

Las relaciones comerciales entre Uruguay y China

Informe semestral | julio - diciembre 2017

Año 6 | N° 12

10 de abril de 2018



Departamento de Negocios Internacionales e Integración
Facultad de Ciencias Empresariales

Av. 8 de Octubre 2801 | Tel: 2487 2717 int. 6261 y 6267 | dnii@ucu.edu.uy | ucu.edu.uy



Universidad
Católica del
Uruguay

Contenido

1. Entorno económico y comercial de China	4
2. Comercio exterior de bienes entre Uruguay y China	6
2.1 Exportaciones durante el segundo semestre de 2017	7
2.2 Importaciones durante el segundo semestre 2017	13
3. El comercio electrónico en China	18
4. Anexo estadístico	22

La economía china creció y volvió a acelerarse en 2017. El crecimiento fue de 6,9% durante 2017 superando la meta del gobierno y las proyecciones de organismos internacionales. Esto se da en un contexto de reformas y cambios estructurales impulsados por el gobierno que han causado cambios en la composición del PBI siendo el sector servicios el más dinámico en el período.

El saldo comercial de China se redujo a US\$ 423 millones, la caída de 17% se explica por un crecimiento de las exportaciones (7,9%) significativamente inferior al crecimiento de las importaciones (15,9%).

Uruguay registró un saldo comercial positivo en bienes con China en 2017 incluso sin considerar las exportaciones desde y hacia las zonas francas. Si bien las exportaciones a China se concentran en productos primarios, ha crecido la participación de las manufacturas y productos con contenido tecnológico. Carne, soja y madera son los principales rubros exportados.

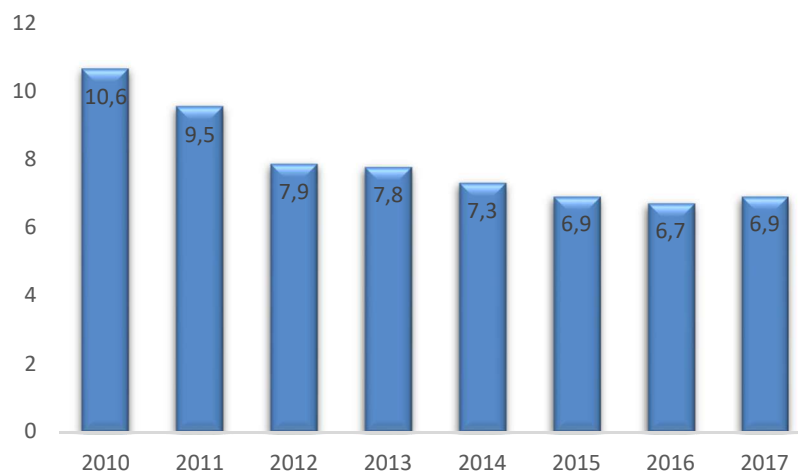
Las importaciones uruguayas de bienes desde China totalizaron US\$ 909 millones en el segundo semestre de 2017. Los principales productos fueron: máquinas, reactores nucleares, vehículos, y químicos.

En el año 2000 China contaba con 2,1 millones de usuarios de internet, aumentando a 731 millones a diciembre de 2016. Más del 45% del total de las empresas chinas realizaron ventas online en 2016 consolidando el mercado del comercio electrónico.

1. Entorno económico y comercial de China¹

China creció 6,9% durante 2017. El desempeño de la segunda potencia económica del mundo y la primera exportadora fue mayor al objetivo del gobierno y mayor al esperado según las predicciones de analistas y organismos internacionales. Este resultado se destaca además debido a que, desde la crisis registrada en 2009, las tasas de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) eran cada vez menores, mientras que ahora se verificó nuevamente una aceleración en la economía china. Además, se destaca que, si bien algunas industrias tradicionales o pesadas sí muestran desaceleración, otros sectores como los servicios e industrias de alta tecnología han registrado altas tasas de expansión.

Gráfico 1 – Tasa de crecimiento del PIB de China

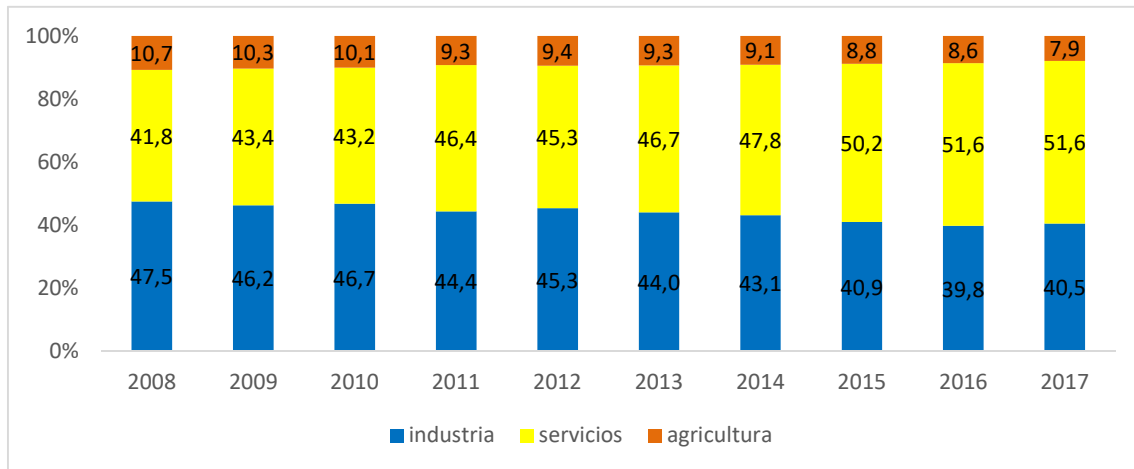


Fuente: elaboración propia en base a Banco Mundial y *World Economic Forum*.

Crecimiento, riesgos y reformas. El buen desempeño de la economía de China se da en un contexto de preocupación por riesgos financieros, de reformas y reestructuración económica liderada por el gobierno. Dichas reformas buscan cambiar la matriz productiva aumentando la participación de las manufacturas con alto contenido tecnológico y los servicios, así como fortalecer la demanda interna.

¹ Equipo técnico involucrado en la realización del informe: Dr. Ignacio Bartesaghi (Director), Dra. Natalia Melgar (Investigadora), Mag. Natalia De María (Investigadora), Lic. María Eugenia Pereira (Investigadora).

Gráfico 2 – Estructura del PBI de China



Fuente: *National Bureau of Statistics of China.*

Cambios estructurales en la composición del PBI. El proceso de reformas ha llevado a un cambio notorio en la composición del PIB de China. Como se observa en el Gráfico 2, la participación del sector servicios ha crecido aproximadamente 10 puntos en los últimos diez años en detrimento tanto de la industria como de la agricultura. En 2017, la mayor tasa de crecimiento la registró el sector servicios, 8,2%, seguido por la industria, 6,6% y la agricultura, 3,9%. En la industria, se destaca el desempeño del sector de alta tecnología que creció 13,4%.

A los factores de riesgo mencionados, se agrega el del proteccionismo comercial dados los anuncios del Presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, relacionados a reducir la brecha comercial entre ambos países. El déficit comercial de Estados Unidos con China aumentó 10% interanual, alcanzando a US\$ 276.000 millones. La administración del Presidente Trump acusa a Pekín de aplicar medidas distorsivas del comercio, ha abierto investigaciones sobre el aluminio y el acero chinos, y sobre la política del régimen comunista en términos de propiedad intelectual, con posibles sanciones a futuro.

El saldo comercial de China se redujo a US\$ 423 millones. Si bien continúa siendo positivo, cayó 17% respecto al resultado obtenido en 2016. Esta evolución se explica por un incremento de las exportaciones de 7,9% acompañado de un crecimiento notablemente mayor de las importaciones, 15,9%. En caso de concretarse la aplicación de políticas

proteccionistas en Estados Unidos, es esperable que se registre un efecto negativo no sólo en las exportaciones de China sino también en su tasa de crecimiento. Este escenario también podría agravarse dependiendo de la respuesta del gigante asiático ante estas medidas, como por ejemplo si se concreta la aplicación de aranceles más altos como fue anunciado.

