

Las relaciones comerciales entre Uruguay y China

Informe semestral | enero - junio 2019

Año 8 | N° 15

15 de julio de 2019



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	8
2.1 Exportaciones de Uruguay a China durante el primer semestre de 2019.....	9
2.2 Importaciones de Uruguay desde China durante el primer semestre de 2019.....	14
3. Táctica y estrategia: la guerra comercial y el rol de las tierras raras.....	21
4. Anexo estadístico	27

La economía china crecerá un 6,3% durante el año 2019. Las proyecciones indican que el país seguirá creciendo, pero a tasas menores a las registradas hasta el momento. No obstante, en el mediano plazo, el PIB per cápita de China crecerá a tasas que duplican al promedio mundial.

Durante los cinco primeros meses del año, China amplió su saldo comercial favorable en relación al año 2018. Considerando el período enero-mayo de 2019, el saldo comercial alcanzó los US\$ 135 mil millones.

En el primer semestre de 2019, el saldo comercial de Uruguay con China fue positivo, totalizando US\$ 144 millones. Las exportaciones registraron un incremento de 3,3% en relación al período enero-junio del año anterior, sin considerar el comercio de zonas francas.

La carne fue el principal producto exportado a China en el primer semestre de 2019 sin considerar el comercio de zonas francas, registrando ventas por un valor superior a los US\$ 575 millones, y mostrando un incremento del 49% respecto al mismo período del año anterior.

Los frigoríficos Las Piedras, Canelones, Breeders and Packers y Tacuarembó, junto con Cargill Uruguay, fueron las principales empresas exportadoras. En conjunto representaron el 27% de las exportaciones de Uruguay a China en el primer semestre de este año.

Las adquisiciones uruguayas de bienes desde China, totalizaron US\$ 777 millones en el período enero-junio de 2019. Este resultado implicó una caída de 3% respecto al primer semestre del año anterior.

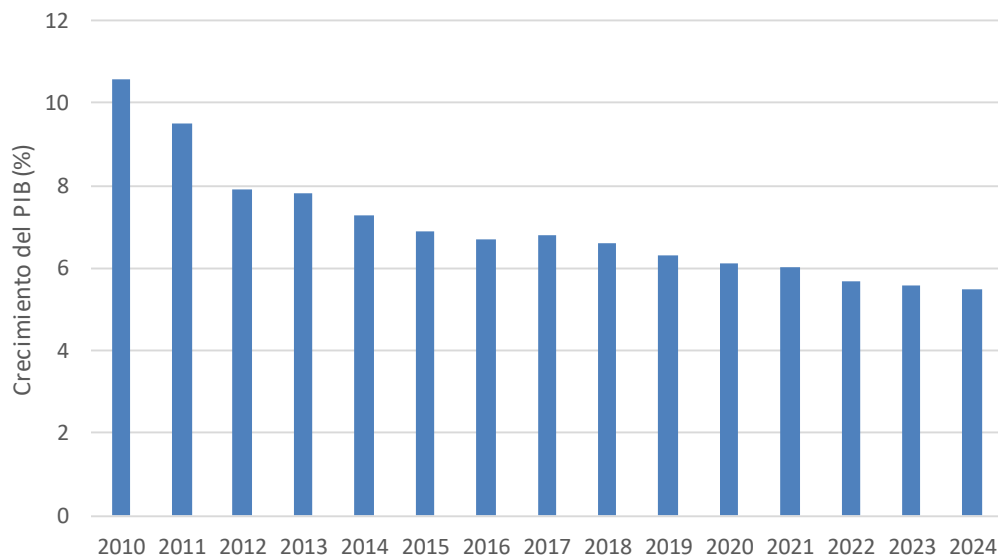
Los bienes incluidos en el capítulo 85 del SA, correspondientes a máquinas, aparatos y material eléctrico, fueron el principal producto adquirido por Uruguay desde el país asiático. El valor total de los mismos superó los US\$ 189 millones y representó el 24% del total importado, lo cual implicó una leve caída de 1% respecto al primer semestre de 2018.

1. Entorno económico y comercial de China¹

La economía china crecerá 6,3% en el año 2019. Las proyecciones indican que, si bien el país continuará creciendo, las tasas serán cada vez menores en los próximos años. Como es sabido, en el pasado reciente China se ha mostrado como una economía muy dinámica, registrando altas tasas de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB). Desde fines de la década de 1970, la economía ha crecido a una tasa promedio del 10% anual, lo que derivó en que 850 millones de personas salgan de la pobreza.

Desde el año 2010, dicho impulso se desaceleró debido a un cambio planificado en la estructura económica china, otorgándole menos importancia al crecimiento por las exportaciones y fomentando el consumo interno y la producción tecnológica y de servicios. De Cualquier forma, más allá de esta nueva realidad china, para los estándares mundiales su crecimiento sigue siendo alto: 6,3%, según estimaciones del FMI es casi el doble de lo esperado para el promedio global (3,3%), y en relación al 1,4% que se espera para América Latina y el Caribe.

