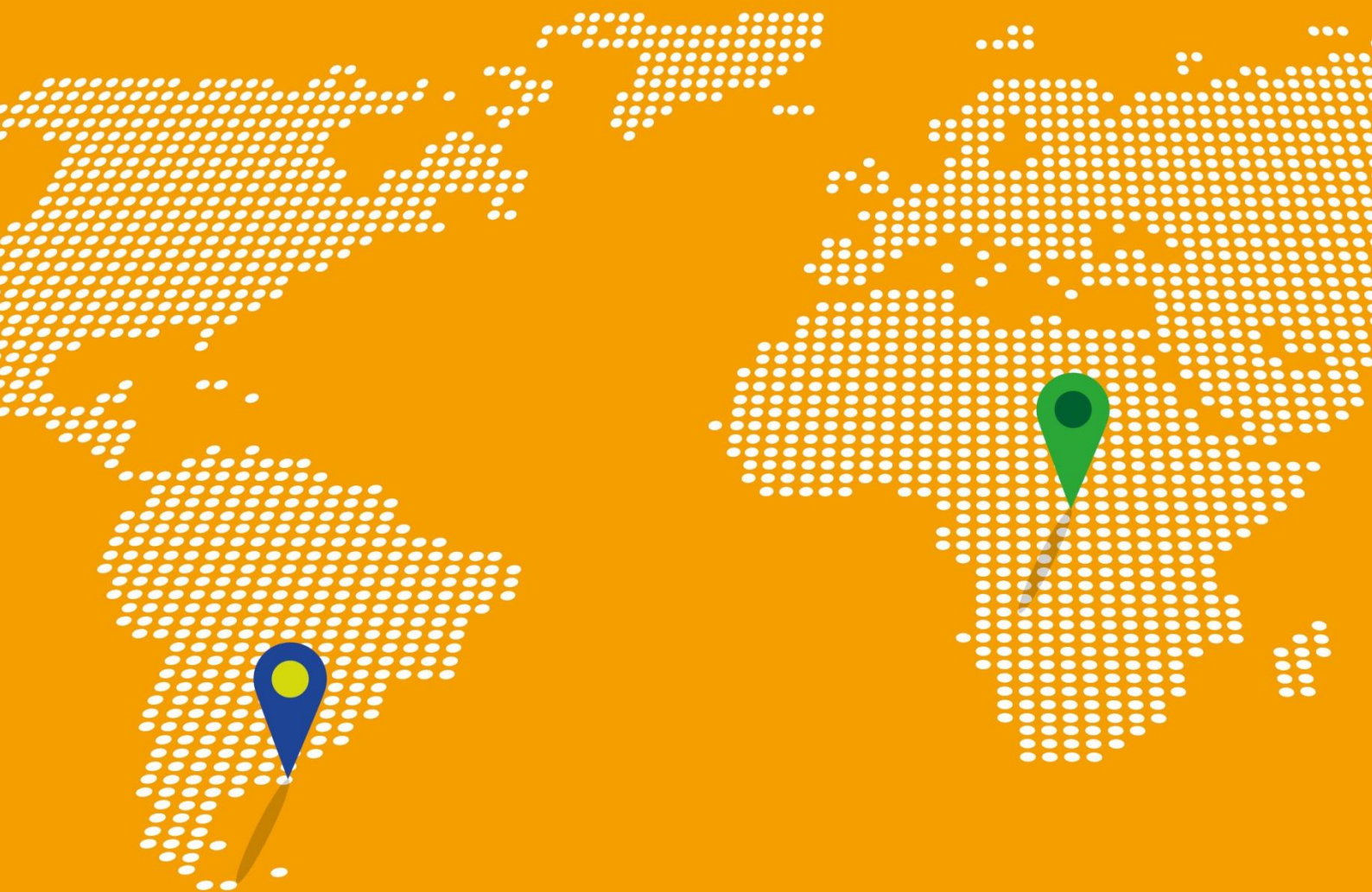


Las relaciones comerciales entre Uruguay y África

Informe semestral | julio – diciembre 2015

Año 2 | N°3

4 de marzo de 2016



Departamento de Negocios Internacionales e Integración
Facultad de Ciencias Empresariales

Av. 8 de Octubre 2738 | Tel: 2487 2717 int. 6261 y 6267 | dnii@ucu.edu.uy | ucu.edu.uy



Universidad
Católica del
Uruguay **30**
años

Índice

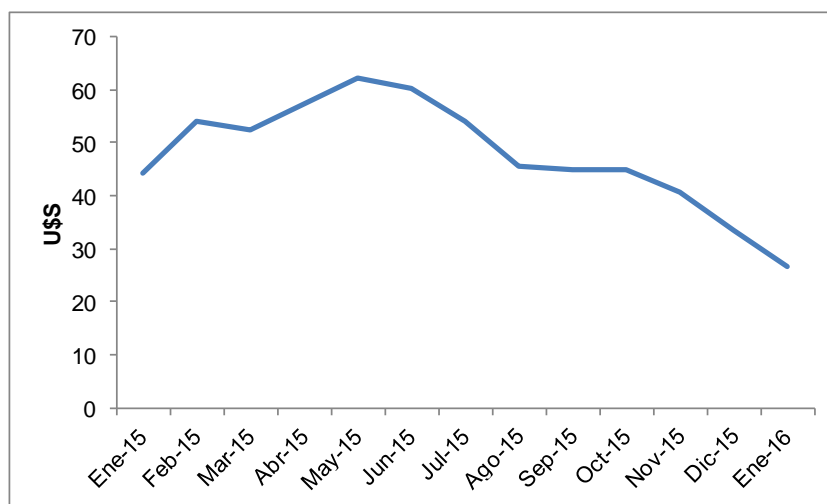
1. El contexto económico y comercial africano.....	3
2. Comercio exterior entre Uruguay y África en el año 2015.....	6
2.1 Exportaciones segundo semestre 2015/2014	9
2.2 Importaciones segundo semestre 2015/2014	15
3. África: el mercado del futuro.....	17
4. Anexo estadístico.....	21

1. El contexto económico y comercial africano¹

En los últimos años el continente africano fue una de las regiones más dinámicas en cuanto a su crecimiento económico, a impulso de los flujos de inversión provenientes principalmente de los mercados emergentes y de los elevados precios de los commodities. Debe considerarse que el continente cuenta con un tercio de las reservas naturales mundiales, así como la décima parte del petróleo y dos tercios de los diamantes. Esta cuantiosa disponibilidad de recursos naturales le permitió alcanzar un muy buen desempeño económico en relación al crecimiento histórico del continente y en comparación con el crecimiento promedio de la economía mundial pasando, según datos del informe *Then and now: reimagining Africa's future*² de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD por sus siglas en inglés), de un crecimiento de 1,8% en los años 80, a un promedio de 2,6% en los noventa y alcanzando guarismos de 5,3% entre los años 2000 y 2010, e incluso registrando algunos países cifras de crecimiento de dos dígitos.

Por tratarse de una región muy dependiente de los precios internacionales, en los últimos años sintió los embates de las fluctuaciones del precio internacional de los precios de los productos básicos, en particular el petróleo, lo que afectó particularmente a las economías africanas que tienen al mismo como el principal producto de exportación. Como se puede observar en la gráfica N°1, hasta mediados del año 2015 el precio del barril de petróleo mostró un incremento sostenido, tendencia que cambió abruptamente en el segundo semestre.

Gráfico N° 1 – Evolución del precio del barril de petróleo
(En U\$S)



Fuente: Elaboración propia en base a OPEP.

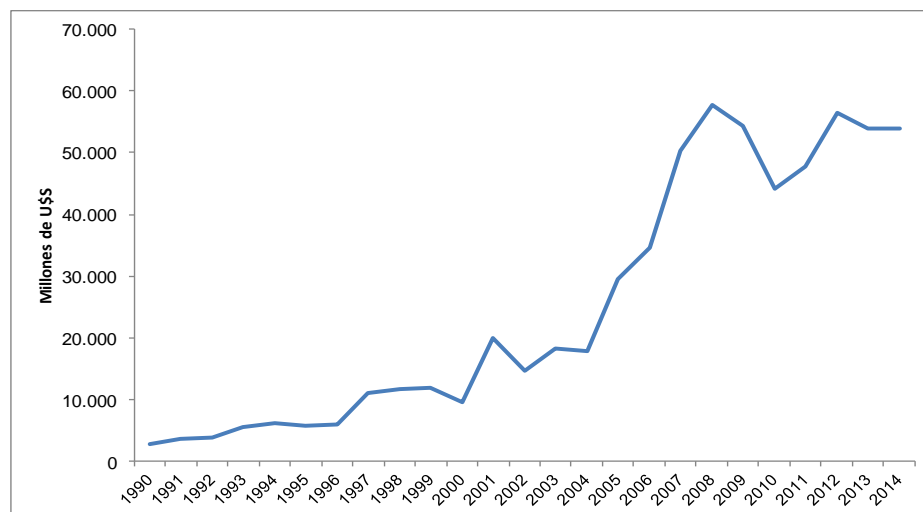
La inversión extranjera directa (IED) ha sido otro de los pilares que explican el crecimiento africano. En ese sentido, los flujos se han mantenido estables en los últimos años, alcanzando en

¹ Equipo técnico involucrado en la realización del informe: Dr. Ignacio Bartesaghi (Director), Lic. María Eugenia Pereira (Asistente de Investigación) y Lic. Natalia De María (Asistente de investigación).