Las exportaciones de China al mundo totalizaron US\$ 2.4 billones en 2017. Este resultado se deriva de una demanda global sólida tanto de los países desarrollados como de los mercados en desarrollo. La Unión Europea y Estados Unidos son los principales socios comerciales de China, y en 2017 las exportaciones a estos destinos crecieron 9,7% y 11,5% respectivamente.

Las importaciones de China sumaron US\$ 1,9 billones en 2017. El aumento se explica tanto por el incremento de los precios de las materias primas, así como por una demanda interna más fuerte.

2. Comercio exterior de bienes entre Uruguay y China²

Uruguay registró un saldo comercial positivo en bienes con China en 2017. Tanto las exportaciones de bienes de Uruguay a China como las importaciones de bienes provenientes del gigante asiático se incrementaron respecto a 2016. Los resultados muestran que las colocaciones de bienes crecieron 57% mientras que la variación de las adquisiciones de bienes alcanzó a 11%. El incremento de las exportaciones más que compensó el incremento de las importaciones y permitió alcanzar superávit comercial revertiendo el resultado negativo registrado en 2016.

El déficit comercial fue de US\$ 65 millones en el segundo semestre de 2017. Comparando con igual período de 2016, las exportaciones de bienes crecieron 66% mientras que las importaciones se redujeron 9%. Este saldo comercial negativo no compensa el buen desempeño registrado en el primer semestre y el año 2017 se cierra con superávit comercial (US\$ 80 millones).

² Salvo mención expresa en contrario, todos los montos de exportación presentados no incorporan las colocaciones desde y a través de zonas francas instaladas en Uruguay.

Cuadro 1 – Comercio bilateral de Uruguay con China

(No incluye zonas francas, en millones de US\$)

	Enero - Diciembre		
	2016	2017	Variación
Exportaciones	1.131	1.774	57%
Importaciones	1.532	1.694	11%
Saldo	-401	80	

	Julio - Diciembre		
	2016	2017	Varación
Exportaciones	507	844	66%
Importaciones	837	909	9%
Saldo	-330	-65	

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

¿Y las zonas francas? Estos resultados fueron alcanzados sin considerar las colocaciones desde y a través de las zonas francas instaladas en Uruguay. Esto se debe a que la Dirección Nacional de Aduanas no cuenta aún con un registro público de estas actividades, las cuales son cada vez más importantes. En particular, si fuesen incluidos los datos sobre las importaciones chinas de soja y pasta de celulosa uruguaya, el efecto sería un mayor número de exportaciones de Uruguay a China y, por lo tanto, un saldo comercial más favorable para Uruguay. Por ejemplo, a partir de los datos disponibles a través de *Trademap*, es posible obtener la información sobre las importaciones que China declara haber realizado desde Uruguay. Considerando solamente los dos rubros mencionados anteriormente y para el año 2017, estas superan los US\$ 1.300 millones.

2.1 Exportaciones durante el segundo semestre de 2017³

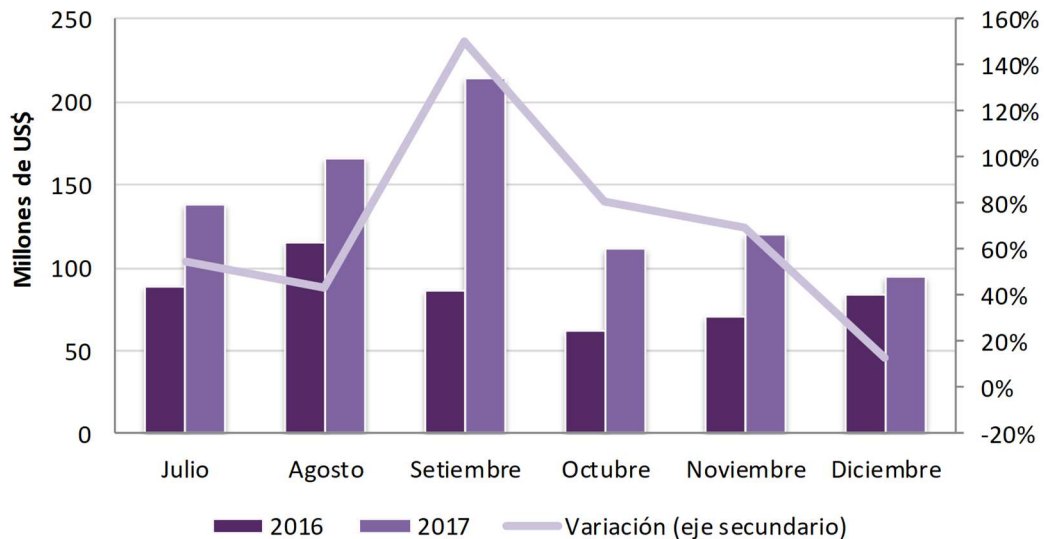
Los resultados mensuales también muestran mejor desempeño que en 2016. Las exportaciones uruguayas alcanzaron a US\$ 844 millones durante el segundo semestre de 2017. Este resultado implica un crecimiento de 67% respecto a igual período de 2016. Se destaca que, considerando los datos mensuales, todos los resultados muestran variaciones

³ Salvo mención expresa en contrario, todos los montos de exportación presentados no incorporan las colocaciones desde y a través de zonas francas instaladas en Uruguay.

positivas con respecto al mismo mes de 2016, siendo setiembre el mes con mayor crecimiento, 150%.

Gráfico 3 - Exportaciones mensuales con destino a China

(Sin zonas francas)



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Las exportaciones de Uruguay a China se concentran en productos primarios. Si bien el 84% de las mismas se encuentran en esta categoría e históricamente ha sido así, las colocaciones en las categorías manufacturas y de contenido tecnológico se han vuelto más relevantes que en el pasado impulsadas por diversos rubros. En el caso de las manufacturas los principales productos exportados se encuentran en el grupo madera, carbón vegetal y manufacturas de madera. Las exportaciones con contenido tecnológico se concentran en productos de bajo contenido tecnológico en cuyo caso los rubros más relevantes son peletería y confecciones de peletería; peletería ficticia o artificial y lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin, cuyos insumos principales también provienen del sector primario. Vale aclarar que en exportaciones de medio o alto contenido tecnológico por razones metodológicas se incluyen como exportaciones, las devoluciones de productos que originalmente no fueron producidos en el país.

Cuadro 2 – Desempeño exportador de Uruguay a China según el contenido tecnológico de los productos exportados

(Julio - diciembre, sin zonas francas)

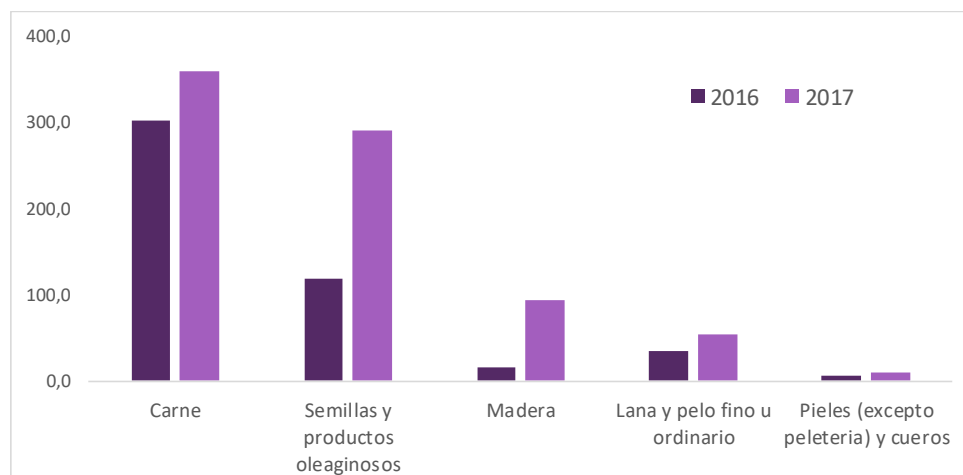
Clasificación de las exportaciones según el contenido tecnológico	Valor (millones de US\$)		Participación, %		Variación
	2016	2017	2016	2017	%
Productos primarios	463,3	709,4	91%	84%	53%
Manufacturas basadas en recursos naturales	24,2	104,8	5%	12%	334%
Manufacturas con contenido tecnológico	18,9	28,8	4%	3%	52%
Otras	0,2	0,8	0%	0%	219%
TOTAL	506	843	100%	100%	66%

Fuente: DNII en base a SmartDATA/CNCE.