Gráfico 1 - Tasa de crecimiento del PIB de China

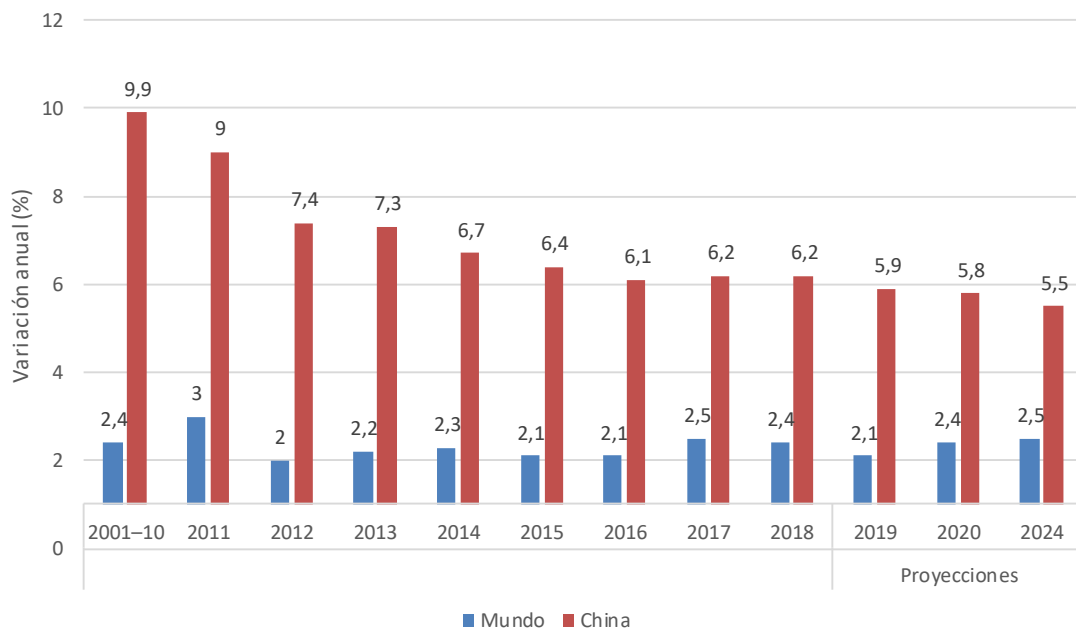


Fuente: elaboración propia en base a IMF Data Mapper.

¹ Equipo técnico involucrado en la realización del informe: Dr. Ignacio Bartesaghi (Director), Dra. Natalia Melgar (Investigadora), Dr. Emilio Silva Sandes (Investigador), Mag. Natalia De María (Investigadora), Lic. María Eugenia Pereira (Investigadora) y Martín Núñez (Pasante).

La ralentización del crecimiento afecta a la distribución del producto per cápita. No obstante, en el mediano plazo el PIB per cápita de China crecerá algo más que el doble en relación al promedio mundial.

Gráfico 2 - Variación porcentual anual del PIB de China y el mundo
(%, PPA)

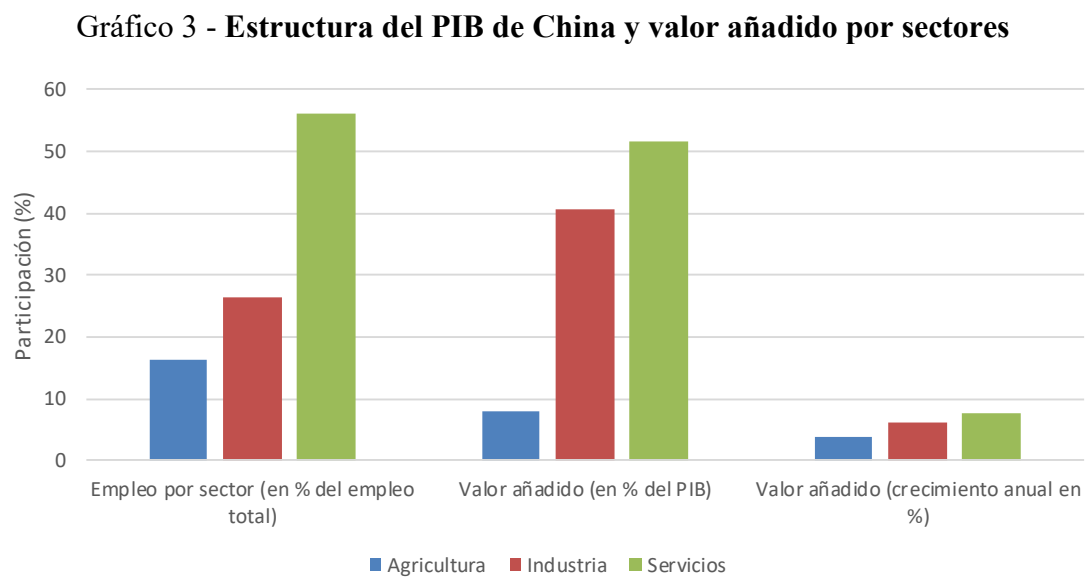


Fuente: elaboración propia en base a FMI.

China está en proceso de una transformación estructural de su modelo de crecimiento, el cual ha estado basado hasta ahora en la exportación, la industria y la inversión. En el nuevo modelo tendrán un papel cada vez más decisivo los servicios y el consumo doméstico, en un proceso de aumento sostenido del nivel de vida de la población.

El gigante asiático ha dedicado normalmente más de un 40% de su PIB a la inversión. La producción industrial representa casi el 50% del PIB, mientras que los servicios no llegan al 40%. La tasa de ahorro de los hogares es muy elevada, mientras que el consumo representa un 35% del PIB, una participación muy baja en relación con la mayoría de los países.

Para este cambio estructural, la estrategia china se orienta en tres líneas: 1) hacia un mayor peso del consumo, en detrimento del ahorro y la inversión, 2) hacia un menor peso de la exportación, que debe ser compensado por una mayor demanda doméstica y 3) hacia un mayor peso de los servicios, en detrimento de la producción industrial. En este contexto, nuevos sectores como el comercio electrónico y los servicios financieros en línea están ganando impulso.



Fuente: elaboración propia en base a Banco Mundial.

