

Las relaciones comerciales entre Uruguay e Indonesia

Ignacio Bartesaghi¹

1. Introducción

En los últimos años, la cancillería uruguaya ha puesto el foco en profundizar las relaciones de Uruguay y el Mercosur con Asia Pacífico, lo que llevó a una potenciación de la Embajada de Uruguay en China, así como a la apertura de un nuevo consulado en dicho país, entre otras acciones.

Asimismo, junto con el apoyo del sector privado y académico, desde la cancillería se han aumentado los contactos con los países de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), lo que se concretó con la decisión de abrir una nueva embajada de Uruguay en el exterior, en este caso en Yakarta, Indonesia.

Más recientemente, la región recibió una misión exploratoria del Ministerio de Comercio e Industria de Singapur, la que confirmó el interés de dicho país en iniciar negociaciones con el Mercosur. En el marco de la reciente cumbre del Mercosur realizada en Asunción, el canciller Nin Novoa adelantó la apertura de negociaciones con Singapur y mostró el interés en seguir el mismo camino con Indonesia.

El presente estudio tiene por objetivo analizar las características del comercio de Uruguay con Indonesia, adelantando la potencialidad de una relación que hoy poco importante en términos comerciales, económicos y de cooperación.

¹ Informe elaborado en el marco de la Cátedra Mercosur – ASEAN con la colaboración del Consulado Honorario de Indonesia en Uruguay. Por contactos con el consulado: consuladodeindonesiauy@gmail.com Cónsul: Dr. Nicolás Potrie, Vicecónsul: Lic. Mariángel Madini.

Fecha de realización del artículo: julio de 2018.

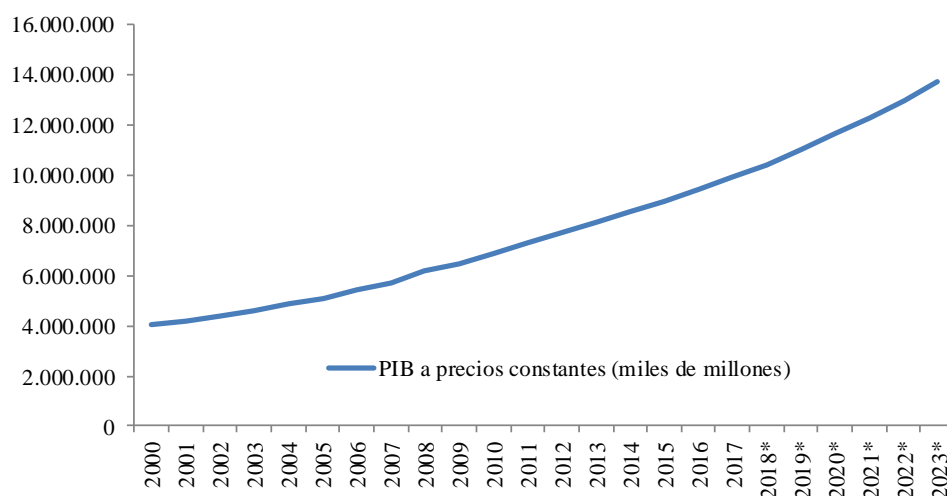
@i_bartesaghi

2. Caracterización de Indonesia

Indonesia se ubica dentro de las primeras 10 economías a nivel mundial, mostrando un gran dinamismo de su Producto Interno Bruto (PIB) en los últimos años. Su producto muestra variaciones superiores al 5% desde el año 2000, desempeño que se mantendría al menos hasta el año 2023. De cualquier forma, aún posee niveles de PIB per cápita muy bajos (no supera los US\$ 3.500 medido en dólares corrientes de acuerdo a datos del Banco Mundial).

Se trata de la principal economía del sudeste asiático, con una población mayoritariamente musulmana (87,2% de la población) y con características geográficas que lo enfrentan a enormes desafíos (compuesta por más de 17.000 islas) pero también a enormes oportunidades geopolíticas (ubicación estratégica).

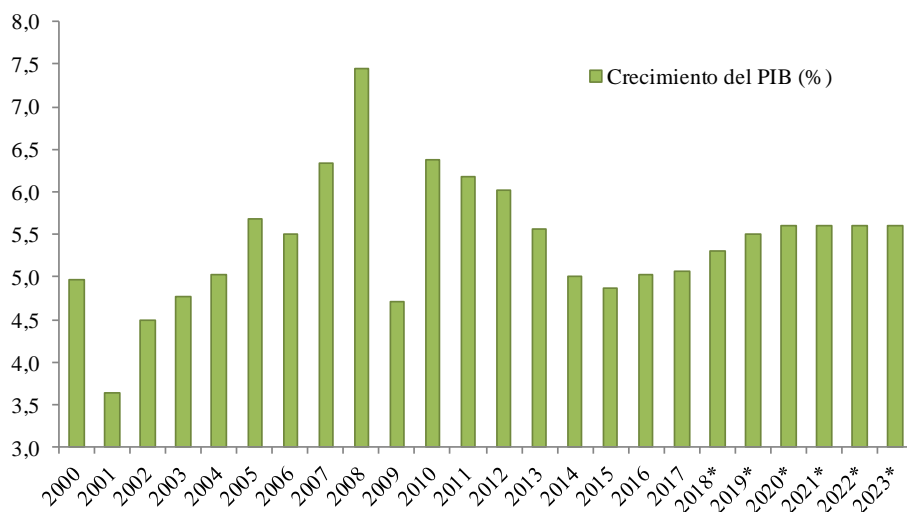
Gráfico 1 - Evolución del PIB de Indonesia



*Proyecciones

Fuente: elaboración propia en base al FMI.