Carne, semillas y frutos oleaginosos y madera fueron los principales rubros exportados. Las colocaciones uruguayas de carne en China representaron un 42,7% del total y crecieron 19,2% respecto al segundo semestre de 2016. Fueron 20 las empresas que vendieron carne al mercado chino y cuatro de ellos lo hicieron por un valor superior a los US\$ 25.000. Le siguen en importancia las semillas y frutos oleaginosos y la madera registrando ambos rubros crecimiento en el período analizado. Como se observa en el cuadro 3, en el segundo semestre de 2017, fueron las exportaciones de madera las que registraron el mayor crecimiento (508,6%) mientras que la mayor incidencia se encuentra en el caso de las semillas y frutos oleaginosos.

Gráfico 4 – Principales productos exportados a China

(Julio - diciembre, sin zonas francas, en millones de US\$)



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Cuadro 3 – Indicadores de las principales exportaciones con destino a China

(Julio - diciembre, sin zonas francas)

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Capítulo	Millones de US\$, 2017	N° de empresas y los 3 principales exportadores**	Variación 2017/2016	Incidencia
02-CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES.	360,1	20 empresas, Breeders & packers Uruguay SA, Frigorífico Tacuarembo SA, Frigorífico Las Piedras SA	19%	11%
12-SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS.	290,1	12 empresas, LDC Uruguay SA, Cargill Uruguay SA, Barraca Jorge Werro SA	143%	34%
44-MADERA, CARBON VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA.	93,3	13 empresas, Muradir SA, Compañía Forestal Uruguaya SA, Rio Tumber SA	509%	15%
51-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO.	54,1	8 empresas, Tops Fray Bentos SA, Lanas Trinidad SA, Rantex SA	52%	4%
41-PIELES (EXCEPTO LA PELETERIA) Y CUEROS.	10,1	1 empresa, JBS Leather Uruguay SA	77%	1%
23-RESIDUOS Y DESPERDICIOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS.	8,1	2 empresas, Cardama SA, Yarus SA	2%	0%
01-ANIMALES VIVOS.	6,4	1 empresa, Ofder SA	2551%	1%
03-PESCADOS Y CRUSTACEOS.	5,5	1 empresa, Cooke Uruguay SA	30%	0%
74-COBRE Y SUS MANUFACTURAS.	4,0	1 empresa, Werba SA	117%	0%
04-LECHE Y PRODUCTOS LACTEOS	3,7	1 Empresa, Cooperativa Nacional de Productores de Leche	-5%	0%

* Capítulos con exportaciones superiores a US\$ 1 millón

** Empresas con ventas superiores a US\$ 25.000

A nivel de partida, la carne bovina, la soja y la madera en bruto fueron los productos más vendidos. Al considerar los datos en forma desagregada, a nivel de partida del Sistema Armonizado (SA), el principal producto exportado al mercado chino en el segundo semestre de 2017 fue la carne de animales de la especie bovina, congelada (partida 0202). Las exportaciones de este rubro alcanzaron a US\$ 314 millones y mostraron un crecimiento de 20% respecto al segundo semestre de 2016. En segundo y tercer lugar, se ubicaron las habas de soja (partida 1201) y la madera en bruto, incluso descortezada (partida 4403), el valor exportado fue de US\$ 290 millones y US\$ 74 millones y las tasas de crecimiento registradas fueron de 143% y 992% respecto a igual período de 2016, respectivamente. Además, se destaca que ninguna partida con participación igual o mayor al 1% de las exportaciones, registró un retroceso en los montos exportados.

Cuadro 4 – Comportamiento de los principales productos exportados a China

(Sin zonas francas)

Descripción abreviada	Segundo Semestre 2017/2016
0202-CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADA.	↑
1201-HABAS DE SOJA (SOYA).	↑
4403-MADERA EN BRUTO, INCLUSO DESCORTEZADA.	↑
0206-DESPOJOS COMESTIBLES DE ANIMALES.	↑
5101-LANA SIN CARDAR NI PEINAR.	↑
4407-MADERA ASERRADA O DESBASTADA LONGITUDINALMENTE.	↑
5105-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO.	↑

*Participaciones superiores al 1% en el segundo semestre de 2017

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Cuadro 5 – Desempeño exportador de las empresas exportadoras de madera en bruto

(Sin zonas francas)

Empresas que exportan la partida 4403 - Madera en bruto, incluso descortezada, desalburada o escuadrada	Julio - Diciembre				
	Millones de US\$		Participación		Variación
	2016	2017	2016	2017	2017/2016
MURADIR SA	2,2	16,3	33%	22%	635%
COMPAÑIA FORESTAL URUGUAYA SA	1,2	11,0	18%	15%	826%
RIO TUMBES SA	0,2	9,4	3%	13%	4438%
IDALEN SA	0,4	8,8	7%	12%	1874%
FIDEICOMISO 724/2013	0,0	8,4	0%	11%	--
TGL URUGUAY SA	0,0	7,9	0%	11%	--
URUPLY SA	0,1	5,7	1%	8%	5974%
FORESTAL ATLANTICO SUR SRL	0,1	2,7	2%	4%	2087%
FORESTAL ORIENTAL SA	0,0	2,4	0%	3%	--
BOSQUES DEL SUR SA	0,0	1,0	0%	1%	--
CAJA DE JUBILACIONES Y PENSIONES BANCARIAS	0,0	0,1	0%	0%	--
FIDEICOMISO 54455/2014	0,0	0,1	0%	0%	--
VALFINCO SA	0,0	0,1	0%	0%	--
URCEL SA	0,0	0,0	0%	0%	--
AF MADERAS SRL	0,7	0,0	10%	0%	-93%
VILLANHER SRL	0,0	0,0	0%	0%	--
CAMPOSTRAL SA	0,1	0,0	1%	0%	-100%
FERRES & PIKE SA	1,6	0,0	24%	0%	-100%
TIMBERTEC SA	0,1	0,0	1%	0%	-100%
Total	7	74	100%	100%	992%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

¿Cómo se explica el desempeño extraordinario de la madera en bruto?