² UNCTAD (2015) *Then and now: reimagining Africa's future*. Disponible en: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/osg2015d1_en.pdf

2014 un valor aproximado a los U\$S 54.000 millones, mientras que a nivel internacional disminuyeron 16% respecto a 2013, motivado por la fragilidad de la economía mundial.

Gráfico N° 2 – **Evolución de la IED recibida por el continente africano**
(En millones de U\$S, 1990 - 2014)



Fuente: Elaboración propia en base a UNCTAD.

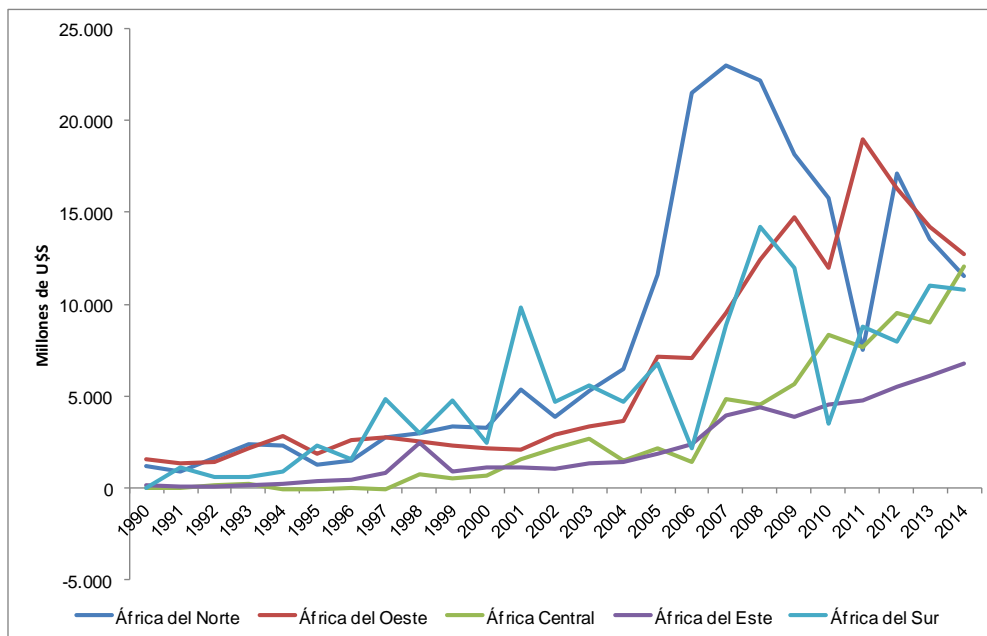
El continente africano ha continuado recibiendo IED proveniente tanto de las economías desarrolladas como en desarrollo. Si bien los flujos de las primeras se han mantenido constantes en el tiempo, los provenientes de las segundas han ido acrecentándose significativamente en los últimos años. Dentro de este grupo se destacan las inversiones procedentes de China e India. Asimismo, ha aumentado la participación de otros inversores que no son los tradicionales en el continente africano, como por ejemplo algunas empresas de Emiratos Árabes Unidos que han comenzado a invertir en África.

Otra característica de los flujos de inversión recibidos por el continente en los últimos años es el incremento de las inversiones en el sector de servicios y manufacturas. Según información presentada en el informe *World Investment Report 2015*³ de la UNCTAD, el 60% de los proyectos corresponden a inversiones en el sector de servicios. De la misma manera, el sector de manufacturas ha tenido un importante crecimiento en los últimos años, sobre todo en cuanto a equipos electrónicos, vehículos y alimentos. Ejemplo de ello son las empresas Nissan, Peugeot y Hyundai que se han instalado en Nigeria en 2004 para realizar actividades de ensamblaje de vehículos. Esta situación ha sido resultado de la implementación de un plan específico para el sector automotriz aprobado por dicho Estado.

Si se observa la recepción de IED por región, en 2014 África Central fue la que captó más inversiones con un 33% del total de la recibida por el continente, le sigue África del Este con un 11%. Por su parte, las demás regiones han registrado una disminución respecto al año anterior. La zona de África del Norte fue la que presentó la caída más pronunciada (-15%) ubicándose en unos U\$S 12.000 millones, misma tendencia que la mostrada por las regiones de África del Oeste y África del Sur con una variación de -10% y -2% respectivamente.

³ UNCTAD (2015) *World Investment Report 2015*. Disponible en:
http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2015_en.pdf

Gráfico N° 3 – **Inversión Extranjera Directa recibida por región de África**
(En millones de U\$S)



Fuente: Elaboración propia en base a UNCTAD.

En cuanto a las perspectivas, dado las múltiples amenazas que enfrenta el continente es esperable una baja en los niveles de IED para el año 2015 (aún no se cuenta con la información). Al respecto el Banco Mundial identifica diversos riesgos de inversión en el continente lo que estaría asociado a causas internas como externas. En el plano interno los acontecimientos políticos asociados a las elecciones en varios países, la insurgencia, el terrorismo y los problemas de los sistemas de salud (asociado a la crisis de ébola y demás enfermedades transmisibles), han sido un problema constante en la región.

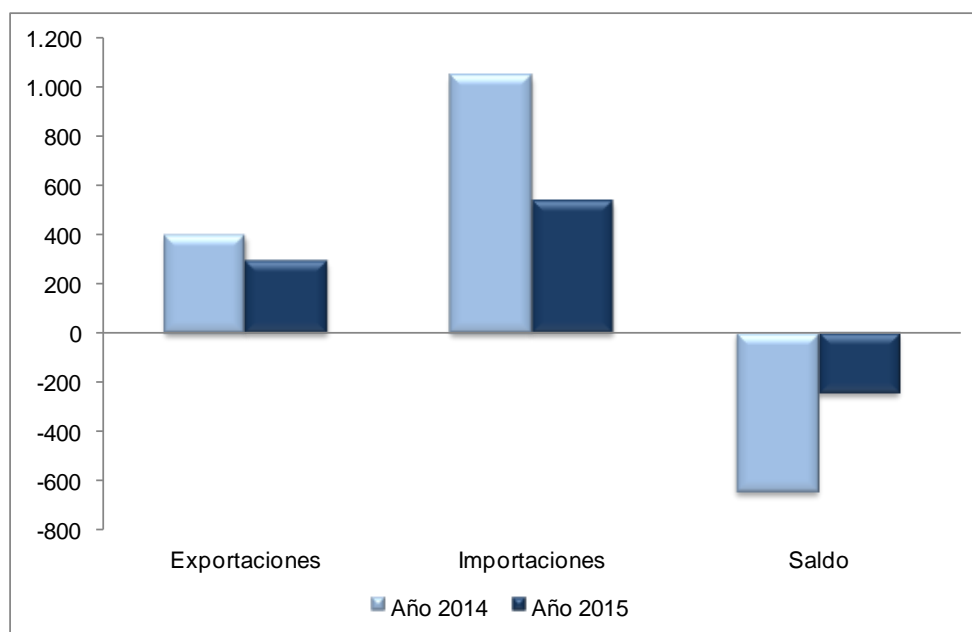
A su vez, en el plano externo el continente se ha visto directamente afectado por la desaceleración de la economía China, importante socio comercial de África, la caída de los precios del petróleo, producto del cual son dependientes muchas economías del continente y la paralización de la recuperación de Europa, región con la cual África también posee un vínculo económico y comercial muy estrecho.

2. Comercio exterior entre Uruguay y África en el año 2015

En el año 2015, la balanza comercial de Uruguay con África presentó un saldo negativo de U\$S 245 millones. Las exportaciones al continente africano en el período de enero a diciembre de 2015 sumaron U\$S 289 millones, mientras que las importaciones alcanzaron los U\$S 534 millones, sufriendo ambas disminuciones de un 27% y 49% respectivamente respecto al año 2014.