Gráfico 2 - Tasa de crecimiento del PIB de Indonesia

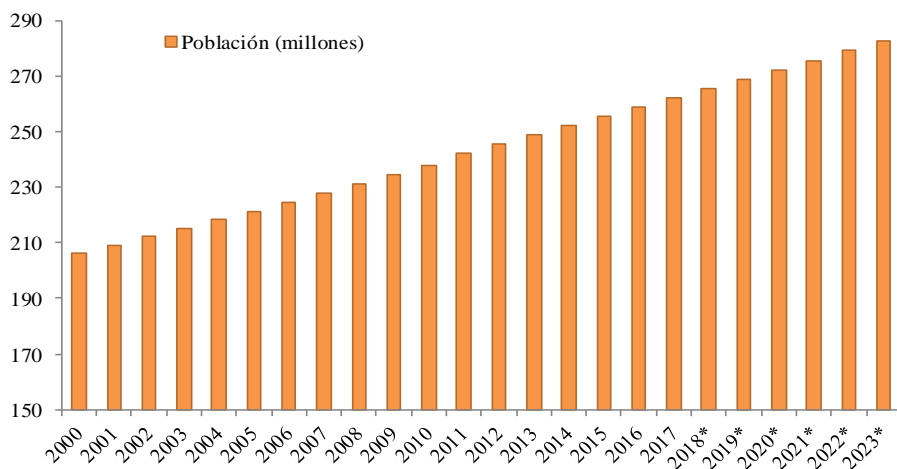


*Proyecciones

Fuente: elaboración propia en base al FMI.

Otra variable de suma importancia a la hora de analizar el mercado de Indonesia tiene que ver con su población, ya que se trata del cuarto país más poblado del mundo con 262 millones de habitantes. De acuerdo a las proyecciones del FMI, dicho país contará con más de 282 millones de habitantes en el año 2023. Además, debe tenerse en cuenta la juventud de su población, ya que el 34,4% (cerca de 90 millones de personas) posee menos de 25 años de edad. Esta realidad tiene implicancias tanto en los patrones de consumo como en las características de la fuerza laboral.

Gráfico 3 - Evolución de la población de Indonesia

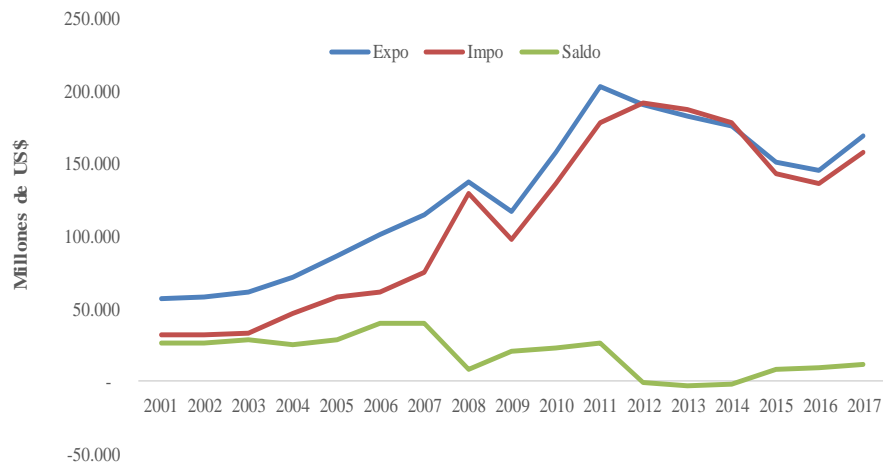


*Proyecciones

Fuente: elaboración propia en base al FMI.

En cuanto al comercio internacional, Indonesia aún está muy por debajo de su potencial mostrando una economía bastante cerrada, pero con señales de sofisticación e internacionalización progresiva de su industria. El comercio exterior en bienes de Indonesia alcanzó los US\$ 326 mil millones en 2017 y creció al 9% entre los años 2001 – 2017, registrando una balanza comercial favorable. Los indicadores de comercio exterior del país evidencian un nivel de apertura comercial inferior al 20% (flujos comerciales sobre PIB), con una representación menor al 1% del comercio global.

Gráfico 4 - Comercio exterior de Indonesia



Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

En cuanto al comercio exterior de servicios, Indonesia habría superado los US\$ 54.000 millones en 2016, registrando una balanza comercial desfavorable y con niveles de competitividad relativamente bajos en varios subsectores, si bien con una elevada concentración de sus exportaciones en la categoría del turismo (52% del total). Su participación en el comercio global de servicios no superaría el 0,5% del comercio internacional.

Indonesia es miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC) desde sus orígenes y presenta un arancel promedio del 7,9%, siendo algo superior el nivel tarifario en los bienes agrícolas con respecto a los industriales. Los aranceles máximos comprometidos frente a la OMC conocidos como aranceles consolidados son mucho más elevados, alcanzando un promedio del 37,1% (47,1% en agrícola y 35,6% en industriales). Los niveles máximos adelantan el margen de acción que tiene el país en cuanto a la suba de los aranceles sin violentar las reglas de la OMC.