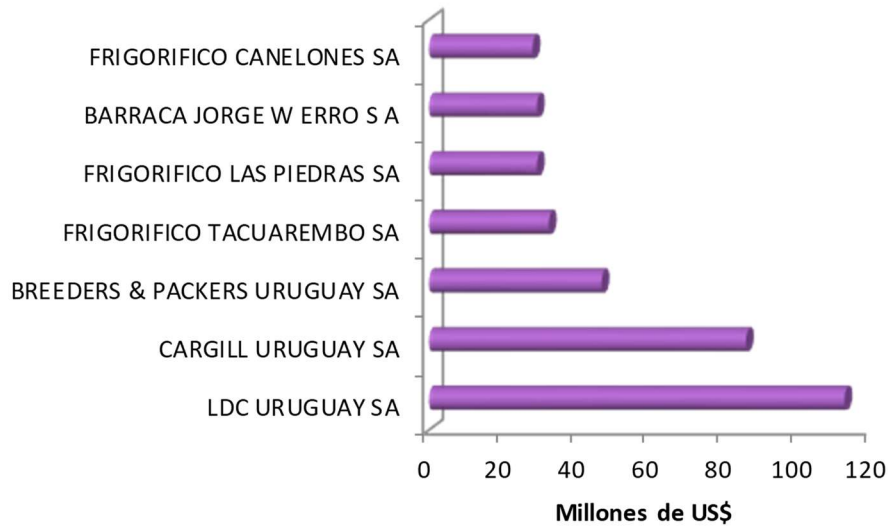
Esta partida mostró un desempeño notable. Como fue mencionado, las exportaciones crecieron 992%. Este resultado se debe a que:

1. Muchas empresas que lograron exportar a China en el segundo semestre de 2017, no lo habían hecho en igual período de 2016. Por ejemplo, TGL Uruguay S.A. y los Fideicomisos; estos tres casos tienen una participación del 22%.
2. Se observan tasas de crecimiento muy altas en la mayoría de las empresas que también habían exportado en el segundo semestre de 2016. El mayor incremento se registra en el caso de URUPLY S.A. (5974%) seguida por Rio Tumbes S.A. y Forestal Atlántico Sur S.R.L. (4438% y 2087%, respectivamente).

Fueron 126 las empresas que registraron ventas superiores a los US\$ 30.000 al mercado chino en el segundo semestre de 2017. El mejor desempeño lo registró la empresa LDC Uruguay S.A., sus ventas al gigante asiático ascendieron a US\$ 113 millones (representando 13% de las exportaciones con este destino). Le siguen en importancia Cargill Uruguay S.A. y Breeders & Packers Uruguay S.A. Además, mientras que la primera y la segunda empresa pertenecen al capítulo 12 exportando semillas y frutos oleaginosos, la tercera en el ranking pertenece al capítulo 02 exportando carne y despojos comestibles. En conjunto, representaron el 29% del total de las ventas al mercado chino. Más aún, 36% de las empresas, concretaron ventas por un valor superior al millón de dólares, siendo solamente las tres mencionadas anteriormente las que superaron los US\$ 45 millones.

Gráfico 5 – Principales empresas exportadoras a China

(julio – diciembre)



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Cuadro 6 – Empresas exportadoras hacia China

(Sin zonas francas)

Nº de empresas	Monto de exportación	Participación sobre el total de las empresas exportadoras hacia China
3 empresas >	US\$ 45 millones	1%
60 empresas >	US\$ 1 millón	28%
100 empresas >	US\$ 100 mil	46%
218 empresas exportaron a China en el segundo semestre de 2017*		

*Se cuentan todas las empresas que realizaron una operación de exportación por un valor superior a los US\$ 1.000.

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

2.2 Importaciones durante el segundo semestre 2017

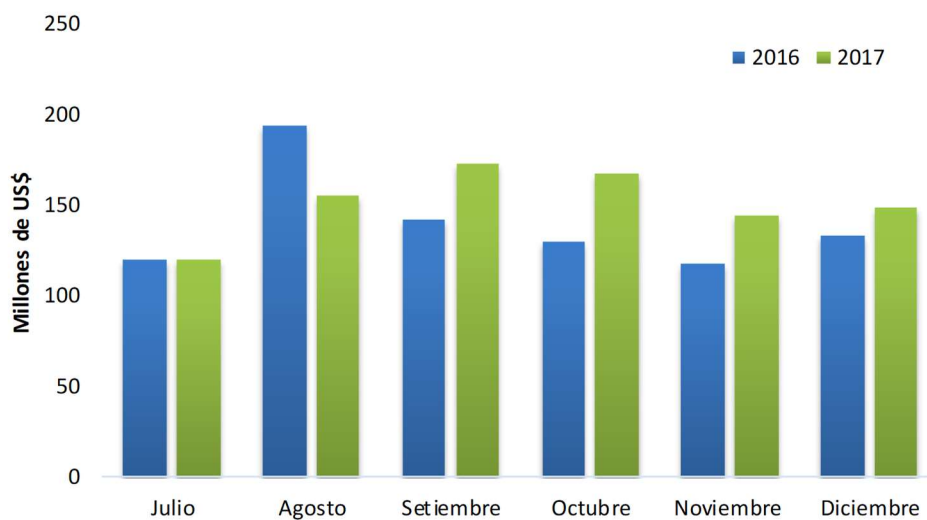
Las adquisiciones uruguayas de bienes desde China totalizaron US\$ 909 millones en el período comprendido entre julio y diciembre de 2017, lo que representó una variación positiva de 9% respecto al segundo semestre del año anterior. Salvo en julio y agosto, el resto de los meses presentaron un aumento en comparación a 2017.

Cuadro 7 - **Importaciones uruguayas desde China**

Mes	2016	2017	Variación 2017/2016
Julio	120	120	0%
Agosto	194	156	-20%
Setiembre	142	173	21%
Octubre	130	168	29%
Noviembre	118	144	23%
Diciembre	133	149	12%
Total	837	909	9%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Gráfico 6 – **Importaciones uruguayas desde China**



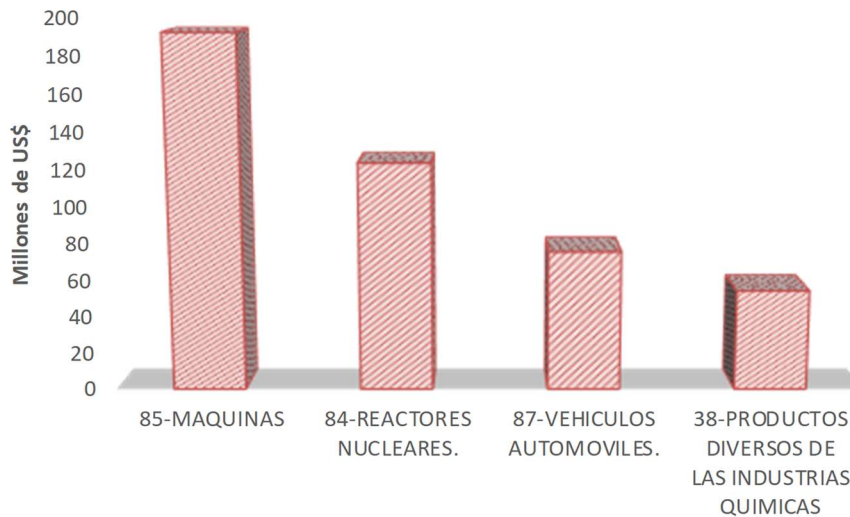
Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Las importaciones desde China se han diversificado. Si se analizan los datos tanto por empresa como por producto existe mayor diversificación, presentando los bienes adquiridos mayor contenido tecnológico, que aquellos colocados por Uruguay en China. Los bienes incluidos en el capítulo 85 del SA, correspondiente a máquinas, aparatos y material eléctrico, fueron el principal producto adquirido por Uruguay desde el país asiático, superando los US\$ 191 millones, representado el 21% del total importado, sin embargo, presentó una variación negativa de 19% respecto al mismo período del año anterior. Le siguieron en importancia los productos comprendidos en los capítulos 84 (reactores nucleares), 87 (vehículos automóbiles) y 38 (productos diversos de las

industrias químicas), alcanzando todos ellos adquisiciones superiores a los US\$ 50 millones. En conjunto, los cuatro bienes mencionados representaron un 49% de las importaciones de Uruguay provenientes de China.