Gráfico N° 4 - Comercio exterior entre África y Uruguay

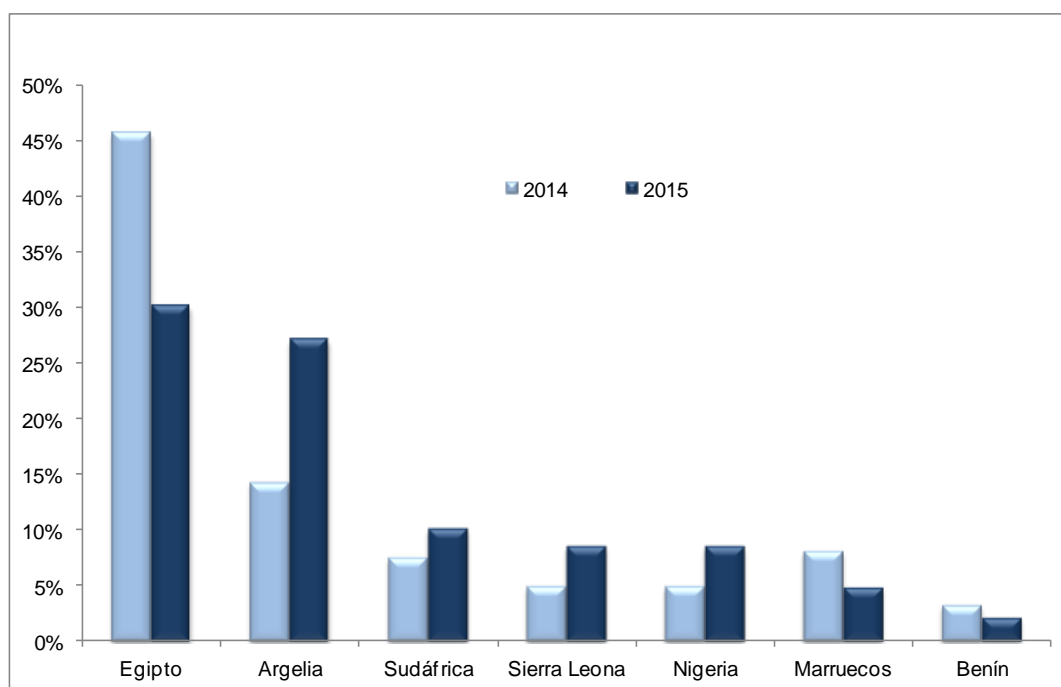
(En millones de U\$S)



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

En relación a los principales mercados de exportación de Uruguay en África, en primer lugar se ubica Egipto que adquirió bienes por un valor cercano a los U\$S 90 millones, si bien cabe destacar que sus adquisiciones disminuyeron 52% respecto al año 2014. Le siguen en importancia Argelia con una participación del 27%, Sudáfrica con un 10%, Sierra Leona con un 9% y Nigeria con un 8%. En conjunto, estos cinco países explicaron el 84% de las exportaciones de Uruguay con destino a África. Por su parte, Argelia, Sierra Leona y Nigeria presentaron variaciones positivas de un 38%, 28% y 26% respectivamente. Las ventas hacia Sudáfrica disminuyeron en un 2% respecto al año anterior.

Gráfico N°5 - Participación de las exportaciones uruguayas a África por destino
(En millones de U\$S)

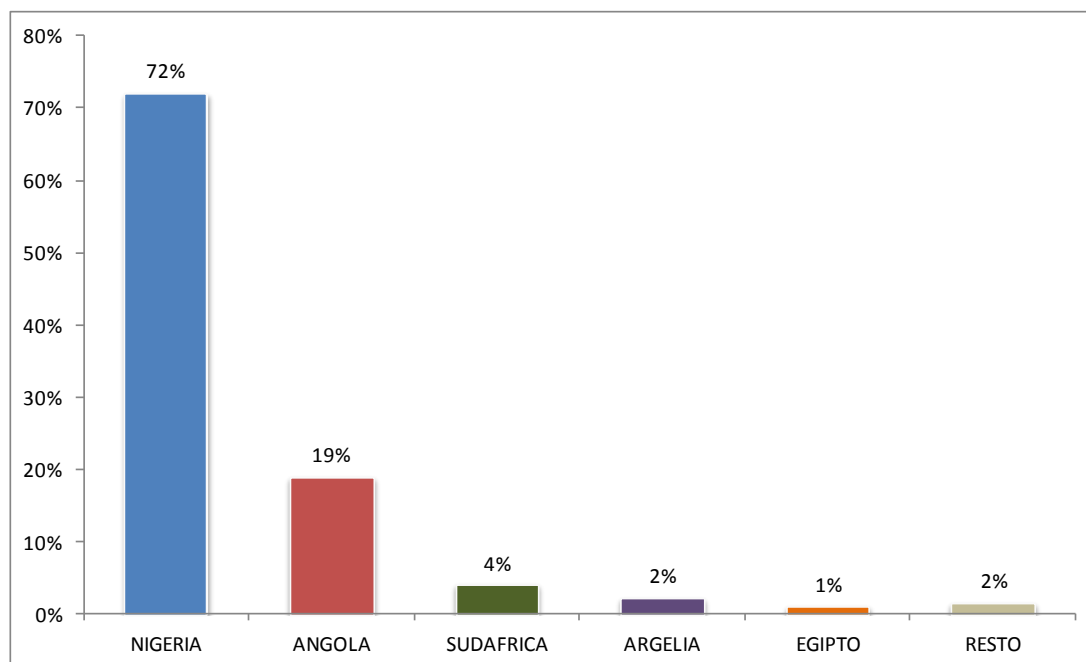


Fuente: DNII en base a SmartDATA.

En cuanto a los principales mercados de importación, la concentración en un solo mercado siguió acentuándose durante 2015. Nigeria representa un 72% de lo importado desde todo el continente, aumentando su participación en 8% con respecto al año anterior. Por otro lado, Angola es el segundo origen de las importaciones con un 19%, decreciendo su importancia si se compara con el año anterior. Sudáfrica, aumentó su participación a un 4% mostrando una variación positiva de 34% con respecto al año anterior. Por su parte, Argelia aumentó en un 570% sus ventas, representando el 2% del total importado desde África por Uruguay.

En cuanto a las importaciones bajo el régimen de admisión temporaria tuvieron un aumento de un 49% durante el 2015, siendo los principales productos adquiridos cueros, cacao y pescados. Sudáfrica y Nigeria fueron los principales orígenes, concentrando entre ambos poco más del 90% de lo que ingresa bajo esta modalidad. Ambos mercados aumentaron 68% y un 96% las importaciones bajo el régimen de admisión temporaria respecto al mismo semestre del año anterior.

Gráfico N°6 - Participación de las importaciones uruguayas desde África por origen
(Año 2015, en millones de U\$S)



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

A nivel de producto, el petróleo es el principal bien importado desde el mercado africano, explicando el 92% del total de las compras y mostrando una variación negativa del 51% respecto a 2014. Cabe destacar el aumento en las compras del capítulo 41, correspondiente a Pieles y Cueros que registró una variación del 83% respecto al año anterior.

Cuadro N° 1 – Variación de las importaciones uruguayas desde África por producto

Producto*	Variación 2015/2014
27-Combustibles minerales.	↓
41-Pieles(excepto la peltretería) y cueros.	↑
25-Sal; azufre; tierras y piedras; yesos, cales y cementos.	↓
39-Plásticos y manufacturas.	↑
31-Abonos.	↓
18-Cacaco y sus preparaciones.	↑

*Ventas superiores a los dos millones en alguno de los períodos

El petróleo es el principal producto importado desde África, representando el 92% de las importaciones.

La caída del precio del mismo explica la variación negativa en el último ejercicio.

El petróleo importado proviene principalmente de Nigeria y Angola.

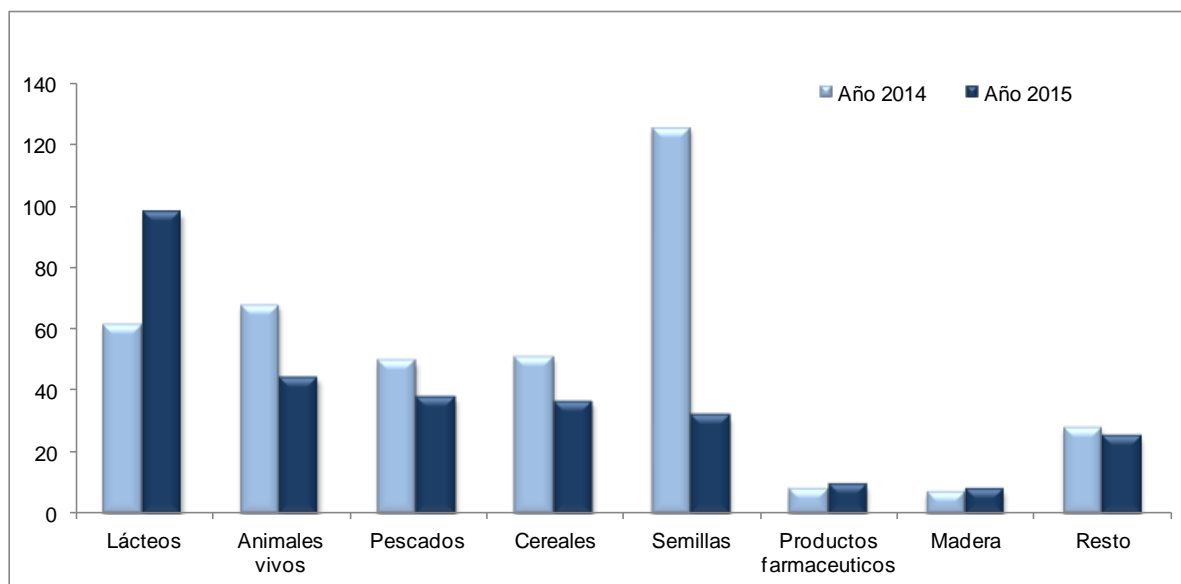
Fuente: DNII en base a SmartDATA.