Respecto a sus principales socios comerciales, China se ha transformado en un actor clave del comercio exterior de Indonesia, explicando en 2017 el 14% de las colocaciones externas y el 22% de las importaciones (en 2001 representaba 4% y 6% respectivamente). Como destino de las exportaciones indonesias le sigue en importancia Estados Unidos, Japón, India y Singapur.

En el caso de las importaciones, tras China se destaca Singapur, Japón, Malasia y Tailandia, lo que evidencia la importancia del comercio intrarregional de la ASEAN. Además de ser el país de mayor importancia de este bloque, donde se encuentra la Secretaría General de la organización, los acuerdos

firmados por Indonesia estuvieron durante décadas acotados a la región o limitados a los acuerdos cerrados por la ASEAN. De cualquier forma, si bien muchos de ellos no se encuentran vigentes o están en estudio y consulta, como puede visualizarse en el cuadro 1, es notorio el cambio de posición de la potencia asiática respecto a su apertura comercial.

Con América Latina se destaca el acuerdo recientemente cerrado con Chile (aún no está vigente) y el que negocia con Perú. Al respecto del primero, se trata de un acuerdo no muy ambicioso que evidencia que el país asiático aún está en sus primeros pasos hacia una apertura comercial de corte más profunda.

En los hechos, de acuerdo a la información de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile (DIRECON), el acuerdo firmado está limitado solo a bienes y sus disciplinas relacionadas como acceso al mercado, reglas de origen, medidas sanitarias y fitosanitarias, barreras técnicas al comercio, cooperación aduanera y medidas de defensa comercial entre otros. Las negociaciones sobre servicios e inversiones se dejaron para una segunda etapa.

De los acuerdos en negociación, se destaca el RCEP que vincula a Indonesia -y los otros miembros de la ASEAN- con China, India, Japón, Corea del Sur, Australia y Nueva Zelanda. Se trata de la mega negociación vigente de mayor envergadura a nivel internacional, que engloba nada menos que cerca del 50% de la población mundial. Es posible que las negociaciones se cierren en 2018, lo que sería un hito en la política comercial de varias economías asiáticas debido a la profundidad de los capítulos que se incorporarían.

Cuadro 1 - Acuerdos y negociaciones comerciales de Indonesia

Acuerdo	Estado	Año
ASEAN: Zona de Libre Comercio	Firmado y vigente	1993
EEUU - Indonesia: TLC	En consulta y estudio	1997
ASEAN+3	En consulta y estudio	2004
ASEAN - China: Acuerdo Económico de Cooperación	Firmado y Vigente	2005
CEPEA/ASEAN+6	En consulta y estudio	2005
ASEAN - República de Corea: Acuerdo Económico de Cooperación	Firmado y vigente	2007
ASEAN - Japón: Acuerdo Económico de Cooperación	Firmado y vigente	2008
Japón - Indonesia: Acuerdo de Cooperación Económica	Firmado y vigente	2008
ASEAN - Pakistán: TLC	En consulta y estudio	2009
ASEAN - Australia y Nueva Zelanda: TLC	Firmado y vigente	2010
ASEAN - India: Acuerdo Económico de Cooperación	Firmado y vigente	2010
India - Indonesia: Acuerdo Económico de Cooperación	Negociaciones en curso	2011
Indonesia - EFTA: TLC	Negociaciones en curso	2011
Acuerdo Preferencial de Aranceles: Grupo de ocho países en desarrollo	Firmado y vigente	2011
Taipei, China - Indonesia: TLC	En consulta y estudio	2011
Indonesia - Australia: Acuerdo Económico de Cooperación	Negociaciones en curso	2012
República de Corea - Indonesia: TLC	Negociaciones en curso	2012
Pakistán - Indonesia: TLC	Firmado y vigente	2013
RCEP	Negociaciones en curso	2013
Zona de Libre Comercio de Asia Pacífico	En consulta y estudio	2014
Indonesia - Perú: TLC	En consulta y estudio	2014
Sistema Preferencial de Comercio de la Organización de la Conferencia Islámica	Firmado pero no vigente	2014
ASEAN - Unión Europea: TLC	En consulta y estudio	2015
ASEAN - Unión Económica Euroasiática: TLC	En consulta y estudio	2016
Indonesia - Unión Económica Euroasiática: TLC	En consulta y estudio	2016
Indonesia - Ucrania: TLC	En consulta y estudio	2016
ASEAN - Canadá: TLC	En consulta y estudio	2017
ASEAN - Hong Kong, China: TLC	Firmado pero no vigente	2017
Indonesia - Chile: TLC	Firmado pero no vigente	2017
Indonesia - Turquía: TLC	Negociaciones en curso	2017
Indonesia - Consejo de Cooperación del Golfo: TLC	En consulta y estudio	2018
Indonesia - Kenia: TLC	En consulta y estudio	2018
Indonesia - Marruecos: TLC	En consulta y estudio	2018
Indonesia - Mozambique: TLC	En consulta y estudio	2018
Indonesia - Sudáfrica: TLC	En consulta y estudio	2018

Fuente: elaboración propia en base al Banco Asiático de Desarrollo.