Gráfico 7 – Principales productos importados por Uruguay provenientes de China

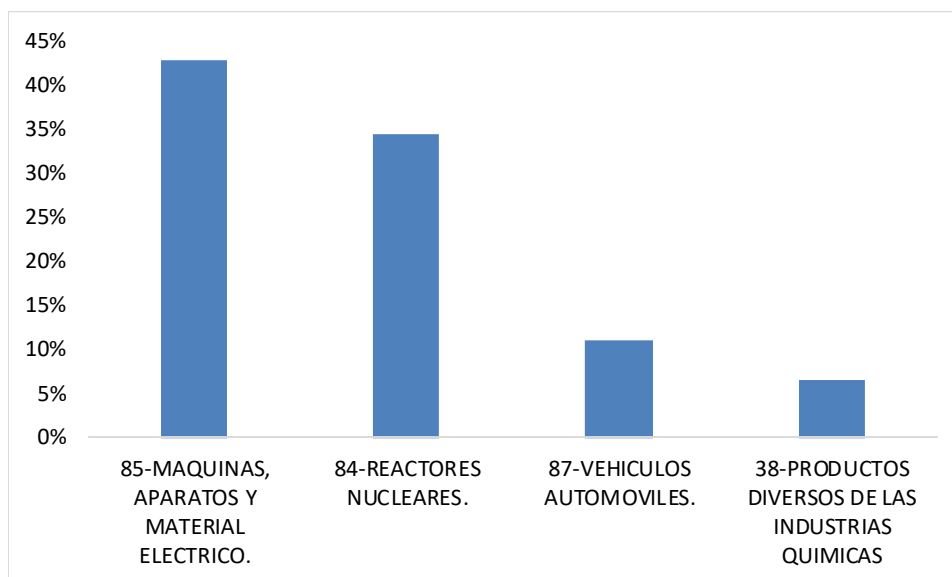
(Julio - diciembre 2017)



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Gráfico 8 – Participación de los principales bienes importados por Uruguay desde China

(Julio - diciembre 2017)



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Creció en forma significativa el uso del régimen de Admisión Temporal (AT), alcanzando los US\$ 39 millones, superando los US\$ 18 millones del período

correspondiente a julio – diciembre de 2016, lo que representó una variación positiva de 118%. Los principales rubros adquiridos por el mencionado sistema desde China fueron vehículos automóviles, productos químicos orgánicos y plástico y sus manufacturas, los que explicaron el 68% del total importado en el segundo semestre de 2017 por AT. La empresa Besiney S.A. fue la que hizo mayor uso de este régimen por un valor superior a los US\$ 12 millones. Le siguen en importancia Compañía Cibeles S.A. y Anikto S.A. con más de US\$ 2 millones cada una.

**Cuadro 8 – Importaciones uruguayas originarias de China en Admisión
Temporaria**
(Por Capítulo del S.A.)

Descripción abreviada	Julio - Diciembre					Incidencia
	Millones de US\$		Participación		Variación	
	2016	2017	2016	2017	2017/2016	
Capítulo						
BESINEY S.A	0,0	12,5	0%	32%	NC	NC
COMPAÑIA CIBELES S A	0,5	2,6	3%	7%	384%	11%
ANIKTO S.A	0,0	2,4	0%	6%	NC	NC
DOMITAC SOCIEDAD ANONIMA	0,1	2,3	0%	6%	3332%	12%
LEB SA	0,0	2,3	0%	6%	NC	NC
DIROX S A	0,7	1,3	4%	3%	106%	4%
MARCOPOL TERMOPLASTICO SOCIEDAD ANONIMA	0,1	1,0	0%	3%	1365%	5%
LABORATORIOS MICROSULES URUGUAY S A	0,5	1,0	3%	3%	93%	3%
FANACIF SA	0,8	1,0	5%	3%	22%	1%
GOLDEN TREE PLASTIC INDUSTRIA URUGUAY S A	0,9	1,0	5%	2%	5%	0%
MOTA DE SOUZA DENIS FERNANDO	0,2	0,9	1%	2%	365%	4%
LABORATORIOS CLAUSEN S A	0,2	0,7	1%	2%	338%	3%
DACOREL SOCIEDAD ANONIMA	0,6	0,6	3%	2%	0%	0%
FCC URUGUAY S.A.	0,4	0,6	2%	2%	68%	1%
LANCO S A	0,1	0,6	0%	1%	1026%	3%
MONTELUR S A	0,3	0,6	2%	1%	71%	1%
CRISTALPET S A	2,8	0,6	16%	1%	-80%	-12%
Sub total	8	32	45%	81%	294%	
Resto	10	7	55%	19%	-26%	
Total	18	39	100%	100%	118%	118%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Fueron 4.321 las empresas uruguayas que realizaron importaciones desde el mercado chino, de las cuales 11 lo hicieron por valores superiores a los US\$ 10 millones, siendo las principales Carlos Gutierrez, Antel y Telefónica Móviles del Uruguay, presentando compras superiores a los US\$ 20 millones, en el período julio – diciembre 2017.

Cuadro 9 – Empresas importadoras desde China

(Segundo semestre de 2017)

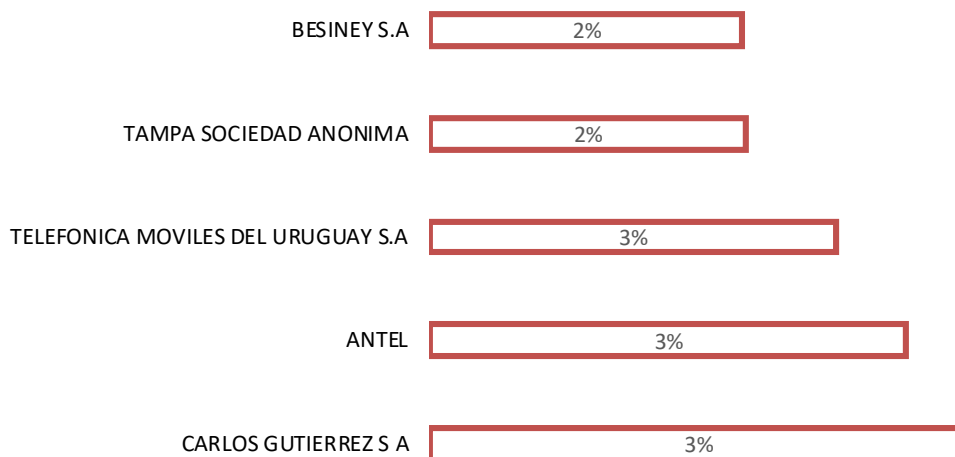
N° de empresas	Monto de importación	Participación sobre el total de las empresas importadoras desde China
11 empresas >	US\$ 10 millones	0,3%
168 empresas >	US\$ 1 millón	4%
1.088 empresas >	US\$ 100 mil	25%
4.321 empresas importaron desde China*		

*Se cuentan todas las empresas que realizaron una operación de importación por un valor superior a los US\$ 1.000.

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Gráfico 9 – Principales empresas uruguayas importadoras desde China

(Julio – diciembre 2017)



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Considerando a nivel de Capítulo, cayeron 3% las importaciones mayores a US\$ 100 mil. Por otro lado, aumentó 5% el número de empresas que realizaron adquisiciones por montos superiores a los US\$ 50 mil.

Cuadro 10 – Indicadores de las importaciones uruguayas desde China

Categoría	Julio - Diciembre		Variación
	2016	2017	
Capítulo (impo > a US\$ 100 mil)	76	74	-3%
Empresa (impo > a US\$ 50 mil)	1.553	1.630	5%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

3. El comercio electrónico en China

El fenómeno de internet en China se ha desarrollado rápidamente en las últimas décadas. En el año 2000, según datos de ProChile, China contaba con tan sólo 2,1 millones de usuarios de internet, aumentando a 731 millones a diciembre de 2016 (cifra similar a la población de Europa). Esta cifra representa el 53,2% de la población total del país asiático, según el informe “*Statistical Report on Internet Development in China*”, elaborado anualmente por *China Internet Network Information Center (CNNIC)*⁴. La penetración de internet en las zonas rurales representa el 27,4% del total de la población.