La deuda pública es motivo de preocupación en China. Aunque la cifra oficial para 2018 fue del 50,1%, algunos analistas estiman que el número real es mucho mayor y se espera que aumente en los próximos años. Se estima que la relación deuda / PIB de China es en realidad del 300%, lo que Forbes considera el mayor problema del país. El nivel de crédito chino es alto en los niveles internacionales: la deuda corporativa ha alcanzado el 165% del PIB, y la deuda de los hogares, aunque sigue siendo baja, ha aumentado en un 15% del PIB en los últimos cinco años. En el último año, el gobierno ha estado apuntando a recortes de gastos en su presupuesto, y el presidente Xi Jinping dijo que restringir los préstamos a empresas estatales infladas es “la prioridad de las prioridades”.

Ante el conflicto comercial con Estados Unidos, China ha redoblado el estímulo fiscal y monetario para contrarrestar los efectos negativos de los aranceles comerciales. En este marco, las autoridades decidieron implementar medidas de alivio monetario, tales como

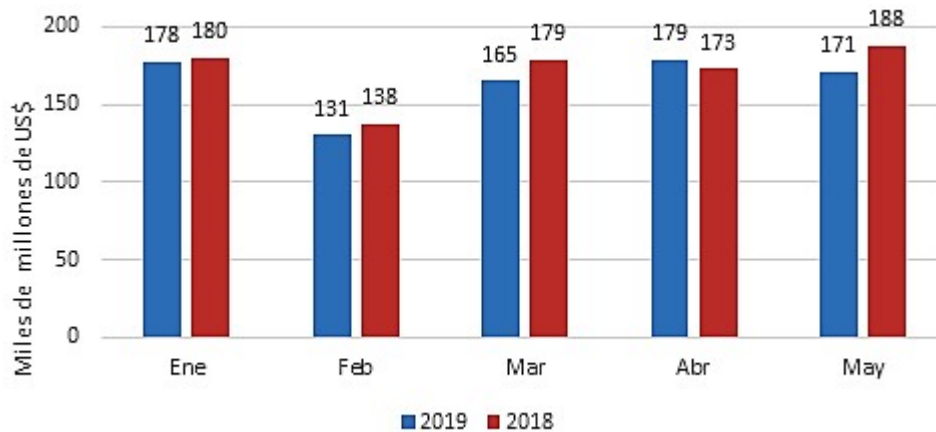
liberar a los bancos para ofrecer más préstamos a empresas más pequeñas. El presupuesto gubernamental alcanzó una baja histórica de -4,2 % del PIB en 2018, una tendencia que se espera que continúe en 2019, cuando se estima que alcance -4,5%. Se espera que los responsables de la formulación de políticas de China aumenten el déficit presupuestario el próximo año, ya que la desaceleración de la economía y la guerra comercial con los Estados Unidos aumentan la necesidad de una política fiscal más activa.

Sin perjuicio de los avances económicos, China aún tiene que enfrentar muchos desafíos. Entre otros, el envejecimiento de la población y la disminución de la fuerza laboral, la falta de apertura de su sistema político y los problemas de competitividad en una economía que depende del alto gasto de capital y la expansión del crédito. Sigue habiendo una gran brecha entre el nivel de vida de las ciudades y el campo, entre las zonas urbanas en la costa china y las partes interiores y occidentales del país, así como entre las clases medias urbanas y aquellas que no han podido beneficiarse del crecimiento de las últimas décadas. La pobreza ha disminuido en gran medida en China, y el desempleo se mantiene estable en 4%. No obstante, alrededor de 43 millones de personas siguen viviendo con menos de US\$ 1 por día, que es la línea de pobreza establecida por el gobierno (según las estadísticas oficiales, hace cinco años, unos 100 millones de personas vivían por debajo de esa línea).

Durante los cinco primeros meses del año, China amplió su saldo comercial favorable en relación al año 2018. Considerando el período enero-mayo de 2019, el saldo comercial fue positivo en US\$ 135 mil millones; en tanto en el mismo período del año pasado el salto fue de 97 mil millones. En este aspecto, el conflicto comercial con Estados Unidos aún no ha reflejado consecuencias negativas. Exceptuando el mes de marzo del corriente año, las exportaciones no han registrado bajas importantes; en tanto que las importaciones sí disminuyeron, con excepción del mes de abril.

Gráfico 4 - Importaciones de China

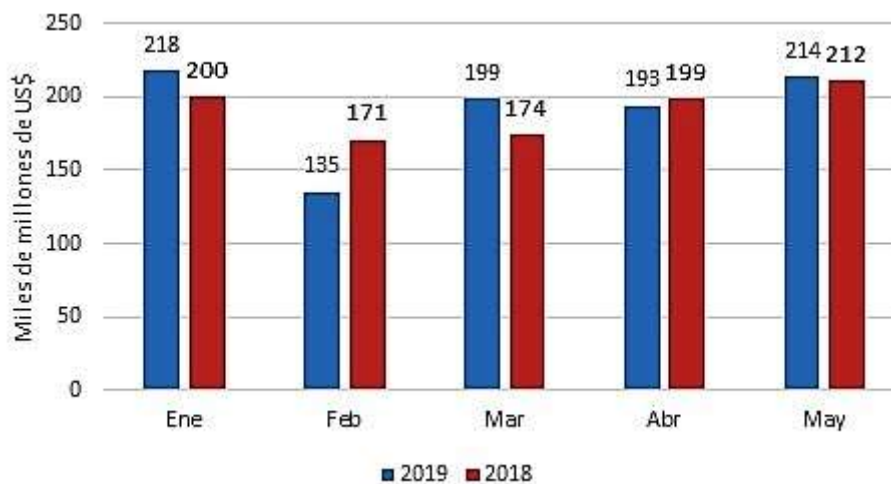
(en miles de millones de US\$, enero-mayo)



Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

Gráfico 5 - Exportaciones de China

(en miles de millones de US\$, enero-mayo)



Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

2. Comercio exterior de bienes entre Uruguay y China²

El saldo comercial de Uruguay con China fue positivo en el primer semestre de 2019, totalizando US\$ 144 millones. Las exportaciones registraron un incremento del 3,3% en relación al período enero-junio del año anterior, totalizando US\$ 921 millones. En tanto las importaciones cayeron un 3,4%, situándose en US\$ 777 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-Junio		
	2018	2019	Variación
Exportaciones	892	921	3%
Importaciones	804	777	-3%
Saldo	88	144	64%

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Las exportaciones desde y a través de las zonas francas. Se debe considerar que los resultados no contemplan las colocaciones desde y a través de las zonas francas instaladas en el territorio uruguayo, debido a que la Dirección Nacional de Aduanas no cuenta aún con un registro público de dichas 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 uruguayana, el efecto sería un mayor número de exportaciones de Uruguay a China y, por lo tanto, un saldo comercial aún más favorable para Uruguay.

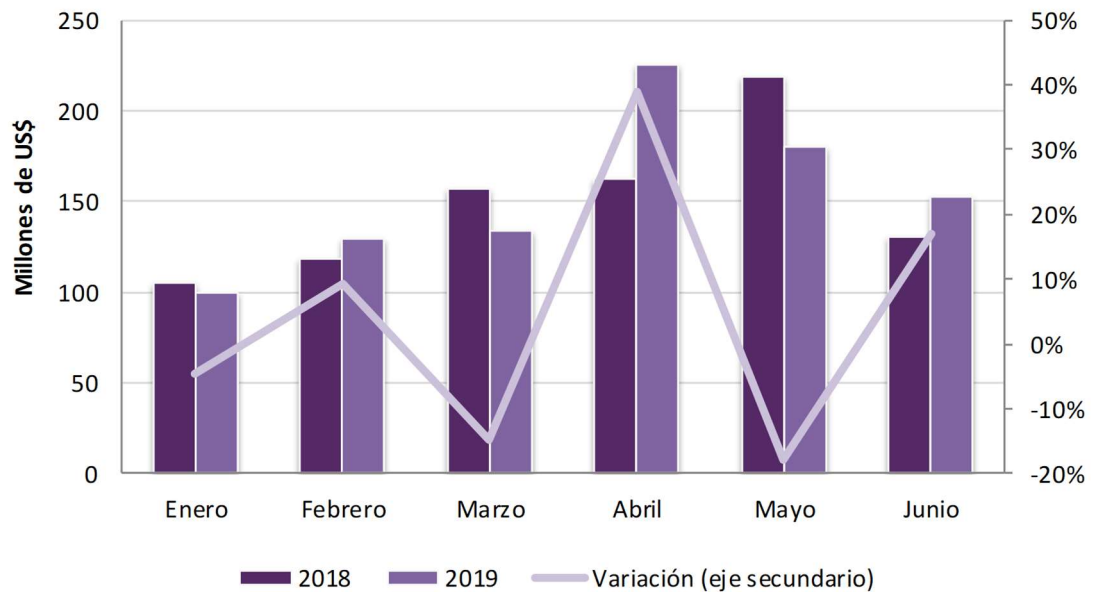
2.1 Exportaciones de Uruguay a China durante el primer semestre de 2019³

Las exportaciones aumentaron un 3% en el primer semestre, respecto al mismo período del año anterior. Las colocaciones uruguayas hacia el mercado chino totalizaron US\$ 921 millones en el período enero-junio de 2019, lo que representó un incremento del 3% frente a igual período del año anterior. Si se considera mensualmente, el mayor aumento se produjo en abril. Las exportaciones de carne bovina (partida 0202) y de soja (partida 1201), explican en gran parte el crecimiento en dicho mes.

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.

Gráfico 6 - Exportaciones mensuales con destino a China

(Enero-junio, sin zonas francas, en millones de US\$)

