington, DC 20433, USA.
www.worldbank.org