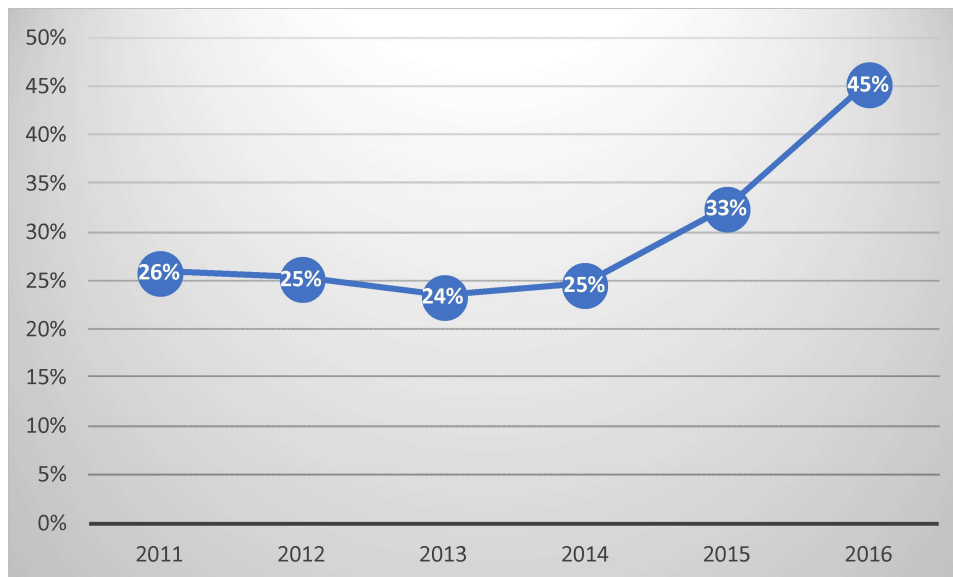
Internet móvil. A la misma fecha, esta modalidad de acceso a internet registraba 695 millones de usuarios, representando el 95% del total de usuarios de la red, disminuyendo el uso a través de computadoras de escritorio y laptops.

El E-commerce. Siguiendo la tendencia del crecimiento en el uso de internet, el comercio electrónico ha mostrado un fuerte incremento en los últimos años, desarrollándose rápidamente y aumentando considerablemente el número de empresas que comercializan los productos por esta vía, así como también los consumidores que realizan sus compras online.

⁴ Ver el informe completo en:
<https://cnnic.com.cn/IDR/ReportDownloads/201706/P020170608523740585924.pdf>

Casi la mitad de las empresas chinas realizan ventas a través de internet. Fueron más del 45% del total de las empresas chinas, las que realizaron ventas a través de dicha modalidad, consolidando el mercado del comercio electrónico. Además, ha aumentado también el marketing web en China. Las plataformas han sabido aprovechar este crecimiento invirtiendo en nuevas tecnologías, aplicaciones y nuevos contenidos. Asimismo, el consumo online chino se ha diversificado, aumentando el consumo de entretenimiento, compra de medicamentos, comida (el número de usuarios que han solicitado pedidos a través de una aplicación aumentó 83% en el período 2015 – 2016), transmisiones en vivo, entre otros.

Gráfico 10 – Empresas chinas dedicadas a las ventas online



Fuente: *Statistical Survey on Internet Application in Chinese Enterprises.*

El mercado del comercio electrónico en China superó los US\$ 868 millones en 2017, presentando un crecimiento de 28% respecto al año anterior, y siendo la proporción de productos extranjeros de un 10% aproximadamente. Este dinámico crecimiento ha llevado a que varias multinacionales se asocien con empresas chinas de *E-commerce* para comercializar sus mercaderías, tal es el caso de Renault, que en 2018 llegó a un acuerdo con Alibaba para vender coches en el mercado chino a través de *Tmall*, alianza que según Bloomberg, espera vender 550.000 vehículos en China para 2022.

El comercio electrónico transfronterizo también se desarrolla vigorosamente. En 2017, las importaciones y exportaciones minoristas totales que pasaron por la plataforma de gestión de comercio electrónico transfronterizo de las Aduanas de China alcanzaron

los US\$ 14.320 millones de dólares, un 80% superior al año anterior, según datos de la Aduana china (People Daily China, 2018).

El XIII Plan Quinquenal también considera la ciber economía. Este documento incluye una sección dedicada a este tema en la que se expresa el interés de seguir las tendencias de desarrollo de las tecnologías de la información, implementar una estrategia nacional de desarrollo cibernético, promover el desarrollo de la tecnología digital, profundizar la integración de las tecnologías de la información en el desarrollo económico y social, y acelerar la expansión de la información económica⁵. Asimismo, se plasma el compromiso por desarrollar una red de infraestructura moderna, de alta velocidad, segura y de amplia cobertura, promoviendo la aplicación de “internet de las cosas”, la nube y *big data* entre otros compromisos y proyectos.

El Plan Quinquenal incluye varios proyectos sobre el tema. Entre ellos, proyectos de infraestructura necesaria para fortalecer el comercio electrónico, promover la innovación y la adopción del comercio electrónico en áreas clave, fomentar el desarrollo de zonas experimentales integrales de comercio transfronterizo en Hangzhou y otras áreas con el fin de construir una vía internacional de comercio electrónico.

Implementación del proyecto "Internet +". Entre otros compromisos, este se presenta con el objetivo de promover más y mejores aplicaciones de Internet que contribuyan a la transformación de los modos de producción para promover un nuevo patrón de desarrollo basado en Internet. En esta línea, el Ministerio de Comercio de China, ya ha implementado medidas para la reducción de la pobreza a través del comercio electrónico, otorgando fondos a 499 condados de las zonas más pobres del país para vender su producción agrícola. Según datos de *People Daily China* y el Ministerio de Economía chino, a través de la plataforma JD.com se han vendido más de 3 millones de productos agrícolas especiales de 832 condados empobrecidos en China desde 2016, lo que dado trabajo a más de 25.000 personas de muy bajos ingresos.

Primera Conferencia Global de Comercio Electrónico Transfronterizo. Esta conferencia internacional fue realizada en Beijing, entre el 9 y 10 de febrero de 2018, coorganizada por la Organización Mundial de Aduanas (OMA) y la Administración

⁵ Ver el XIII Plan Quinquenal en:
<http://en.ndrc.gov.cn/newsrelease/201612/P020161207645765233498.pdf>

General de Aduanas de China (GACC). En dicha ocasión, el país asiático promovió la formulación de un "Marco Estándar de Comercio Electrónico Transfronterizo Mundial de Aduanas", como documento guía para la supervisión aduanera y el comercio electrónico transfronterizo, recogiendo y compartiendo la experiencia china sobre el tema.

La Nueva Ruta de la Seda y el *E-commerce*. A través de la iniciativa de la Nueva Ruta de la Seda, se ha establecido cooperación sobre comercio electrónico con siete países, promoviendo la conexión de sus plataformas. Por otro lado, China ha impulsado la inclusión del tema en las negociaciones de sus TLC, entre ellos con Georgia, Chile, y la Unión Económica Eurasiática. Asimismo, ha participado activamente también en instancias de cooperación y foros multilaterales, como en la OMC, en la Organización de Cooperación de Shanghái, la Cooperación de Lancang-Mekong, etc., promovió el logro del establecimiento del grupo laboral de comercio electrónico de los países BRICS, y la suscripción de la Iniciativa de Cooperación del Comercio electrónico de los Países BRICS (Ministerio de Comercio de China, 2018).