3. Comercio bilateral Uruguay - Indonesia

El comercio bilateral entre Indonesia y Uruguay es sumamente bajo si se tiene en cuenta la importancia del país asiático en el escenario internacional. En 2017, el flujo total en bienes no superó los US\$ 40 millones (US\$ 7 millones de exportaciones y US\$ 32 millones de importaciones) con una balanza comercial favorable a Indonesia. Debe tenerse en cuenta que los datos presentados no incorporan las exportaciones desde y a través de zonas francas (Indonesia informa que importó US\$ 13,6 millones desde Uruguay en 2017, lo que tiene que ver con la pasta de celulosa exportada desde zonas francas).

Considerando el período 1999 - 2017, las exportaciones uruguayas hacia Indonesia crecieron al 3% anual, mientras que las importaciones desde dicho origen lo hicieron al 8% anual. De hecho, si bien se está frente al mayor mercado y economía de la ASEAN, otros países de la región son socios comerciales de mayor relevancia para Uruguay, caso Vietnam, Tailandia, Filipinas y Singapur.

Cuadro 2 - Comercio bilateral Uruguay – Indonesia

(Sin zonas francas)

En millones de US\$

Año	Expo	Impo	Saldo
1999	4	8	-4
2000	1	5	-4
2001	2	6	-4
2002	4	3	1
2003	2	3	-1
2004	1	3	-2
2005	1	4	-2
2006	1	5	-4
2007	1	7	-6
2008	4	11	-6
2009	3	11	-8
2010	8	28	-21
2011	13	49	-36
2012	9	41	-32
2013	11	28	-17
2014	21	40	-19
2015	9	42	-33
2016	8	34	-26
2017	7	32	-26

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

A nivel de producto, se trata de un comercio muy concentrado en las exportaciones de madera y cueros, dos bienes que llegaron a explicar el 85% del total colocado en Indonesia en el año 2017. Comparando las exportaciones de 2017 con las registradas en el año 1999, los cueros sería el bien con un mayor nivel de continuidad. También son muy pocas las empresas nacionales que operan en dicho mercado, sólo tres empresas concentran el 73% del total exportado por Uruguay al país asiático en 2017.

Cuadro 3 - Exportaciones uruguayas con destino a Indonesia por empresa

(Sin zonas francas)

Empresa	Año, en millones de US\$		Participación	
	1999	2017	1999	2017
URUFOR S A	0,0	2,9	0,0%	42,0%
PAYCUEROS S A	3,4	1,3	92,5%	19,2%
JBS LEATHER URUGUAY S.A.	0,0	0,9	0,0%	12,4%
DANK S A	0,0	0,4	0,0%	6,2%
CAJA DE JUBILACIONES Y PENSIONES BANCARIAS	0,0	0,4	0,0%	5,7%
SCOLAR URUGUAY S.A.	0,0	0,4	0,0%	5,4%
KILAFEN S A	0,0	0,4	0,0%	5,2%
WERBA S A	0,0	0,2	0,0%	3,4%
Sub total	3	7	93%	99%

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

La situación presentada en las corrientes de importación difiere sustancialmente del caso de las exportaciones, ya que en 2017 las mismas ascendieron a los US\$ 32 millones y muestran un nivel mayor de diversificación, tanto a nivel de producto como de empresa. De todas formas, sobresalen dos productos estrella de importación, caso de los aceites animales y vegetales y el calzado, bienes cada vez más importantes en la estructura de exportación del país del sur de Asia.

Cabe mencionar la importancia de las adquisiciones desde Indonesia en Admisión Temporal (régimen nacional que permite importar insumos o materias primas sin el pago de aranceles y otros tributos, con la condición de que sean reexportados en un lapso determinado de tiempo), que en 2017 llegaron a explicar el 42% del total computando US\$ 13,6 millones.

Comparando los productos importados por Uruguay desde dicho origen entre los años 1999 – 2017, los que han ganado mayor terreno en la participación fueron: aceites animales y vegetales, ganando 30 puntos porcentuales en la porción total de importaciones, seguido por calzado con seis puntos y en menor medida las frutas y frutos comestibles, las prendas y complementos de vestir, el cacao y sus preparaciones y las preparaciones de hortalizas. En el caso de los bienes adquiridos por el régimen de Admisión Temporal, se destacan las grasas y aceites animales o vegetales (59% del total en 2017) y el aceite de palma y sus fracciones (14%).

Las corrientes de importación desde Indonesia muestran un perfil variado, ya que se importan productos industriales (caso del calzado y vestimenta donde el país ha adquirido cada vez mayor especialización compitiendo con otros proveedores asiáticos), pero también productos agrícolas y agroindustriales como aceites, frutas y frutos comestibles entre otros.

Cuadro 4 - Importaciones uruguayas originarias de Indonesia por producto
(Capítulo del Sistema Armonizado)