A nivel de producto, el 34% del total de las exportaciones uruguayas hacia África fueron de productos lácteos, los que mostraron un crecimiento de 54% respecto a las ventas del año 2014. Los animales vivos representaron el 15% del total, los pescados y los cereales un 13% cada uno y las

semillas y frutos oleaginosos un 11%. Estos cuatro productos sufrieron variaciones negativas respecto al año anterior de 35% en el caso de los animales vivos, 24% en los pescados, 29% los cereales y 75% las semillas y frutos oleaginosos, por lo que salvo el caso de los lácteos todos los principales productos de exportación con destino a África registraron un mal desempeño en 2015, lo que acompaña el comportamiento de las exportaciones de Uruguay al mundo.

Gráfico N° 7 - Exportaciones uruguayas hacia África por producto

(En millones de U\$S)



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

2.1 Exportaciones segundo semestre 2015/2014

En el segundo semestre del año 2015, las exportaciones uruguayas con destino al continente africano disminuyeron 24%, totalizando U\$S 117 millones. Salvo en los meses de noviembre y diciembre, en el resto del semestre se han producido significativas caídas de las exportaciones uruguayas hacia África.

Cuadro N°2 – **Exportaciones uruguayas hacia África**
(En millones de U\$S)

Julio - Diciembre			
Mes	2014	2015	Variación
Julio	57,7	39,3	-32%
Agosto	25,0	11,3	-55%
Setiembre	15,8	11,6	-26%
Octubre	33,3	15,4	-54%
Noviembre	7,2	17,1	137%
Diciembre	13,6	21,9	61%
Total	153	117	-24%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

En cuanto a los mercados de destino de las exportaciones, el principal fue Egipto seguido por Argelia, Sudáfrica y Nigeria que en conjunto explicaron el 70% de los envíos de Uruguay hacia África. Cabe destacar que si bien Egipto constituyó el principal destino, con compras por U\$S 35 millones, mostró una disminución de las mismas de un 29% respecto al mismo período del año anterior. Asimismo, Nigeria ha presentado una caída de 10%, a diferencia de Argelia y Sudáfrica que mostraron un incremento de 19% y 11% respectivamente.

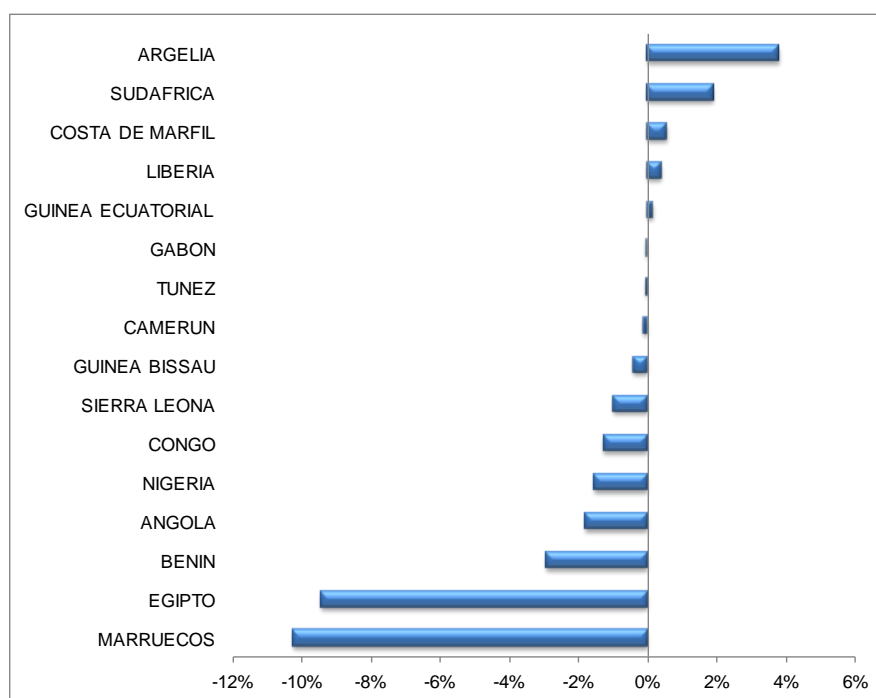
Cuadro N° 3 - **Exportaciones uruguayas hacia África por destino**
(Julio – Diciembre)

País	Julio - Diciembre					
	En millones de U\$S		Participación		Variación	Incidencia
	2014	2015	2014	2015	2015/2014	
EGIPTO	49,5	35,2	32%	30%	-29%	-9%
ARGELIA	16,2	21,9	11%	19%	36%	4%
SUDAFRICA	9,7	12,6	6%	11%	30%	2%
NIGERIA	14,2	11,8	9%	10%	-17%	-2%
SIERRA LEONA	11,3	9,9	7%	8%	-13%	-1%
MARRUECOS	20,4	4,8	13%	4%	-77%	-10%
BENIN	8,7	4,2	6%	4%	-51%	-3%
ANGOLA	5,9	3,2	4%	3%	-46%	-2%
CONGO	4,8	2,8	3%	2%	-40%	-1%
GABON	2,7	2,6	2%	2%	0%	0%
COSTA DE MARFIL	0,6	1,4	0%	1%	136%	1%
GUINEA BISSAU	1,7	1,1	1%	1%	-35%	0%
GUINEA ECUATORIAL	0,6	0,8	0%	1%	37%	0%
CAMERUN	0,9	0,7	1%	1%	-19%	0%
LIBERIA	0,0	0,6	0%	1%	1294%	0%
TUNEZ	0,7	0,6	0%	0%	-14%	0%
Sub total	148	114	97%	98%	-23%	
Resto	5	2	3%	2%	-52%	
Total	153	117	100%	100%	-24%	-24%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Entre los mercados que registraron una mayor incidencia se destacan Argelia, Sudáfrica y Costa de Marfil. Siendo Marruecos y Benín los que presentan una incidencia negativa mayor, de 9 y 4 puntos porcentuales respectivamente.