4. Anexo estadístico

Exportaciones

Cuadro 11 – **Exportaciones mensuales de Uruguay a China y variaciones**

(millones de dólares)

Mes	2016	2017	Variación
Enero	46,3	59,4	28,3%
Febrero	55,7	65,6	17,8%
Marzo	96,1	81,5	-15,2%
Abril	86,8	230,5	165,7%
Mayo	209,2	241,2	15,3%
Junio	130,8	251,6	92,3%
Julio	89,1	137,6	54,5%
Agosto	115,0	165,4	43,8%
Setiembre	85,9	214,6	149,9%
Octubre	62,0	111,9	80,4%
Noviembre	70,4	119,4	69,7%
Diciembre	84,3	94,8	12,6%
Total	1.131	1.774	57%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Cuadro 12 – **Principales productos de exportación a China**

(Capítulo del S.A)

Descripción abreviada Capítulo	Julio - Diciembre					
	Millones de US\$		Participación		Variación 2017/2016	Incidencia
	2016	2017	2016	2017		
02-CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES.	302,2	360,1	59,7%	42,7%	19,2%	11,4%
12-SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS.	119,4	290,1	23,6%	34,4%	142,8%	33,7%
44-MADERA, CARBON VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA.	15,3	93,3	3,0%	11,1%	508,6%	15,4%
51-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO.	35,6	54,1	7,0%	6,4%	52,0%	3,7%
41-PIELES (EXCEPTO LA PELETERIA) Y CUEROS.	5,7	10,1	1,1%	1,2%	76,9%	0,9%
23-RESIDUOS Y DESPERDICIOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS.	7,9	8,1	1,6%	1,0%	2,4%	0,0%
01-ANIMALES VIVOS.	0,2	6,4	0,0%	0,8%	2551%	1%
03-PESCADOS Y CRUSTACEOS.	4,2	5,5	0,8%	0,6%	30,5%	0,3%
74-COBRE Y SUS MANUFACTURAS.	1,8	4,0	0,4%	0,5%	117%	0%
04-LECHE Y PRODUCTOS LACTEOS	3,9	3,7	0,8%	0,4%	-5,1%	0,0%
71-PERLAS NATURALES, PIEDRAS PRECIOSAS O SEMIPRECIOSAS.	2,9	3,6	0,6%	0,4%	23%	0%
15-GRASA Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES.	1,3	1,1	0,3%	0,1%	-19%	0%
05-LOS DEMAS PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL.	0,5	0,9	0,1%	0,1%	62%	0%
89-BARCOS Y DEMAS ARTEFACTOS FLOTANTES.	3,5	0,7	0,7%	0,1%	-79,5%	-0,5%
06-PLANTAS VIVAS Y PRODUCTOS DE LA FLORICULTURA.	0,3	0,6	0,1%	0,1%	133%	0%
30-PRODUCTOS FARMACEUTICOS.	0,5	0,4	0,1%	0,1%	-7%	0%
08-FRUTAS Y FRUTOS COMESTIBLES; CORTEZAS DE AGRIOS (CITRICOS)	0,0	0,4	0,0%	0,0%	994%	0%
85-MAQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELECTRICO.	0,3	0,2	0,1%	0,0%	-41%	0%
38-PRODUCTOS DIVERSOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS	0,1	0,1	0,0%	0,0%	12%	0%
28-PRODUCTOS QUIMICOS INORGANICOS	0,0	0,1	0,0%	0,0%	169%	0%
84-REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MAQUINAS.	0,1	0,1	0,0%	0,0%	-41%	0%
Subtotal	506	844	99,9%	100,0%	67%	67%
Resto	1	0	0,1%	0,0%	-68%	0%
Total general	507	844	100%	100%	67%	67%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Cuadro 13 – Principales productos exportados a China

(Partida del S.A.)

Descripción abreviada Partida	Julio - Diciembre					
	Millones de US\$		Participación		Variación 2017/2016	Incidencia
	2016	2017	2016	2017		
0202-CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADA.	262,1	314,5	51,7%	37,3%	20%	10%
1201-HABAS DE SOJA (SOYA).	119,4	290,1	23,6%	34,4%	143%	34%
4403-MADERA EN BRUTO, INCLUSO DESCORTEZADA.	6,8	74,0	1,3%	8,8%	992%	13%
0206-DESPOJOS COMESTIBLES DE ANIMALES.	36,2	37,6	7,1%	4,5%	4%	0%
5101-LANA SIN CARDAR NI PEINAR.	26,2	34,0	5,2%	4,0%	30%	2%
4407-MADERA ASERRADA O DESBASTADA LONGITUDINALMENTE.	8,5	19,3	1,7%	2,3%	125%	2%
5105-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO.	9,1	18,0	1,8%	2,1%	97%	2%
0204-CARNE DE ANIMALES DE LAS ESPECIES OVINA O CAPRINA.	3,9	8,0	0,8%	0,9%	104%	1%
2301-HARINA, POLVO Y <PELLETS>, DE CARNE, DESPOJOS.	7,4	7,6	1,5%	0,9%	4%	0%
4104-CUEROS Y PIELES CURTIDOS	3,6	7,5	0,7%	0,9%	107%	1%
0102-ANIMALES VIVOS DE LA ESPECIE BOVINA.	0,0	6,1	0,0%	0,7%	--	--
7103-PIEDRAS PRECIOSAS O SEMIPRECIOSAS.	2,9	3,6	0,6%	0,4%	23%	0%
7404-DESPERDICIOS Y DESECHOS, DE COBRE.	1,8	3,5	0,4%	0,4%	92%	0%
0306-CRUSTACEOS, INCLUSO PELADOS, VIVOS, FRESCOS, REFRIGERADOS.	0,0	3,2	0,0%	0,4%	--	--
0303-PESCADO CONGELADO.	4,2	2,3	0,8%	0,3%	-46%	0%
5103-DESPERDICIOS DE LANA O PELO FINO U ORDINARIO, INCLUIDOS LOS	0,3	2,1	0,1%	0,3%	675%	0%
0406-QUESOS Y REQUESON.	2,2	1,8	0,4%	0,2%	-18%	0%
4101-CUEROS Y PIELES EN BRUTO, DE BOVINO (INCLUIDO EL BUFALO) O E	0,2	1,3	0,0%	0,2%	462%	0%
1502-GRASA DE ANIMALES	1,3	1,1	0,3%	0,1%	-19%	0%
0404-LACTOSUERO	1,4	0,9	0,3%	0,1%	-37%	0%
4107-CUEROS PREPARADOS DESPUES DEL CURTIDO O SECADO.	1,2	0,8	0,2%	0,1%	-30%	0%
8901-TRANSATLANTICOS, BARCOS PARA EXCURSIONES	3,5	0,7	0,7%	0,1%	-80%	-1%
Subtotal	502	838	99%	99%	67%	66%
Resto	4	6	1%	1%	36%	0%
Total	507	844	100%	100%	67%	67%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Cuadro 14 – Principales empresas exportadoras a China