Producto	Año, en millones de US\$		Participación	
	1999	2017	1999	2017
15-GRASA Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES	0,3	11,1	3,3%	34,3%
64-CALZADO	1,2	6,8	15,2%	21,0%
85-MAQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELECTRICO	0,9	1,5	11,8%	4,6%
08-FRUTAS Y FRUTOS COMESTIBLES	0,1	1,4	1,7%	4,2%
39-PLASTICO Y SUS MANUFACTURAS.	0,4	1,2	4,8%	3,6%
40-CAUCHO Y SUS MANUFACTURAS.	0,5	1,1	6,8%	3,3%
61-PRENDAS Y COMPLEMENTOS DE VESTIR	0,1	1,0	1,1%	3,2%
94-MUEBLES; MOBILIARIO MEDICOQUIRURGICO	0,4	0,7	5,0%	2,2%
18-CACAO Y SUS PREPARACIONES.	0,0	0,7	0,0%	2,0%
09-CAFE, TE, YERBA MATE Y ESPECIAS.	0,1	0,6	1,3%	2,0%
20-PREPARACIONES DE HORTALIZAS, FRUTAS U OTROS FRUTOS	0,0	0,6	0,0%	2,0%
54-FILAMENTOS SINTETICOS O ARTIFICIALES.	0,3	0,6	4,1%	1,9%
84-REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MAQUINAS	0,2	0,6	2,5%	1,7%
87-VEHICULOS AUTOMOVILES, TRACTORES, VELOCIPEDOS	0,3	0,6	3,7%	1,7%
62-PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR	0,1	0,5	1,0%	1,6%
63-LOS DEMAS ARTICULOS TEXTILES CONFECCIONADOS	0,0	0,5	0,4%	1,5%
48-PAPEL Y CARTON; MANUFACTURAS DE PASTA DE CELULOSA	0,1	0,5	0,8%	1,4%
92-INSTRUMENTOS MUSICALES; SUS PARTES Y ACCESORIOS	0,0	0,4	0,2%	1,4%
38-PRODUCTOS DIVERSOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS	0,0	0,2	0,0%	0,7%
29-PRODUCTOS QUIMICOS ORGANICOS.	0,0	0,2	0,2%	0,5%
55-FIBRAS SINTETICAS O ARTIFICIALES DISCONTINUAS	0,2	0,2	2,7%	0,5%
Sub total	5	31	67%	95%
Resto	3	2	33%	5%
Total	8	32	100%	100%

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

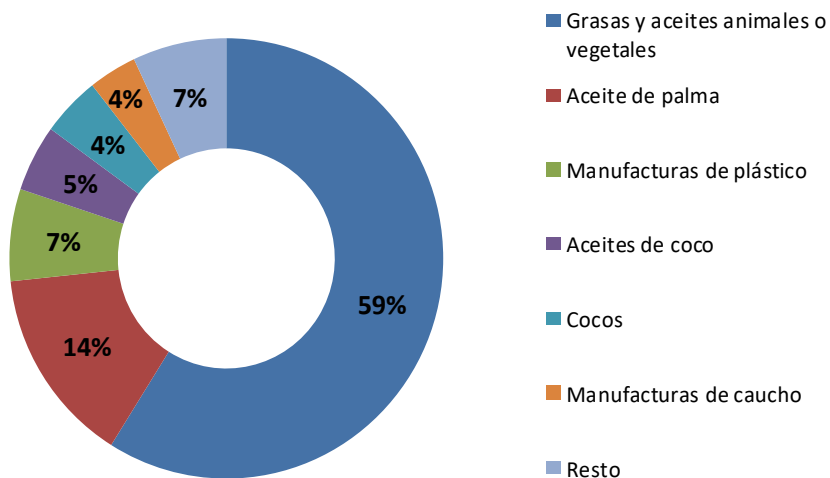
A nivel de empresas importadoras también se observa una elevada concentración, especialmente si se tiene en cuenta que en 2017, solo ocho superaron compras mayores a los US\$ 500.

Cuadro 5 - Importaciones uruguayas originarias de Indonesia por empresa

Empresa	Año, millones de US\$		Participación	
	1999	2017	1999	2017
AARHUSKARLSHAMN LATIN AMERICA S.A	0,0	10,2	0,0%	31,4%
TAFIBAL SOCIEDAD ANONIMA	0,0	3,6	0,0%	11,0%
NIKE ARGENTINA S.R.L SUCURSAL URUGUAY	0,1	2,5	1,8%	7,8%
YAZAKI URUGUAY S A	0,0	1,8	0,0%	5,6%
ULIREN S A	0,0	1,0	0,0%	3,2%
VANALIM S A	0,0	0,9	0,0%	2,7%
BONPROLE INDUSTRIAS LACTEAS S A	0,0	0,7	0,0%	2,1%
MULTITARGET S.A.	0,0	0,6	0,0%	1,8%
MCCORMICK URUGUAY S A	0,0	0,4	0,0%	1,3%
F PACHE INDUSTRIAL Y COMERCIAL SA	0,0	0,4	0,0%	1,2%
AYAX S A	0,0	0,4	0,0%	1,2%
SOLDO HNOS.S.A.	0,0	0,4	0,0%	1,2%
ALPARGATAS CALZADOS DEL URUGUAY S.A.	0,0	0,4	0,2%	1,1%
VISUAR URUGUAY S.A.	0,0	0,3	0,0%	0,9%
SMART DESIGNS S.R.L	0,0	0,2	0,0%	0,8%
DREGHAL S A	0,0	0,2	0,0%	0,7%
DEKANIL SOCIEDAD ANONIMA	0,0	0,2	0,0%	0,7%
URUFORUS S A	0,0	0,2	0,0%	0,7%
Sub total	0	24	2%	75%
Resto	8	8	98%	25%
Total	8	32	100%	100%

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Gráfico 5 - Importaciones uruguayas originarias de Indonesia por Admisión Temporaria



Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

4. Oportunidades comerciales

4.1 Exportaciones de Uruguay hacia Indonesia

Seguidamente se presentan las importaciones informadas por Indonesia desde Uruguay en los años 2001 – 2017. Además de la pasta de celulosa exportada desde zonas francas instaladas en Uruguay (producto no informado por las estadísticas uruguayas), se destacan las compras de madera, cueros y en menor medida soja.