Gráfico N°8 – Incidencia de las exportaciones en el segundo semestre 2015



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

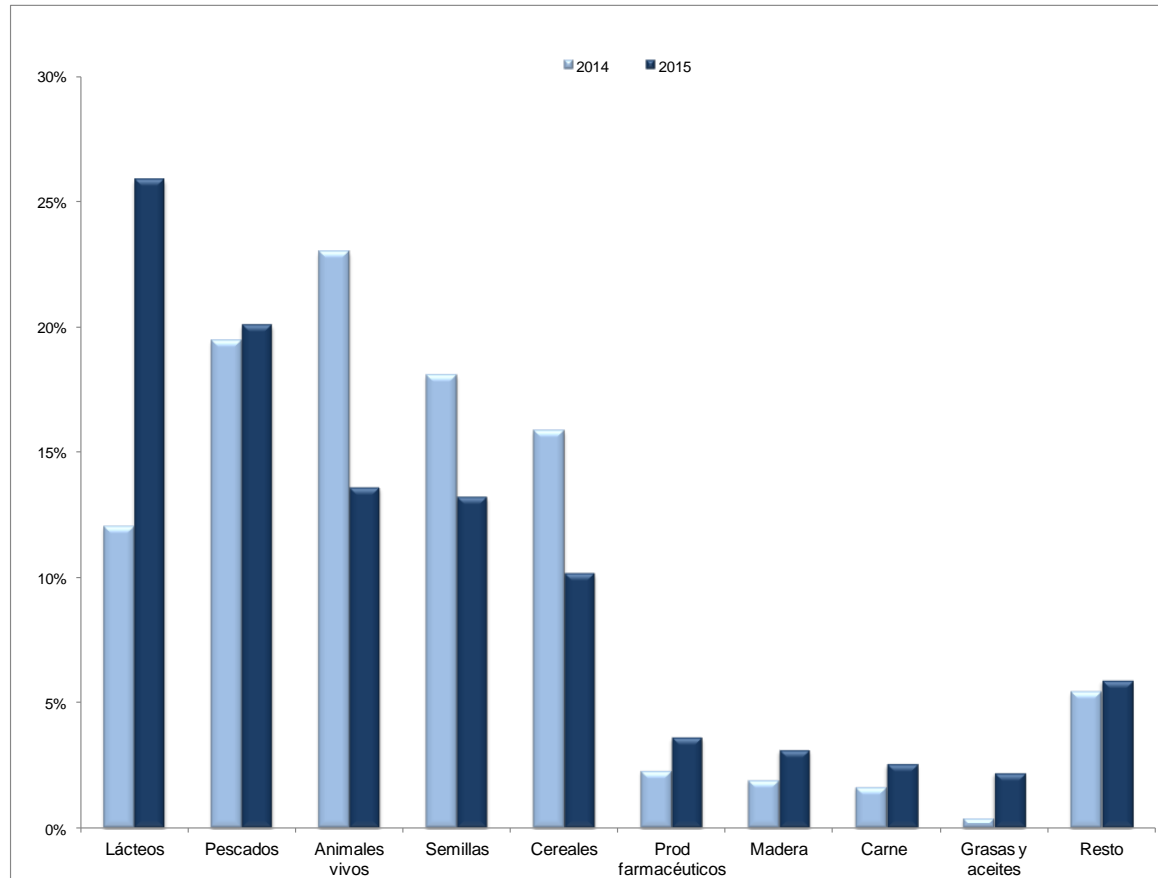
Al analizar las colocaciones uruguayas por producto predominan las exportaciones de los bienes primarios y manufacturas agroindustriales. El principal producto exportado en el semestre fueron los lácteos por un valor de U\$S 30 millones, presentando un crecimiento del 64% respecto al mismo semestre de 2014. En segundo lugar se ubican los pescados y crustáceos con compras por U\$S 23 millones y con una variación negativa de 21%, seguidos por los animales vivos y semillas y frutos oleaginosos que también presentaron caídas del 55% y 44% respectivamente. Estos cuatro bienes representaron en conjunto el 73% del total de los envíos hacia África en el período. Cabe destacar que el sector de productos farmacéuticos ha presentado un crecimiento de 20% en sus colocaciones al mercado africano en el período de julio a diciembre de 2015.

Cuadro N°4 - Exportaciones uruguayas hacia África por producto (Julio - Diciembre)

Capítulo (2) Descripción abreviada	Julio - Diciembre					
	En millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2014	2015	2014	2015	2015/2014	
04-LECHE Y PRODUCTOS LACTEOS.	18,4	30,1	12,0%	25,8%	64%	8%
03-PESCADOS Y CRUSTACEOS.	29,7	23,4	19,5%	20,0%	-21%	-4%
01-ANIMALES VIVOS.	35,1	15,8	23,0%	13,6%	-55%	-13%
12-SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS.	27,6	15,4	18,1%	13,2%	-44%	-8%
10-CEREALES.	24,2	11,8	15,9%	10,1%	-51%	-8%
30-PRODUCTOS FARMACEUTICOS.	3,5	4,2	2,3%	3,6%	20%	0%
44-MADERA, CARBON VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA.	2,9	3,6	1,9%	3,1%	23%	0%
02-CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES.	2,5	2,9	1,6%	2,5%	19%	0%
15-GRASA Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES.	0,6	2,5	0,4%	2,2%	355%	1%
23-RESIDUOS Y DESPERDICIOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS.	2,4	2,4	1,6%	2,1%	-1%	0%
51-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO; HILADOS Y TEJIDOS DE CRIN.	1,1	1,7	0,7%	1,5%	60%	0%
89-BARCOS Y DEMAS ARTEFACTOS FLOTANTES.	1,9	0,6	1,2%	0,5%	-68%	-1%
Sub total	150	114	98%	98%	-24%	
Resto	3	2	2%	2%	-27%	
Total	153	117	100%	100%	-24%	-24%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

Gráfico N°9 - Participación de las exportaciones uruguayas hacia África por producto (Julio - Diciembre)



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Merece atención el crecimiento del capítulo 04 correspondiente a los productos lácteos. Los productos que explican dicho crecimiento son las partidas 0402 (leche y nata) y 0405 (manteca) con una variación positiva del 121% y 75% respectivamente. En el período han sido 8 empresas las que han exportado hacia 12 países del continente africano. Cabe destacar que se trata de un sector que atraviesa dificultades, por lo que su desempeño y posible diversificación en el mercado africano es un aspecto de suma importancia.

Cuadro N°5 - Exportaciones uruguayas del sector lácteo con destino a África
(Julio - Diciembre)

Descripción abreviada Partida (4)	En millones de US\$		Participación		Variación	Empresas	Países
	2014	2015	2014	2015	2015/2014		
0402-LECHE Y NATA (CREMA)	10,0	22,0	54%	73%	121%	CONAPROLE, Estancias del Lago SRL	Angola, Argelia, Costa de Marfil, Egipto, Mali, Senegal, Marruecos
0405-MANTECA (MANTEQUILLA)	4,5	7,8	24%	26%	75%	Compañía Láctea Agropecuaria Lecheros de Young S.A., CONAPROLE, INLACSA, Pili S.A.	Argelia, Marruecos, Costa de Marfil, Egipto
0401-LECHE Y NATA (CREMA), SIN CONCENTRAR	2,6	0,1	14%	0%	-96%	Cooperativa Agraria de Responsabilidad Limitada, CONAPROLE, Ecolat.	Angola, Mauricio, Madagascar, Mozambique, Sudáfrica, Libia
0409-MIEL NATURAL	0,0	0,1	0%	0%	nc	S.A. Uruguay de Importaciones y Exportaciones	Libia
0406-QUESOS Y REQUESON	1,4	0,1	8%	0%	-95%	CONAPROLE, Estancias del Lago SRL	Angola
Total	18	30	100%	100%	64%	8 empresas	12 países

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

A nivel de empresas, en el segundo semestre de 2015 se observa que diez de ellas explicaron el 69% del total de las colocaciones uruguayas en el mercado africano. En primer lugar se sitúa la empresa Conaprole con una participación del 25%, seguida por Cargill Uruguay S.A. con un 12% y Compañía Italo Uruguaya de Pesca con un 7%, representando estas tres un 44% del total. Asimismo, cabe destacar que Conaprole presentó una variación positiva de 63% respecto al mismo período del año anterior y Urufor S.A. del 27%. Por su parte, las colocaciones de la empresa Samán tuvieron una caída del 39%, respecto al segundo semestre de 2014. La misma tendencia negativa presentó Industrias Pesqueras Valymar S.A., Compañía Italo Uruguaya de Pesca y Novabarca S.A., las tres del sector de la pesca, con disminuciones de 25%, 21% y 13% respectivamente.

Merece especial atención la aparición de nuevas empresas exportadoras hacia el continente africano en el segundo semestre de 2015. Entre ellas se destacan TGL Uruguay S.A. y ALPINO S.A. del rubro de los granos, Yarus S.A. empresa exportadora de harina de carne y hueso, pescado y sebo, así como también la empresa Portinor S.A. exportadora de ganado en pie. Por otro lado, es de destacar importantes disminuciones en las colocaciones de empresas como Cereoil S.A., Paso Dragón S.A. y LDC Uruguay S.A. del sector de granos, y Gladenur S.A. y Herbal Paradise S.A. empresas exportadoras de ganado en pie, todas ellas no han presentado exportaciones hacia el mercado de África en el segundo semestre del año 2015. De esta manera, se observa que los dos sectores que han presentado importantes variaciones con montos importantes en las colocaciones de las empresas uruguayas en África son los de granos y ganado en pie, dado que los dos rubros registran importantes montos hace que esto influya significativamente en los totales de lo exportado

en el semestre. Asimismo, en el caso de los granos se ve estrechamente relacionado con el período de cosecha que puede afectar los meses en que finalmente se comercializa este tipo de bienes.

Cuadro N°6 – Exportaciones uruguayas hacia África por empresa

Ranking	Empresa	Julio - Diciembre				
		En millones de U\$S		Participación		Variación
		2014	2015	2014	2015	2015/2014
1	COOPERATIVA NACIONAL DE PRODUCTORES DE LECHE	18,0	29,4	12%	25%	63%
2	CARGILL URUGUAY SA	0,0	13,6	0%	12%	nc
3	COMPAÑIA ITALO URUGUAYA DE PESCA	10,0	7,9	7%	7%	-21%
4	LOS CHAROLES SOCIEDAD ANONIMA	0,0	5,2	0%	5%	nc
5	NOVABARCA SOCIEDAD ANONIMA	5,6	4,9	4%	4%	-13%
6	S A MOLINOS ARROCEROS NACIONALES SAMAN	8,0	4,9	5%	4%	-39%
7	ESCOLTIX S.A.	0,0	4,5	0%	4%	nc
8	INDUSTRIAS PESQUERAS VALYMAR SOCIEDAD ANONIMA	5,1	3,9	3%	3%	-25%
9	URUFOR S A	2,8	3,5	2%	3%	27%
10	OLKANY S.A.	0,0	3,2	0%	3%	nc
Sub total		50	81	32%	69%	64%
Resto		103	36	68%	31%	-65%
Total		153	117	100%	100%	-24%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

En cuanto al desempeño de los productos industriales colocados por Uruguay en África, se exportaron US\$ 11 millones en el período comprendido entre julio y diciembre de 2015, obteniendo una variación positiva del 8% respecto al mismo semestre del año anterior. Las mismas representaron un 10% del total de los bienes exportados al continente africano en el semestre.