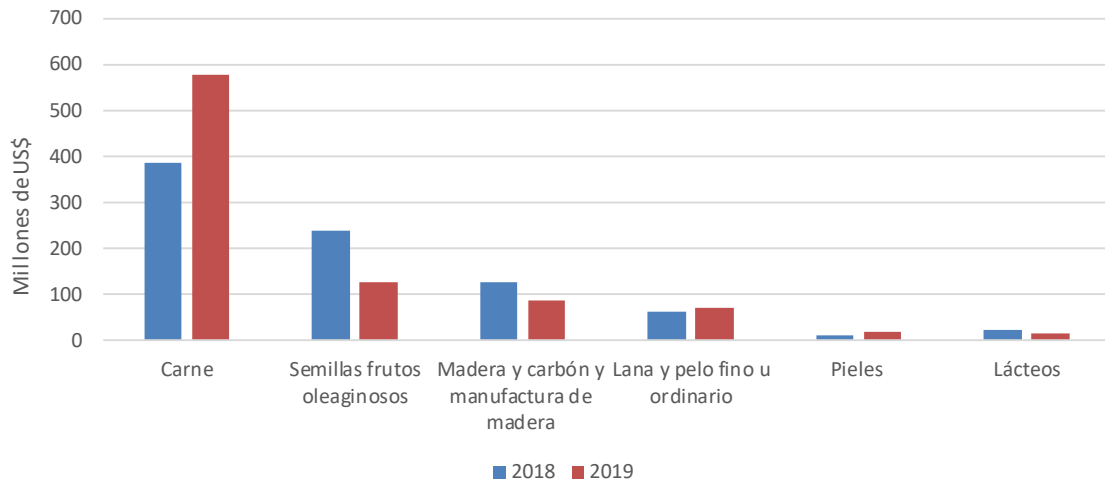


Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Carne fue el principal producto exportado a China en el primer semestre de 2019, registrando ventas por un valor superior a los US\$ 575 millones y mostrando un incremento del 49% respecto al mismo período del año anterior. Dicho producto representó el 62% del total de las mercaderías exportadas al mercado chino. Le siguen en importancia las semillas, la madera y la lana, siendo estos cuatro productos en conjunto el 94% del total de las exportaciones uruguayas hacia China. La venta de semillas y frutos oleaginosos (soja) fue de US\$ 128 millones en el primer semestre, lo que implicó una disminución del 46%, respecto al mismo período del año pasado.

Gráfico 7 - Principales productos exportados a China

(Enero-junio, sin zonas francas, en millones de US\$)



Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Los frigoríficos Las Piedras, Canelones, Breeders y Packers y Tacuarembó, junto Cargill Uruguay fueron las principales empresas exportadoras. En conjunto representaron el 27 % de las exportaciones de Uruguay a China en el primer semestre de 2019. Frigorífico Tacuarembó exportó por un valor de US\$ 62 millones, lo cual representó un 49% más que el primer semestre de 2018. Por su parte, la empresa Cargill Uruguay exportó por un total de US\$ 41 millones, lo que implicó una reducción del 38% en relación al mismo período del año anterior. 64 empresas exportaron más de un millón de dólares en el primer semestre de 2019; 153 lo hicieron por un valor superior a los mil dólares.

Cuadro 2 - Empresas exportadoras hacia China

(Enero – junio, Sin zonas francas)

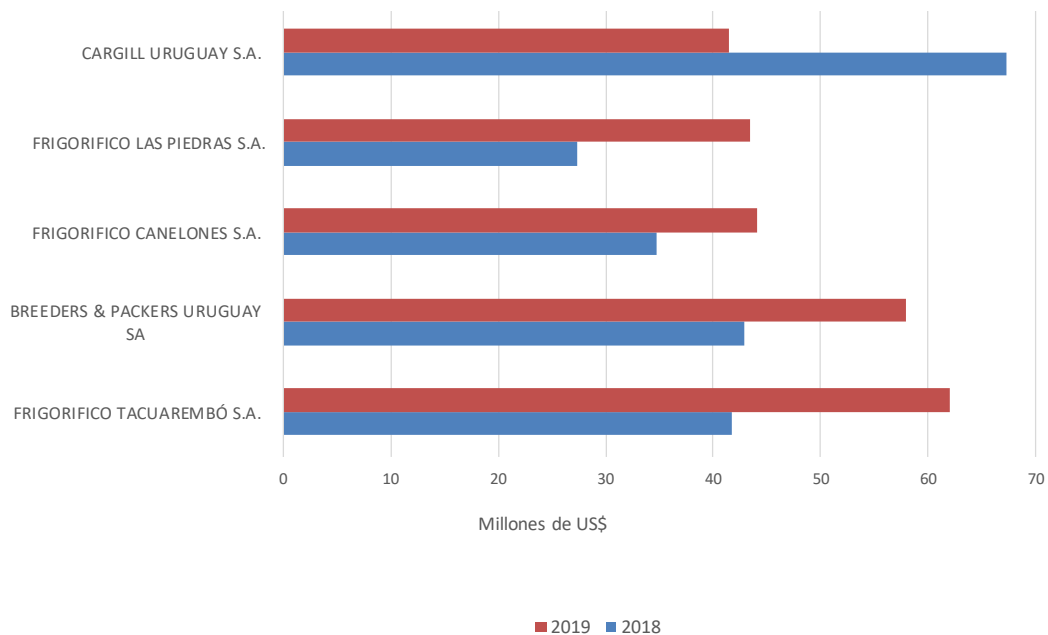
Nº de empresas	Monto de exportación	Participación sobre el total de las empresas exportadoras hacia China
2 empresas >	US\$ 45 millones	1%
55 empresas >	US\$ 1 millón	36%
96 empresas >	US\$ 100 mil	63%
154 empresas exportaron a China en el segundo semestre de 2019*		

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

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Gráfico 8 - Principales empresas exportadoras a China

(Enero-junio, sin zonas francas)



Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Cuadro 3 - Principales capítulos, montos y empresas exportadoras a China

(Enero-junio, sin zonas francas)

CAPÍTULOS	Millones de US\$ -2019	N° de empresas y los tres principales exportadores	Variación 2018- 2019
CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES.	575,1	22 empresas: Frigorífico Tacuarembó, Breeders & Packers Uruguay, Frigorífico Canelones SA	48,5
SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS	127,7	10 empresas: Cargill Uruguay SA, Cofco International Uruguay SA, Barraca Jorge W. Erro SA.	-46,2
MADERA, CARBÓN VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA.	89,2	16 empresas: TGL Uruguay SA, Uruply SA, Muradir SA	-29,5
LANA Y PELO FINO U ORDINARIO	72,8	9 empresas: Tops Fray Marcos SA, Lanas Trinidad SA, Rantex SA.	17,0
PIELES (EXCEPTO LA PELETERÍA) Y CUEROS.	17,7	9 empresas: P aycueros SA, JBS Leather Uruguay SA, Dofin SA.	57,8
PRODUCTOS LÁCTEOS.	16,9	3 empresas: CONAPROLE, Urumiel Ltda., Sociedad Anónima Uruguay De Importaciones Y Exportaciones	-26,1
RESIDUOS Y DESPERDICIOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS.	6,4	3 empresas: Cardama SA, Yarus SA, Grinsol SA.	-27,0
PESCADOS .	4,9	12 empresas: Pesquerías Belnova SA, Auk Links Uruguay SA, Compañía Italo Uruguay De Pesca SA.	27,9
PERLAS NATURALES.	3,8	24 empresas: Le Stage SA, Mosselin Daniel Alencar, Pauer SA.	-28,4
GRASA Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES.	3,3	17 empresas: Breeders & Packers Uruguay SA, Frigorífico las Piedras S A, Chiadel SA.	49,4
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS.	1,8	5 empresas: Frigorífico Tacuarembó SA, Lonsa Science SRL; Mvdmart SA.	58,8
Capítulos con exportaciones superiores a US\$ 1 millón Empresas con ventas superiores a US\$ 25.000			