En algunas de las categorías colocadas por Uruguay en Indonesia, el país asiático es un importador de suma importancia desde el resto del mundo, caso de la soja con importaciones cercanas a los US\$ 1.300 millones y la pasta de celulosa con compras superiores a los US\$ 500 millones.

Cuadro 6 – Oportunidades comerciales
(Para las exportaciones uruguayas actuales)

Código del producto	Descripción del producto	En miles de US\$						Arancel abonado por Uruguay en Indonesia	
		Indonesia importa desde Uruguay		Participación	Uruguay exporta hacia el mundo (sin zonas francas)		Indonesia importa desde el mundo		
		2001	2017	2017	2001	2017	2001		2017
*TOTAL	Todos los productos	1.471	13.601	100%	2.057.580	7.946.411	30.962.141	157.388.168	
'470321	Pasta química, de madera de coníferas, a la sosa "soda" o al sulfato, semiblanqueada o blanqueada	0	2.973	21,9%	226	109*	102.596	461.654	0%
'440799	Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incl. cepillada, lijada	0	2.895	21,3%	1.820	46.687	4.713	21.928	0%
'470329	Pasta química, de madera distinta de la de coníferas, a la sosa "soda" o al sulfato, semiblanqueada	0	2.008	14,8%	149	298*	52.850	46.500	0%
'410411	Plena flor sin dividir o divididos con la flor, en estado húmedo, incl. el "wet blue", de cueros	0	1.143	8,4%	0	16.489	0	14.206	0%
'120190	Habas de soja, incluso quebrantadas (exc. ??las de siembra para siembra)	0	1.059	7,8%	0	1.182.865	0	1.284.606	0%
'410712	Cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pieles apergaminados, divididos	0	847	6,2%	0	28.753	0	5.194	0%
'440711	De pino (Pinus spp.)	0	789	5,8%	0	31.732	0	33.514	0%
'440719	Madera de coníferas aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada	0	383	2,8%	0	14.759	0	10.947	0%

* Uruguay no informa las exportaciones de pasta de celulosa, pero Indonesia sí las importaciones.

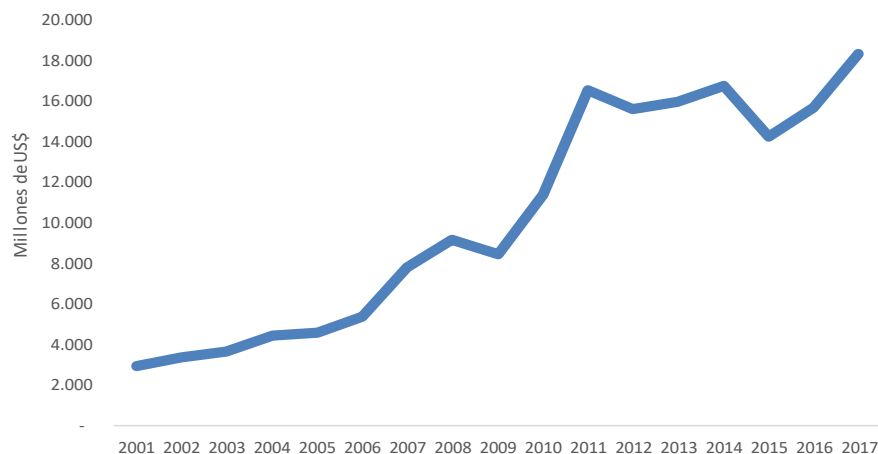
Fuente: elaboración propia en base a Trade Map y Market Access.

Atendiendo a los niveles arancelarios enfrentados por Uruguay en Indonesia para los productos incluidos en el cuadro 6, se observa que en todos los casos se cuenta con un arancel Nación Más Favorecida (NMF) del 0%, por lo que las oportunidades de expansión en dichos rubros no tienen que ver con restricciones arancelarias.

Al respecto de las oportunidades comerciales para Uruguay en el mercado asiático, debe tenerse en cuenta que Indonesia muestra un importante crecimiento en las compras de alimentos procesados que aún no son colocados por Uruguay en dicho país, lo que adelanta la potencialidad en algunos rubros donde existen ventajas competitivas.

Si se consideran las importaciones de Indonesia de alimentos (capítulos 01 al 23 del Sistema Armonizado) entre los años 2001 y 2017, las mismas crecieron a una tasa superior a las importaciones totales y ascendieron a una suma cercana a los US\$ 18.500 millones en 2017.

Gráfico 6 - Importaciones indonesias de alimentos



Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

De hecho, se está frente a un importador cada vez más relevante de carne, pescado, leche en polvo, quesos, manteca, verduras, frutas (cítricos), frutos comestibles, trigo, arroz, maíz, soja, almidón, azúcar cacao, extractos, preparaciones alimenticias diversas y tartas de soja, entre otros productos de interés para Uruguay o los países del Mercosur.

A diferencia de lo que ocurre con los productos actualmente colocados por Uruguay en Indonesia, en los anteriormente mencionados, sí se enfrentan restricciones arancelarias y no arancelarias que podrían superarse con el cierre de un tratado de libre comercio (TLC) y la firma de protocolos sanitarios. Además, debe tenerse en cuenta que la mayor parte de los consumidores en Indonesia son musulmanes, por lo que siguen el rito Halal en el consumo de los alimentos.