Cuadro 7 – Exportaciones uruguayas hacia África de productos industriales

(Julio - Diciembre 2014 – 2015)

Producto	En millones de U\$S		Participación sobre el total exportado a África de los productos industriales		Variación 2015/2014	Incidencia	Empresas 2015*	Destinos 2015*
	2014	2015	2014	2015				
30 - Productos farmacéuticos	3,5	4,2	32,2%	36,0%	20%	6,4%	Microsules, Prondil, Lage y Cia.	Sudáfrica, Argelia, Mauritania, Zambia
44 - Madera	2,9	3,6	27,0%	31,0%	23%	6,3%	Urufor	Sudáfrica
51 - Lana	1,1	1,7	9,9%	14,7%	60%	5,9%	Engraw, Rantex	Sudáfrica, Marruecos
89 - Barcos**	1,9	0,6	17,2%	5,2%	-68%	-11,7%	Tsakos	Liberia
38 - Otros productos químicos	0,2	0,4	2,0%	3,7%	103%	2,0%	Enzur	Sudán, Kenia
32 - Extractos curtientes o tintóreos.	0,5	0,3	4,4%	2,8%	-32%	-1,4%	Pinturas Inca	Sudáfrica
63 - Los demás artículos textiles.	0,2	0,2	2,0%	1,5%	-22%	-0,4%	S.A. Molinos Arroceros Nacionales SAMAN	Sierra Leona
39 - Plásticos	0,1	0,2	0,6%	1,3%	126%	0,8%	Lage y Cia	nc
60 - Tejidos de punto	0,1	0,1	1,4%	1,3%	0%	0,0%	Textil La Paz	Sudáfrica
Total	10	11	97%	97%	8%	8%	12 empresas	13 países

* Empresas o destinos que superaron los U\$S 100 mil en el segundo semestre de 2015.

** Se trata de operaciones de reparación realizadas en Uruguay.

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

2.2 Importaciones segundo semestre 2015/2014

En el segundo semestre del 2014 - 2015 las importaciones desde África disminuyeron un 73%, hecho que se explica fundamentalmente por la caída del precio del petróleo. La concentración de este producto en la canasta de bienes importados desde el continente africano en el último semestre representó un 92%. Sin computar la compra de petróleo, las importaciones hubieran disminuido un 10%.

Cuadro N° 8 – **Importaciones uruguayas desde África**

Mes	Julio - diciembre, en millones de US\$		
	2014	2015	Variación
Julio	222,5	4,3	-98%
Agosto	3,0	3,9	30%
Septiembre	5,5	4,5	-19%
Octubre	225,0	10,1	-96%
Noviembre	8,9	125,7	1320%
Diciembre	112,3	6,1	-95%
Total	577	155	-73%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Las importaciones bajo el régimen de admisión temporaria tuvieron una variación negativa durante el segundo semestre del 2015 de un 7%. Los principales productos importados dentro de este régimen fueron pieles y cueros (capítulo 41) con un aumento de 17% y el cacao (capítulo 18) con un crecimiento de 129%. Por otra parte, los plásticos (capítulo 39) y los pescados (capítulo 03) tuvieron una caída del 30% y el 85% respectivamente.

Nigeria continúa siendo el principal socio comercial africano con el 80% de lo importado por Uruguay desde esa región. Si bien las importaciones cayeron, este país aumentó su participación en la totalidad de lo adquirido desde esa región. Argelia es el mercado que muestra una mayor variación con respecto al año anterior, aumentando un 592%. Las importaciones de este país han superado los 12 millones en el segundo semestre del 2015, explicado por las compras de combustibles minerales y de fosfato de calcio natural.

Cuadro N°9 – Importaciones uruguayas desde África por origen

(Julio - Diciembre 2014 – 2015)

País	En millones de US\$		Participación	
	2014	2015	2014	2015
NIGERIA	330,2	124,3	57,2%	80,5%
ARGELIA	1,8	12,4	0,3%	8,0%
SUDAFRICA	9,5	9,4	1,7%	6,1%
EGIPTO	5,6	4,0	1,0%	2,6%
TOGO	3,9	2,2	0,7%	1,4%
RESTO	226,1	2,2	39,2%	1,4%
TOTAL	577	155	100%	100%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

A nivel del desempeño de los bienes importados desde África en el segundo semestre del 2015, además de la caída del precio del petróleo comentado anteriormente, se debe mencionar la creciente importancia del capítulo 25 (sal, azufre) y 41 (cueros y pieles), los que se ubican en el segundo y tercer de lugar de los productos adquiridos desde el continente africano.

La caída que se aprecia en el resto de los mercados que no figuran en el cuadro N°9, corresponde a que durante el segundo semestre del 2015 no se le compró petróleo a Angola, país que en el mismo período del año anterior vendió a Uruguay US\$ 221 millones en este producto.

En cuanto a las empresas, durante el período de julio a diciembre del 2015 ANCAP continuó siendo la principal importadora. A pesar de eso, su participación descendió de un 95% a un 85% con respecto al año anterior, registrado a su vez una variación de 76% con respecto a lo importado en el segundo semestre de 2014. La segunda empresa importadora fue ISUSA (Industria Sulfúrica S.A.) aumentando su participación de 1,2% a 4,2%. Por su parte, Bader International aumentó también su participación a un 3,5%, teniendo una variación positiva de 18%. Se debe destacar que esta empresa duplicó sus compras durante el 2015 con respecto al año anterior, pasando a superar los US\$ 12 millones y ubicándose como la segunda empresa en importancia. Los productos adquiridos por Bader International fueron fundamentalmente pieles y cueros (capítulo 41).

3. África: el mercado del futuro

En enero de 2011 la revista *The Economist* mencionaba la creciente importancia que estaba tomando África en la economía internacional, definiéndolo como el próximo gran mercado. En el 2013, la prestigiosa publicación vuelve a reafirmar que es el momento para el continente africano.

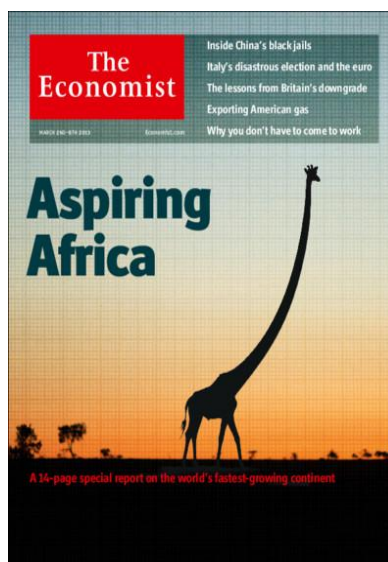
¿Por qué África es el próximo gran mercado?

En un contexto en el que las principales economías del mundo se desaceleran o no terminan de recuperarse de la pasada crisis, África se presenta como una alternativa para aquellos empresarios interesados en invertir o en colocar sus productos en el exterior. Elevadas tasas de crecimiento, gran crecimiento poblacional y una clase media creciente, colocan a la región como un mercado al que se debe prestar atención.

El informe *Doing Business 2016*⁴ muestra que los países subsaharianos son los que mayores reformas han implementado para mejorar su comercio internacional: 35 de 47 economías en el África subsahariana (lo que representa un 74%) han implementado al menos una reforma durante el año 2015. Cabe destacar la labor de Ruanda, país en donde se aplicaron la mayor cantidad de reformas en pos de la facilitación del comercio. Sin embargo, todavía queda un gran camino por recorrer en este sentido. La falta de infraestructura adecuada y de sistematización de la información, hacen que los costos de exportación e importación sean aún elevados.

Estas mejoras han llevado a que las consultoras internacionales comiencen a estudiar los potenciales negocios que pueden realizarse en ese continente. Un informe de PWC⁵ menciona cuales son los principales sectores para invertir en África, entre los que destaca el consumo minorista, la agricultura, las materias primas y las manufacturas. Estos sectores, que se encuentran en crecimiento, necesitan de un fuerte desarrollo en el sector logístico para apoyar su expansión.