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

A nivel de partida, la carne bovina congelada fue el producto más exportado a China. Le siguen en importancia las habas de soja y la madera en bruto. Las exportaciones de carne bovina congelada (partida 0202) totalizaron US\$ 502 millones, presentando una variación positiva de 49% respecto al período comprendido entre enero y junio de 2018. En segundo y tercer lugar, se ubicaron las habas de soja (partida 1201) y la madera en bruto (partida 4403), con ventas por valor de US\$ 128 millones y US\$ 76 millones, respectivamente. Ambos productos presentaron caídas de 46% y 26% respecto al primer semestre del año anterior. En conjunto, estos tres productos representaron el 77% de las colocaciones uruguayas en el mercado chino.

Cuadro 4 - Comportamiento de los principales productos exportados a China

(Sin zonas francas)

Descripción abreviada	Segundo Semestre 2019/2018
0202-CARNE DE ANIMALES , CONGELADA.	
1201-HABAS DE SOJA (SOYA)	
4403-MADERA EN BRUTO,	
0206-DESPOJOS COMESTIBLES DE ANIMALES	
5101-LANA SIN PEINAR.	
5105-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO	
4104-CUEROS Y PIELES CURTIDOS	
0402-LECHE Y NATA (CREMA), CONCENTRADAS	
*Participaciones superiores al 1% en el segundo semestre de 2019	

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

2.2 Importaciones de Uruguay desde China durante el primer semestre de 2019

Las adquisiciones uruguayas de bienes desde China totalizaron US\$ 777 millones en el período enero-junio de 2019. Este resultado implicó una caída de 3% respecto al segundo semestre del año anterior. El semestre comenzó con un modesto crecimiento de los montos importados en los meses de enero y febrero, pero se contrajo de marzo a mayo. Finalmente, en junio si bien hubo un repunte de las importaciones, no fue suficiente para que el saldo semestral sea negativo respecto al mismo período de 2018.

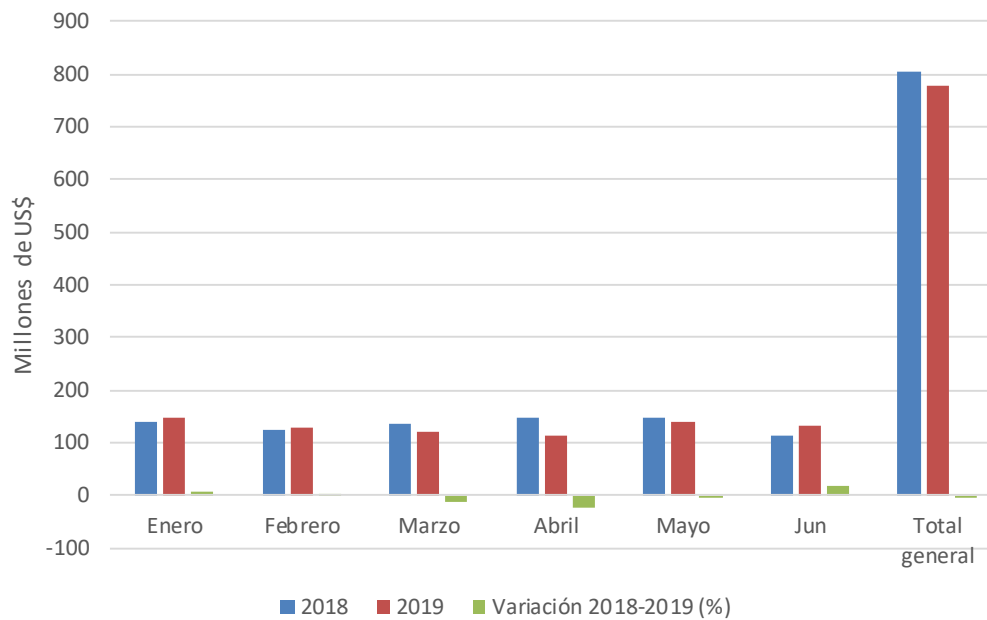
Cuadro 5 - Importaciones uruguayas desde China

(Enero – junio, en millones de US\$)

Mes	2018	2019	Variación 2019/2018
ene	139	146	5%
feb	126	126	1%
mar	136	120	-12%
abr	146	112	-23%
may	145	141	-3%
jun	113	133	17%
Total	804	777	-3%

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Gráfico 9 - Importaciones uruguayas desde China



Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Cuadro 6 - Importaciones uruguayas desde China por capítulo.