Cuadro 6 – Principales importaciones de alimentos de Indonesia
(Capítulos 01 al 23 del S.A.)

Partida S.A	Descripción del producto	En miles de US\$		Participación	
		2001	2017	2001	2017
'1001	Trigo y morcajo "tranquillón"	399.522	3.627.763	13,8%	19,8%
'1701	Azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido	237.561	2.349.018	8,2%	12,8%
'2304	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja "soya", incl. Molidos	360.534	1.840.724	12,5%	10,0%
'1201	Habas de soja, incluso quebrantadas	239.322	1.284.606	8,3%	7,0%
'0703	Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, incl. "silvestres", frescos	67.234	660.353	2,3%	3,6%
'2309	Preparaciones de los tipos utilizados para la alimentación de los animales	135.301	570.441	4,7%	3,1%
'0808	Manzanas, peras y membrillos, frescos	73.295	497.918	2,5%	2,7%
'0102	Animales vivos de la especie bovina	60.993	497.015	2,1%	2,7%
'0402	Leche y nata "crema", concentradas o con adición de azúcar u otro edulcorante	240.505	476.233	8,3%	2,6%
'1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	27.240	467.073	0,9%	2,5%
'2106	Preparaciones alimenticias, n.c.o.p.	48.014	416.198	1,7%	2,3%
'0202	Carne de bovinos, congelada	22.792	403.339	0,8%	2,2%
'2303	Residuos de la industria del almidón y residuos simil., pulpa de remolacha, bagazo de caña	18.096	400.575	0,6%	2,2%
'1202	Cacahuets "cacahuets, maníes" sin tostar ni cocer de otro modo, incl. sin cáscara o quebrantados	35.528	299.661	1,2%	1,6%
Sub total		1.965.937	13.790.917	68%	75%
Resto		927.838	4.557.887	32%	25%
Total		2.893.775	18.348.804	100%	100%

Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

4.2 Importaciones uruguayas desde Indonesia

La situación en el caso de las oportunidades comerciales en las importaciones desde Indonesia difiere respecto a las exportaciones, especialmente por el caudal de comercio y la diversificación que presenta las adquisiciones desde la potencia asiática.

Considerando los principales productos importados por Uruguay desde Indonesia, se observa un enorme potencial para aumentar las corrientes actuales de algunas mercaderías, tales como los automóviles, calzado, plásticos, aceites de palma y grasas y aceites vegetales, entre otros. Una de las restricciones que se observan en el caso de las importaciones es el elevado nivel de protección arancelaria que enfrentan los rubros importados desde este país. De hecho, una suma cercana al 80% de las importaciones uruguayas desde Indonesia enfrentan niveles arancelarios promedio superiores al 20% para el ingreso a Uruguay.

En este sentido y a diferencia de las exportaciones actuales uruguayas con destino a Indonesia que muestran un arancel del 0%, para el caso de las adquisiciones de Indonesia sería muy beneficioso el cierre de un TLC con Indonesia, ya que mejoraría sustancialmente el precio de importación. Por otro lado, debido al tipo de producto considerado sensible para la industria nacional, el cierre de un acuerdo con el país del sudeste asiático encontraría algunos reparos de parte de la industria nacional y seguramente de los socios mayores del Mercosur.

Cuadro 7 – Oportunidades comerciales
(Para las importaciones uruguayas actuales)

Código del producto	Descripción del producto	En miles de US\$						Arancel abonado por Indonesia en Uruguay (considerando el mayor de las aperturas)	
		Indonesia exporta hacia Uruguay		Participación	Uruguay importa desde el mundo		Indonesia exporta hacia el mundo		
		2001	2017		2001	2017	2001		2017
*TOTAL	Todos los productos	20.197	32.328	100%	3.060.843	8.514.436	56.316.867	168.810.043	
'151620	Grasas y aceites de origen vegetal y sus fracciones, parcial o totalmente hidrogenados, interesterificados	0	3.637	11,3%	1.352	14.369	12.918	315.677	10%
'151790	Mezclas y preparaciones alimenticias de materias grasas y aceites, animales o vegetales	0	3.583	11,1%	1.263	1.493	52.401	827.740	25%
'640319	Calzado de deporte con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior	646	1.597	4,9%	1.686	248	772.624	1.335.567	35%
'151190	Aceite de palma y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente	0	1.522	4,7%	0	24.432	674.497	13.814.896	10%
'640399	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero regenerado y parte superior de cuero natural	5	1.401	4,3%	8.272	17.278	91.775	973.603	35%
'640419	Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de materia textil	0	1.268	3,9%	4.399	36.000	24.391	707.095	35%
'080111	Cocos, secos	0	1.256	3,9%	344	3.077	32.189	178.973	10%
'844331	Máquinas cuyas plataformas tengan dos o más funciones de impresión, copia o transmisión, capaz	0	1.199	3,7%	0	7.409	0	1.058.621	2%
'844332	Máquinas cuyas plataformas tengan una función de impresión, copia o transmisión, capaz de conectar	0	1.052	3,3%	0	6.333	0	308.541	2%
'392690	Artículos de plástico y manufacturas de las demás materias de las partidas 3901 a 3914,	1	1.036	3,2%	9.144	32.288	25.290	76.347	18%
'640411	Calzado de deporte, incl. calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados	123	1.000	3,1%	2.665	8.108	114.186	957.163	35%
'293499	Ácidos nucleicos y sus sales, aunque no sea químicamente definido; compuestos heterocíclicos	0	964	3,0%	0	6.685	0	94.062	14%
'640219	Calzado de deporte con suela y parte superior de caucho o plástico (exc. calzado impermeable)	567	937	2,9%	1.349	4.615	278.967	393.762	35%
'640610	Partes superiores de calzado y sus partes (exc. contrafuertes y punteras duras, así como artículos	110	936	2,9%	313	43	18.951	85.518	18%
'200820	Piñas "ananás", preparadas o conservadas, incl. con adición de azúcar u otro edulcorante	16	654	2,0%	472	1.694	62.742	196.790	14%
'640299	Calzado con suela y parte superior de caucho o plástico	1	622	1,9%	6.599	21.405	120.761	111.896	35%
'870322	Automóviles de turismo, incl. los del tipo familiar "break" o "station wagon" y los de carreras	0	584	1,8%	7.611	108.313	174	1.150.245	23%
'151329	Aceites de almendra de palma o babasú y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente	0	551	1,7%	74	2.734	34.322	1.831.770	10%
'640192	Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o de plástico, cuya parte superior	0	540	1,7%	680	1.121	727	8.338	35%
'392329	Sacos "bolsas", bolsas y cucuruchos, de plástico (exc. de polímeros de etileno)	0	529	1,6%	4.369	4.893	22.775	42.108	18%

Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

En definitiva, dado el fenómeno de deslocalización industrial impulsado por China en Indonesia, así como la sofisticación progresiva de la industria de este último país, es esperable que la corriente de este tipo de productos aumente y genere cada vez más competencia a las industrias locales y regionales, así como a las importaciones desde China e India.

5. Conclusiones

Las relaciones comerciales entre Uruguay y la región de Asia Pacífico adquirieron mayor importancia en los últimos años, especialmente por el impulso de China, hoy transformado en el principal socio comercial del país.

Más allá de los históricos vínculos de Uruguay con Japón y Corea del Sur, marcados por una agenda más amplia que la comercial debido a los niveles de inversión y de cooperación de dichos países en Uruguay, con el resto de las economías de Asia Pacífico el nivel de intercambios es todavía superficial. En esta categoría, además de India se incluyen los países de la ASEAN y especialmente Indonesia, dado que es la principal economía del mencionado bloque comercial.

En los últimos años, desde la cancillería uruguaya se han fomentado las relaciones con los países del sudeste asiático, a través de visitas oficiales y particularmente con la decisión de abrir una nueva embajada en Indonesia, país con el cual se adelantó además el interés de negociar un acuerdo comercial junto a los otros países del Mercosur.

La apertura de la embajada de Yakarta es un primer paso para profundizar las relaciones entre los dos países, entre otras cosas porque simplificará el trámite para la obtención de la visa para el ingreso a Uruguay (hasta la apertura oficial de la mencionada embajada, el trámite se debe realizar en la misión de Uruguay en Hanói, Vietnam). Al respecto de los requisitos migratorios, será necesario simplificarlos para fomentar los negocios con Indonesia, ya que dichas restricciones son reconocidas por los empresarios de dicho país como una dificultad.

El comercio entre Uruguay e Indonesia es muy bajo, especialmente en las exportaciones que están concentradas en cueros, madera, soja y pasta de celulosa. En el caso de las importaciones desde el país asiático, se compra una variedad más amplia de productos y el caudal de comercio es más importante.

En cuanto a las oportunidades comerciales, en el caso de las exportaciones existe potencial para aumentar las corrientes actuales, pero especialmente para colocar nuevos productos en dicho destino, especialmente si se tiene en cuenta que Indonesia se ha transformado en un importador cada vez más relevante de alimentos, lo que está impulsado por su crecimiento económico, la juventud de su población y los cambios en los hábitos de consumo.

Sobre las condiciones de acceso, cabe recordar que se trata de un mercado complejo desde el punto de vista de la comercialización, ya que la mayoría de la población es musulmana (exigencia de la certificación Halal en alimentos). De cualquier forma, debe tenerse en cuenta que existe un enorme mercado con otras tradiciones religiosas en sus patrones de consumo. Las exportaciones uruguayas

actuales con destino a Indonesia enfrentan un arancel del 0%, si bien muchos de los productos alimenticios importados por el país asiático con potencialidad de ser proveídos por Uruguay u otros países del Mercosur, sí enfrentan aranceles elevados y desventajas respecto a competidores como Australia, Nueva Zelanda o los propios miembros de la ASEAN.

Respecto a las importaciones desde Indonesia, las mismas enfrentan elevados niveles arancelarios y exigentes restricciones no arancelarias, lo que adelanta las dificultades que se enfrentarían a la hora de negociar un acuerdo comercial entre el Mercosur e Indonesia.

Se trata de una economía que seguirá trepando en el ranking de las mayores del mundo, se está transformando en un proveedor de productos sofisticados y adquirirá cada vez más alimentos desde el resto del mundo. Es por eso que será necesario contar con una estrategia específica para potenciar el comercio y los intercambios entre Uruguay e Indonesia.