En cuanto al consumo minorista, Sudáfrica es el país con mayor desarrollo en este sector contando con un amplio porcentaje de establecimientos formales. Esto, sin embargo, no es lo que sucede en el resto de los países donde la informalidad es un factor predominante. Las empresas deben considerar el establecimiento de cadenas de distribución que contemplen en su estrategia la existencia de los



⁴ World Bank Group (2016). *Doing Business 2016*. Disponible en:

<http://www.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB16-Full-Report.pdf>

⁵ PWC (2013). *Africa gearing up*. Disponible en:

https://www.pwc.com/ml/en/publications/africa_gearing_up_-_transport_and_logistics_industry-web.pdf

canales informales que tienen gran alcance en el comercio minorista de la mayoría de los países africanos. Por otra parte, Kenia se presenta como un mercado interesante para aquellas empresas que quieran abarcar el este de África, ya que esta es una región que muestra una expansión de su población y un crecimiento de su clase media. Según el mencionado informe, alrededor de un 70% de las principales compañías de bienes de consumo ya están operando en el continente. Esto muestra cómo las multinacionales empiezan a considerar a África como un mercado al cual se le debe prestar atención. Entre ellas podemos destacar importantes empresas en el rubro de las bebidas y alimentos, cosméticos y vestimenta que operan en África desde hace un tiempo.

Cuadro N°10 – Algunas empresas instaladas en países africanos

Empresa	País	Sector
H&M	Sudáfrica	Vestimenta
Cotton on	Sudáfrica	Vestimenta
Coca Cola	Uganda, Sudáfrica, Namibia, Mozambique, Kenia, Etiopía.	Bebidas/alimentos
SabMiller	Sudáfrica, Mozambique, Zimbawe, Zambia, Tanzania, Kenia, Uganda, Sudán del Sur, Etiopía, Nigeria, Ghana.	Bebidas/alimentos
Domino's	Nigeria, Sudáfrica	Bebidas/alimentos
Marriott	Argelia, Egipto, Etiopía, Ghana, Libia, Malawi,	Hotelería
L'Oreal	Sudáfrica, Ghana, Nigeria y Kenia	Cosméticos
Starbucks	Egipto, Marruecos y Sudáfrica (apertura 2016)	Bebidas/alimentos
Diageo	Nigeria, Kenia, Tanzania, Uganda, Burundi, Ruanda, Sudán del Sur, Ghana, Camerún, Etiopía, Angola, Reunión, Seychelles, Sudáfrica.	Bebidas/alimentos
Nestlé	Ghana, Sudáfrica	Bebidas/alimentos
Unilever	Kenia, Sudáfrica,	
DWS Invest África (Deutsche Bank)	Sudáfrica, Egipto, Nigeria y Ghana.	Bancario

Fuente: DNII en base a las páginas web de las empresas.

En cuanto a la agricultura se debe mencionar la importancia que la misma tiene para el PIB de los países africanos. Si bien la misma aún no se encuentra en su máximo potencial. Esto abre una oportunidad para que el crecimiento de los países continúe al alza en los próximos años.

Actualmente la tierra cultivada en África representa un 25% de la tierra cultivable del mundo pero solo representa el 10% de lo que se produce. Según el Banco Mundial, la República Democrática del Congo podría alimentar a cerca de 1.000 millones de personas si dicho país logra un aumento de su productividad agrícola tras un proceso de modernización. Por su parte, Tanzania tiene una capacidad del 20% de su tierra apta para la agricultura pero solamente el 5% está cultivada actualmente. Los principales países que exportan productos agrícolas son Egipto, Kenia y Sudáfrica, mientras que en los demás países predomina una agricultura de subsistencia. África tiene la capacidad de convertirse en el próximo gran exportador de productos agrícolas del mundo, pero

para ello debe implementar reformas profundas en la producción de dicho sector. Cabe recordar que la agricultura ocupa el 70% de la mano de obra, y es después de la minería y la extracción, el segundo sector en términos del PIB del continente.

La reconocida competitividad internacional alcanzada por Uruguay y los países del Mercosur permiten identificar enormes oportunidades en la exportación del *Know How* a países africanos en dicho sector (Brasil posee programas ambiciosos en este sentido) y la implementación de programas de cooperación entre África y Uruguay.

Otro sector que tiene potencial dentro del continente africano es el de internet y sus servicios derivados. Si bien aún continúa siendo baja la penetración de internet en el continente, la población no escapa a las últimas tendencias digitales. Lo cierto es que las redes sociales y *blogs* forman parte de la vida de los ciudadanos de esos países. En efecto, el informe de *McKinsey Global Institute* denominado *Lions go digital: the Internet's transformative potential in Africa*⁶ muestra el impacto de internet en la economía africana.

Cuadro N°11 – **El comercio electrónico en África**

	2013	2025
Penetración de Internet	16%	50%
Usuarios de Internet	167 millones	600 millones
Smartphone	67 millones	360 millones
Contribución de Internet al PBI	18 billones	300 billones
Usuarios de Facebook	51,6 millones	-
Ventas electrónicas anuales	-	75 billones

Fuente: McKinsey Global Institute (2013)

La expansión de internet por el continente deberá estar acompañada de una política de Estado y una mayor capacitación de los recursos humanos, los que actualmente son muy poco calificados. Dichos cambios abrirán a su vez la oportunidad para las empresas que desean invertir en el sector. Un mayor avance en las tecnologías de la información y de la comunicación se verá reflejado en otras áreas de la economía, mejorando procedimientos y técnicas que impulsaran la innovación. Según el mencionado informe, internet ha contribuido en más del 10% del PIB en los últimos cinco años en países como China, India y Brasil, por lo que es esperable adquiera cada vez más importancia en África.

⁶ Mc Kinsey (2013). *Lions go digital: The Internet's transformative potential in Africa*. Disponible en <http://www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/lions-go-digital-the-internets-transformative-potential-in-africa>

¿Cuáles son los desafíos que enfrenta África en el comercio internacional?

Si bien los estudios hablan del continente en su conjunto, la realidad es que se compone de más de 50 países con realidades dispares que hacen que cada uno de los mercados deba ser estudiado con atención.

Como todo mercado emergente, la inestabilidad es un factor que debe ser tenido en cuenta a la hora de realizar negocios. África es aún muy dependiente de los precios internacionales de los commodities. Un cambio en las reglas de juego de los mismos influye directamente en sus economías debido a la escasa diversificación productiva y poca participación de los servicios en el PIB.

Por otro lado, el mejoramiento de la infraestructura y logística se vuelve fundamental para poder conectarse con el resto del mundo. Hay que recordar que 16 países no tienen salida al mar, por lo que el desarrollo de una buena plataforma logística interna es un tema fundamental para la inserción de estos países en el comercio internacional. Por otra parte, el comercio intra regional continua siendo muy bajo y es aquí donde los procesos de integración regional podrían jugar un rol clave. Como se mencionó en el boletín anterior, el continente cuenta con los esquemas de integración necesarios como para avanzar en un desarrollo institucional, si bien los mismos presentan algunos desafíos: incapacidad para cumplir con sus objetivos originarios, barreras no arancelarias al comercio, superposición de esquemas de integración, entre otros.

Lo cierto es que en el contexto actual los países emergentes tienen un rol predominante en el concierto internacional, pero sin embargo se están viendo afectados por la desaceleración de sus economías, lo que podría otorgar a África una oportunidad como potencial nuevo mercado.

4. Anexo estadístico

4.1 Exportaciones

Cuadro N° 12 – Exportaciones uruguayas hacia África por país de destino

País	Julio - Diciembre					
	En millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2014	2015	2014	2015	2015/2014	
EGIPTO	49,5	35,2	32%	30%	-29%	-9%
ARGELIA	16,2	21,9	11%	19%	36%	4%
SUDAFRICA	9,7	12,6	6%	11%	30%	2%
NIGERIA	14,2	11,8	9%	10%	-17%	-2%
SIERRA LEONA	11,3	9,9	7%	8%	-13%	-1%
MARRUECOS	20,4	4,8	13%	4%	-77%	-10%
BENIN	8,7	4,2	6%	4%	-51%	-3%
ANGOLA	5,9	3,2	4%	3%	-46%	-2%
CONGO	4,8	2,8	3%	2%	-40%	-1%
GABON	2,7	2,6	2%	2%	0%	0%
COSTA DE MARFIL	0,6	1,4	0%	1%	136%	1%
GUINEA BISSAU	1,7	1,1	1%	1%	-35%	0%
GUINEA ECUATORIAL	0,6	0,8	0%	1%	37%	0%
CAMERUN	0,9	0,7	1%	1%	-19%	0%
LIBERIA	0,0	0,6	0%	1%	1294%	0%
TUNEZ	0,7	0,6	0%	0%	-14%	0%
Sub total	148	114	97%	98%	-23%	
Resto	5	2	3%	2%	-52%	
Total	153	117	100%	100%	-24%	-24%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Cuadro N° 13 – Exportaciones uruguayas hacia África por producto