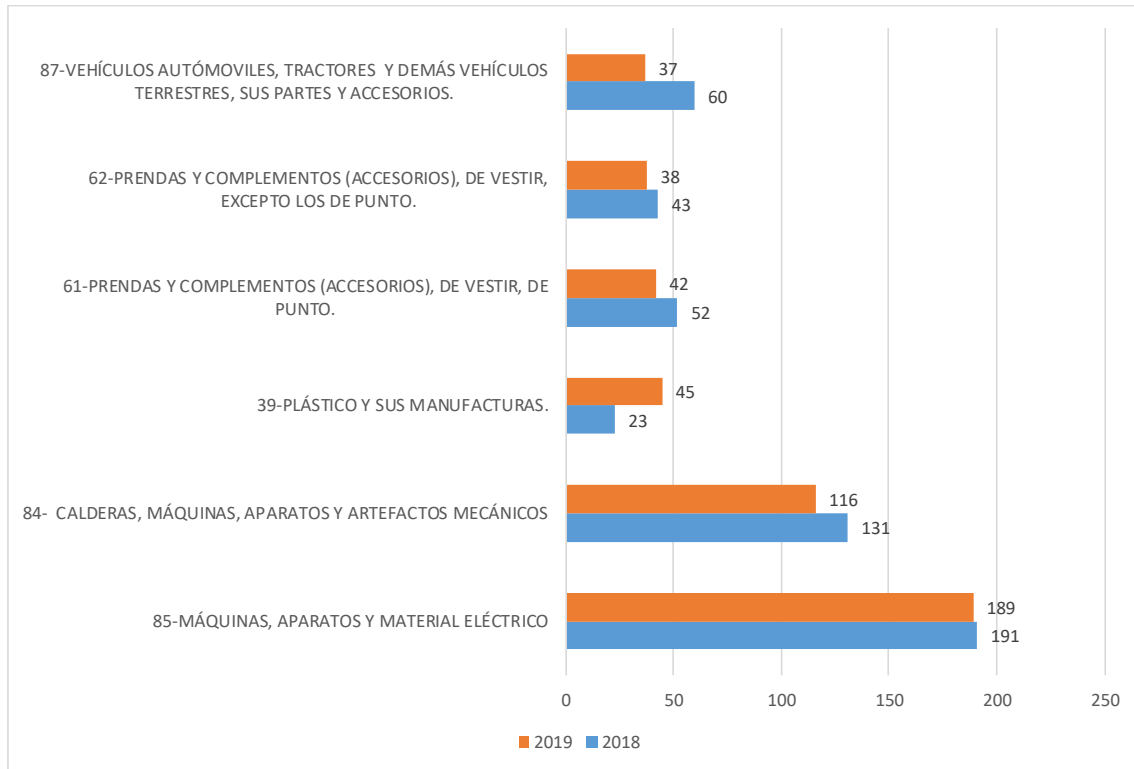
(Período enero-junio de 2019)

Descripción abreviada Capítulo	Enero-Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2018	2019	2018	2019	2019/2018	
85-MÁQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO, Y SUS PARTES	191,0	189,1	24%	24%	-1%	0%
84-CALDERAS, MÁQUINAS, APARATOS Y ARTEFACTOS MECÁNICOS	130,6	115,6	16%	15%	-12%	-2%
39-PLÁSTICO Y SUS MANUFACTURAS.	23,1	45,2	3%	6%	95%	3%
61-PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, DE PUNTO.	52,1	42,1	6%	5%	-19%	-1%
62-PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, EXCEPTO LOS DE PUNTO.	43,6	38,2	5%	5%	-12%	-1%
87-VEHÍCULOS AUTÓMOVILES, TRACTORES, VELOCÍPEDOS Y DEMAS VEHÍCULOS TERRESTRES	60,2	36,7	7%	5%	-39%	-3%
29-PRODUCTOS QUÍMICOS ORGÁNICOS.	29,3	33,5	4%	4%	14%	1%
38-PRODUCTOS DIVERSOS DE LAS INDUSTRIAS QUÍMICAS	27,2	32,4	3%	4%	19%	1%
94-MUEBLES; MOBILIARIO MEDICOQUIRURGICO; ARTÍCULOS DE CAMA Y SIMILARES	28,2	28,5	4%	4%	1%	0%
31-ABONOS.	7,1	26,6	1%	3%	277%	2%
73-MANUFACTURAS DE FUNDICIÓN, HIERRO O ACERO.	23,7	22,0	3%	3%	-7%	0%
64-CALZADO, POLAINAS Y ARTÍCULOS ANÁLOGOS; PARTES DE ESTOS ARTÍCULOS.	23,9	20,0	3%	3%	-16%	0%
90-INSTRUMENTOS Y APARATOS DE ÓPTICA, FOTOGRAFÍA O CINEMATOGRAFA, DE MEDIDA	16,9	16,5	2%	2%	-3%	0%
40-CAUCHO Y SUS MANUFACTURAS.	17,7	14,4	2%	2%	-19%	0%
95-JUEGUITES, JUEGOS Y ARTÍCULOS PARA RECREO O DEPORTE; SUS PARTES Y ACCESORIOS.	15,5	13,3	2%	2%	-14%	0%
42-MANUFACTURAS DE CUERO; ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA O GUARNICIONERÍA	10,4	10,5	1%	1%	1%	0%
63-LOS DEMÁS ARTÍCULOS TEXTILES CONFECCIONADOS; JUEGOS; PRENDERÍA Y TRAJOS.	8,4	7,0	1%	1%	-17%	0%
72-FUNDICIÓN, HIERRO Y ACERO.	6,5	6,8	1%	1%	5%	0%
76-ALUMINIO Y SUS MANUFACTURAS.	9,7	6,4	1%	1%	-34%	0%
96-MANUFACTURAS DIVERSAS.	6,0	5,8	1%	1%	-4%	0%
82-HERRAMIENTAS Y ÚTILES, ARTÍCULOS DE CUCHILLERÍA Y CUBIERTOS DE MESA	5,6	5,6	1%	1%	0%	0%
30-PRODUCTOS FARMACÉUTICOS.	4,6	4,8	1%	1%	6%	0%
70-VIDRIO Y SUS MANUFACTURAS.	4,3	4,4	1%	1%	3%	0%
83-MANUFACTURAS DIVERSAS DE METAL COMUN.	4,4	4,0	1%	1%	-10%	0%
69-PRODUCTOS CERÁMICOS.	3,8	3,9	0%	1%	4%	0%
Sub total	754	733	94%	94%	-3%	-3%
Resto	50	44	6%	6%	-13%	-1%
Total	804	777	100%	100%	-3%	-3%