Empresa	Julio-Diciembre						Sector de actividad
	Millones de US\$		Participación		Variación 2017/2016	Incidencia	
	2016	2017	2016	2017			
LDC URUGUAY SA	30,1	112,7	6%	13%	275%	16%	Primario
CARGILL URUGUAY SA	52,8	86,0	10%	10%	63%	7%	Primario
BREEDERS & PACKERS URUGUAY SA	27,6	46,8	5%	6%	70%	4%	Manufactura agroindustrial
FRIGORIFICO TACUAREMBO SA	29,3	32,5	6%	4%	11%	1%	Manufactura agroindustrial
FRIGORIFICO LAS PIEDRAS SA	20,3	29,3	4%	3%	44%	2%	Manufactura agroindustrial
BARRACA JORGE W ERRO S A	20,0	29,3	4%	3%	46%	2%	Primario
FRIGORIFICO CANELONES SA	20,1	28,1	4%	3%	40%	2%	Manufactura agroindustrial
ONTILCOR SOCIEDAD ANONIMA	17,5	23,1	3%	3%	33%	1%	Manufactura agroindustrial
PULSA SA	29,8	21,9	6%	3%	-26%	-2%	Manufactura agroindustrial
RONDATTEL S.A.	23,5	21,6	5%	3%	-8%	0%	Manufactura agroindustrial
INALER SA	15,8	19,5	3%	2%	23%	1%	Manufactura agroindustrial
TOPS FRAY MARCOS S A	9,8	19,2	2%	2%	97%	2%	Manufactura agroindustrial
FRIGORIFICO SAN JACINTO NIREA SA	20,3	18,8	4%	2%	-7%	0%	Manufactura agroindustrial
COOP. AGRARIA NACIONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	2,4	18,2	0%	2%	650%	3%	Primario
EVERA SA	0,6	17,8	0%	2%	2879%	3%	Primario
LORSINAL S A	14,8	17,3	3%	2%	17%	0%	Manufactura agroindustrial
CHIADEL S A	13,6	16,9	3%	2%	24%	1%	Manufactura agroindustrial
MURADIR SA	2,2	16,3	0%	2%	635%	3%	Manufactura agroindustrial
CLEDINOR SA	12,3	15,9	2%	2%	29%	1%	Manufactura agroindustrial
BILACOR SA	9,3	13,3	2%	2%	43%	1%	Manufactura agroindustrial
SIRSIL SA	8,4	13,3	2%	2%	58%	1%	Manufactura agroindustrial
ERSINAL SA	8,8	12,0	2%	1%	37%	1%	Manufactura agroindustrial
ESTABLECIMIENTOS COLONIA SA	15,0	11,1	3%	1%	-26%	-1%	Manufactura agroindustrial
COMPANIA FORESTAL URUGUAYA SA	1,2	11,0	0%	1%	826%	2%	Manufactura agroindustrial
LANAS TRINIDAD SA	6,1	10,9	1%	1%	78%	1%	Manufactura agroindustrial
Sub total	412	663	81%	79%	61%	50%	
Resto	95	181	19%	21%	91%	17%	
Total	507	844	100%	100%	67%	67%	

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Importaciones

Cuadro 15 - Importaciones uruguayas provenientes de China por producto

(Capítulo del SA)

Descripción abreviada Capítulo	Julio - Diciembre						
	Millones de US\$		Participación		Variación 2017/2016	Incidencia	
	2016	2017	2016	2017			
85-MAQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELECTRICO.	236,0	191,8	28%	21%	-19%	-5%	
84-REACTORES NUCLEARES.	114,8	123,3	14%	14%	7%	1%	
87-VEHICULOS AUTOMOVILES.	47,8	75,6	6%	8%	58%	3%	
38-PRODUCTOS DIVERSOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS	39,0	54,3	5%	6%	39%	2%	
61-PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, DE PUNTO.	37,3	45,5	4%	5%	22%	1%	
62-PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, EXCEPTO LOS DE PUNTO.	33,5	44,9	4%	5%	34%	1%	
94-MUEBLES; MOBILIARIO MEDICOQUIRURGICO.	42,6	42,7	5%	5%	0%	0%	
29-PRODUCTOS QUIMICOS ORGANICOS.	33,6	41,8	4%	5%	24%	1%	
95-JUEGUETES, JUEGOS Y ARTICULOS PARA RECREO O DEPORTE.	26,0	30,8	3%	3%	19%	1%	
39-PLASTICO Y SUS MANUFACTURAS.	27,6	28,0	3%	3%	1%	0%	
64-CALZADO, POLAINAS Y ARTICULOS ANALOGOS; PARTES DE ESTOS ARTICULOS.	26,5	27,5	3%	3%	4%	0%	
31-ABONOS.	14,1	19,8	2%	2%	40%	1%	
73-MANUFACTURAS DE FUNDICION, HIERRO O ACERO.	19,5	18,7	2%	2%	-4%	0%	
40-CAUCHO Y SUS MANUFACTURAS.	14,6	17,3	2%	2%	18%	0%	
90-INSTRUMENTOS Y APARATOS DE OPTICA, FOTOGRAFIA O CINEMATOGRAFIA.	10,5	13,5	1%	1%	28%	0%	
Sub total	723	776	86%	85%	7%		
Resto	113	134	14%	15%	18%		
Total	837	909	100%	100%	9%	9%	

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Cuadro 16 – Importaciones uruguayas originarias de China por empresa

Descripción abreviada Capítulo	Julio - Diciembre					Incidencia
	Millones de US\$		Participación		Variación	
	2016	2017	2016	2017	2017/2016	
CARLOS GUTIERREZ S A	22,1	28,1	3%	3%	27%	1%
ANTEL	21,0	25,0	3%	3%	19%	0%
TELEFONICA MOVILES DEL URUGUAY S.A	11,0	21,2	1%	3%	93%	1%
TAMPA SOCIEDAD ANONIMA	7,8	16,5	1%	2%	111%	1%
BESINEY S.A	2,2	16,4	0%	2%	638%	2%
PROQUIMUR S.A.	11,7	14,5	1%	2%	24%	0%
DECELESTE SOCIEDAD ANONIMA	8,1	13,9	1%	2%	73%	1%
PEDRO MACCIO Y CIA SOCIEDAD ANONIMA	2,4	13,4	0%	2%	447%	1%
TA TA S A	9,0	12,8	1%	2%	41%	0%
CHIC PARISIEN S A	10,1	12,0	1%	1%	18%	0%
COMPAÑIA CIBELES S A	7,1	10,3	1%	1%	46%	0%
HENDERSON Y CIA S A	4,9	9,5	1%	1%	95%	1%
LA FORJA SOCIEDAD ANONIMA	6,7	7,7	1%	1%	14%	0%
INDUTOP S A	7,3	7,6	1%	1%	5%	0%
GRANDES TIENDAS MONTEVIDEO S A	5,0	7,3	1%	1%	47%	0%
MOTOCICLO S A	10,9	7,0	1%	1%	-36%	0%
Subtotal	147	223	18%	27%	51%	
Resto	689	686	82%	82%	0%	
Total	837	909	100%	109%	9%	9%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Cuadro 17 – Importaciones uruguayas originarias de China en Admisión Temporaria por empresa

Descripción abreviada Capítulo	Julio - Diciembre					Incidencia
	Millones de US\$		Participación		Variación	
	2016	2017	2016	2017	2017/2016	
BESINEY S.A	0,0	12,5	0%	32%	NC	NC
COMPAÑIA CIBELES S A	0,5	2,6	3%	7%	384%	11%
ANIKTO S.A	0,0	2,4	0%	6%	NC	NC
DOMITAC SOCIEDAD ANONIMA	0,1	2,3	0%	6%	3332%	12%
LEB SA	0,0	2,3	0%	6%	NC	NC
DIROX S A	0,7	1,3	4%	3%	106%	4%
MARCOPOL TERMOPLASTICO SOCIEDAD ANONIMA	0,1	1,0	0%	3%	1365%	5%
LABORATORIOS MICROSULES URUGUAY S A	0,5	1,0	3%	3%	93%	3%
FANACIF SA	0,8	1,0	5%	3%	22%	1%
GOLDEN TREE PLASTIC INDUSTRIA URUGUAY S A	0,9	1,0	5%	2%	5%	0%
MOTA DE SOUZA DENIS FERNANDO	0,2	0,9	1%	2%	365%	4%
LABORATORIOS CLAUSEN S A	0,2	0,7	1%	2%	338%	3%
DACOREL SOCIEDAD ANONIMA	0,6	0,6	3%	2%	0%	0%
FCC URUGUAY S.A.	0,4	0,6	2%	2%	68%	1%
LANCO S A	0,1	0,6	0%	1%	1026%	3%
MONTELUR S A	0,3	0,6	2%	1%	71%	1%
CRISTALPET S A	2,8	0,6	16%	1%	-80%	-12%
Sub total	8	32	45%	81%	294%	
Resto	10	7	55%	19%	-26%	
Total	18	39	100%	100%	118%	118%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.