Capítulo (2) Descripción abreviada	Julio - Diciembre					
	En millones de U\$S		Participación		Variación 2015/2014	Incidencia
	2014	2015	2014	2015		
04-LECHE Y PRODUCTOS LACTEOS; HUEVOS DE AVE.	18,4	30,1	12%	26%	64%	8%
03-PESCADOS Y CRUSTACEOS, MOLUSCOS.	29,7	23,4	19%	20%	-21%	-4%
01-ANIMALES VIVOS.	35,1	15,8	23%	14%	-55%	-13%
12-SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS.	27,6	15,4	18%	13%	-44%	-8%
10-CEREALES.	24,2	11,8	16%	10%	-51%	-8%
30-PRODUCTOS FARMACEUTICOS.	3,5	4,2	2%	4%	20%	0%
44-MADERA, CARBON VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA.	2,9	3,6	2%	3%	23%	0%
02-CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES.	2,5	2,9	2%	3%	19%	0%
15-GRASA Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES.	0,6	2,5	0%	2%	355%	1%
23-RESIDUOS Y DESPERDICIOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS.	2,4	2,4	2%	2%	-1%	0%
51-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO; HILADOS Y TEJIDOS DE CRIN.	1,1	1,7	1%	1%	60%	0%
89-BARCOS Y DEMAS ARTEFACTOS FLOTANTES.	1,9	0,6	1%	1%	-68%	-1%
38-PRODUCTOS DIVERSOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS	0,2	0,4	0%	0%	103%	0%
32-EXTRACTOS CURTIENTES O TINTOREOS.	0,5	0,3	0%	0%	-32%	0%
08-FRUTAS Y FRUTOS COMESTIBLES.	0,5	0,2	0%	0%	-50%	0%
05-LOS DEMAS PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL.	0,2	0,2	0%	0%	-6%	0%
18-CACAO Y SUS PREPARACIONES.	0,6	0,2	0%	0%	-71%	0%
63-LOS DEMAS ARTICULOS TEXTILES CONFECCIONADOS.	0,2	0,2	0%	0%	-22%	0%
39-PLASTICO Y SUS MANUFACTURAS.	0,1	0,2	0%	0%	126%	0%
60-TEJIDOS DE PUNTO.	0,1	0,1	0%	0%	0%	0%
87-VEHICULOS AUTOMOVILES, TRACTORES.	0,1	0,1	0%	0%	26%	0%
28-PRODUCTOS QUIMICOS INORGANICOS.	0,1	0,0	0%	0%	-55%	0%
29-PRODUCTOS QUIMICOS ORGANICOS.	0,0	0,0	0%	0%	144%	0%
41-PIELAS (EXCEPTO LA PELETERIA) Y CUEROS.	0,0	0,0	0%	0%	1561%	0%
90-INSTRUMENTOS Y APARATOS DE OPTICA.	0,1	0,0	0%	0%	-49%	0%
70-VIDRIO Y SUS MANUFACTURAS.	0,0	0,0	0%	0%	300%	0%
71-PERLAS NATURALES (FINAS)* O CULTIVADAS.	0,0	0,0	0%	0%	nc	nc
69-PRODUCTOS CERAMICOS.	0,0	0,0	0%	0%	nc	nc
16-PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTACEOS.	0,0	0,0	0%	0%	-76%	0%
31-ABONOS.	0,0	0,0	0%	0%	nc	nc
40-CAUCHO Y SUS MANUFACTURAS.	0,0	0,0	0%	0%	19%	0%
85-MAQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELECTRICO, Y SUS PARTES.	0,0	0,0	0%	0%	-78%	0%
84-REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MAQUINAS.	0,0	0,0	0%	0%	-88%	0%
34-JABON, AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICOS.	0,0	0,0	0%	0%	-59%	0%
19-PREPARACIONES A BASE DE CEREALES, HARINA, ALMIDON.	0,0	0,0	0%	0%	-100%	0%
22-BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE.	0,1	0,0	0%	0%	-100%	0%
35-MATERIAS ALBUMINOIDEAS.	0,0	0,0	0%	0%	-100%	0%
37-PRODUCTOS FOTOGRAFICOS O CINEMATOGRAFICOS.	0,0	0,0	0%	0%	-100%	0%
42-MANUFACTURAS DE CUERO; ARTICULOS DE TALABARTERIA.	0,0	0,0	0%	0%	-100%	0%
58-TEJIDOS ESPECIALES.	0,0	0,0	0%	0%	-100%	0%
73-MANUFACTURAS DE FUNDICION, HIERRO O ACERO.	0,0	0,0	0%	0%	-100%	0%
83-MANUFACTURAS DIVERSAS DE METAL COMUN.	0,0	0,0	0%	0%	-100%	0%
Total general	153	117	100%	100%	-24%	-24%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

4.2 Importaciones

Cuadro 14 – Importaciones uruguayas desde África por origen

País	Julio - Diciembre					
	En millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2014	2015	2014	2015	2015/2014	2015
NIGERIA	33015,0%	12434,4%	57%	80%	-62,3%	-35,7%
ARGELIA	179,1%	1243,0%	0%	8%	594,0%	1,8%
SUDAFRICA	955,0%	938,1%	2%	6%	-1,8%	0,0%
EGIPTO	564,9%	399,1%	1%	3%	-29,4%	-0,3%
TOGO	389,0%	216,5%	1%	1%	-44,3%	-0,3%
MARRUECOS	268,1%	91,3%	0%	1%	-66,0%	-0,3%
GHANA	4,1%	50,1%	0%	0%	1131,9%	0,1%
TUNEZ	63,8%	38,1%	0%	0%	-40,3%	0,0%
GABON	6,8%	16,2%	0%	0%	139,2%	0,0%
SENEGAL	99,1%	10,5%	0%	0%	-89,4%	-0,2%
COSTA DE MARFIL	0,0%	4,3%	0%	0%	n/c	n/c
SEYCHELLES	2,2%	3,1%	0%	0%	41,6%	0,0%
MAURICIO	1,2%	2,7%	0%	0%	122,5%	0,0%
TANZANIA	0,6%	2,5%	0%	0%	296,3%	0,0%
MADAGASCAR	0,6%	0,8%	0%	0%	44,8%	0,0%
KENIA	1,8%	0,7%	0%	0%	-58,5%	0,0%
Sub total	356	155	62%	100%		
Resto	222	0	38%	0%		
Total	577	155	100%	100%	-73%	-73%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Cuadro 15 – Importaciones uruguayas originarias de África por producto

Capítulo (2) Descripción abreviada	Julio - Diciembre					
	En millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2014	2015	2014	2015	2015/2014	2015
27-COMBUSTIBLES MINERALES.	550,7	131,6	95,9%	85,2%	-76%	-72,9%
25-SAL; AZUFRE; TIERRAS Y PIEDRAS; YESOS, CALES Y CEMENTOS.	5,7	6,6	1,0%	4,3%	16%	0,2%
41-PIELES (EXCEPTO LA PELETERIA) Y CUEROS.	4,8	5,6	0,8%	3,6%	16%	0,1%
31-ABONOS.	5,8	2,5	1,0%	1,6%	-58%	-0,6%
18-CACAO Y SUS PREPARACIONES.	0,5	1,2	0,1%	0,8%	123%	0,1%
62-PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR	0,9	0,9	0,2%	0,6%	0%	0,0%
39-PLASTICO Y SUS MANUFACTURAS.	1,6	0,8	0,3%	0,5%	-50%	-0,1%
28-PRODUCTOS QUIMICOS INORGANICOS; COMPUESTOS INORGANICOS.	0,4	0,8	0,1%	0,5%	95%	0,1%
85-MAQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELECTRICO, Y SUS PARTES.	0,5	0,7	0,1%	0,5%	54%	0,0%
48-PAPEL Y CARTON; MANUFACTURAS DE PASTA DE CELULOSA.	0,8	0,7	0,1%	0,5%	-16%	0,0%
29-PRODUCTOS QUIMICOS ORGANICOS.	0,6	0,3	0,1%	0,2%	-59%	-0,1%
12-SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS; SEMILLAS Y FRUTOS DIVERSOS.	0,1	0,3	0,0%	0,2%	259%	0,0%
11-PRODUCTOS DE LA MOLINERIA; MALTA; ALMIDON Y FECULA.	0,2	0,2	0,0%	0,1%	-9%	0,0%
84-REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MAQUINAS.	0,2	0,2	0,0%	0,1%	17%	0,0%
44-MADERA, CARBON VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA.	0,2	0,2	0,0%	0,1%	16%	0,0%
03-PESCADOS Y CRUSTACEOS, MOLUSCOS Y DEMAS.	1,4	0,2	0,2%	0,1%	-86%	-0,2%
Sub total	575	153	100%	99%	-73%	
Resto	3	2	0%	1%	-34%	
Total	577	155	100%	100%	-73%	-74%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.