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Las importaciones desde China han continuado diversificándose. Si se analizan los datos tanto por empresa como por producto existe mayor diversificación. 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\$ 189 millones. Esto representó el 24% del total importado, registrando una leve caída de 1% respecto al primer semestre de 2018. Le siguieron en importancia los productos comprendidos en los capítulos 84 (calderas, máquinas y aparatos mecánicos), 39 (plásticos y sus manufacturas) y 61 (prendas y complementos de vestir, de punto). En conjunto, estos cuatro capítulos representaron el 50% de las importaciones de Uruguay provenientes de China.

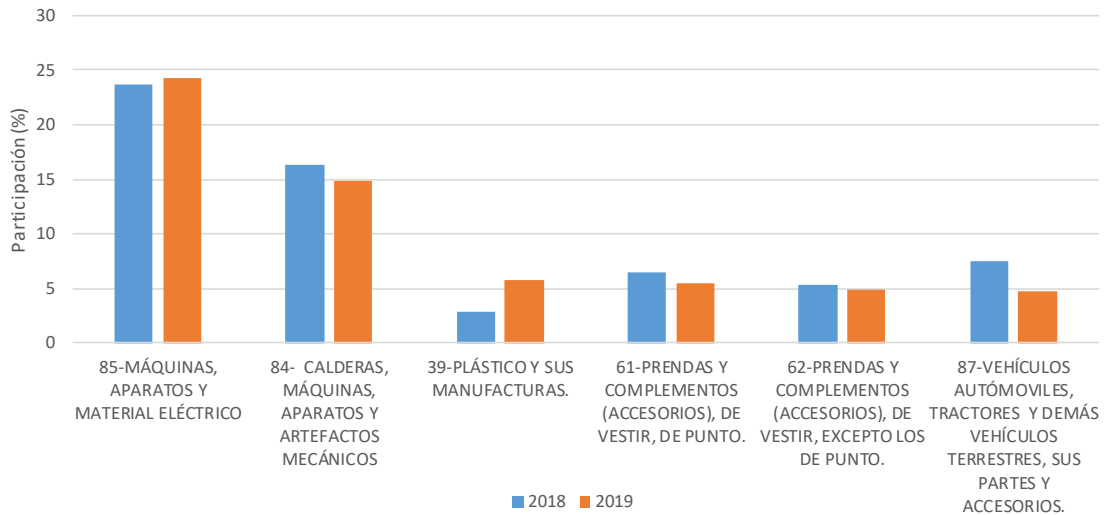
Gráfico 10 - Principales productos importados por Uruguay provenientes de China



Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Gráfico 11- Principales bienes importados por Uruguay desde China

(Enero-junio, %)



Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Se contrajo la compra de vehículos. Si se considera el Capítulo 87 del SA, que incluye los vehículos automóviles y sus partes, se observa que las importaciones cayeron 39% en el primer semestre de 2019, en comparación a igual período de 2018. Esta evolución es consecuente con indicadores como el Índice de Confianza del Consumidor de la Universidad Católica del Uruguay o la Encuesta de Expectativas Económicas del Banco Central del Uruguay, que continúan mostrando resultados negativos, dado que la caída en importaciones puede considerarse un indicador de menores expectativas de venta por la menor demanda de bienes durables dada la incertidumbre en la economía nacional. Dentro del capítulo mencionado, los vehículos para el transporte de mercancías encabezan el ranking, cuyo monto importado se redujo un 19% en relación a enero-junio de 2018. En la comparación de los mismos períodos, se evidencia que las importaciones de vehículos automóviles para turismo o transporte de personas se redujo 44%, y las partes y accesorios para automóviles un 81%. El resto de las partidas también registró variaciones negativas, exceptuando a los vehículos automotores para diez o más personas que se incrementó un 604%.

Cuadro 7- Importaciones de vehículos desde China

Descripción abreviada Partida	Enero - junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2018	2019	2018	2019	2019/2018	
8704-Vehículos automóviles para transporte de mercancías	12,0	9,8	20%	27%	-19%	-4%
8711-Motocicletas y velocípedos con motor	8,1	8,2	13%	22%	1%	0%
8712-Bicicletas y demás velocípedos sin motor	9,8	5,5	16%	15%	-44%	-7%
8708-Partes y accesorios para automóviles	20,1	3,9	33%	11%	-81%	-27%
8703-Vehículos automóviles para turismo y transporte de personas no incluidos en la partida 8702	0,4	3,0	1%	8%	604%	4%
8714-Partes y accesorios para vehículos de las partidas 8711 a 8713	3,8	2,0	6%	6%	-46%	-3%
8705-Vehículos automóviles para usos especiales (no transporte de personas o mercancías)	1,5	1,3	2%	4%	-9%	0%
8701-Tractores	2,3	1,3	4%	3%	-45%	-2%
8716-Remolques y semi-remolques	0,6	0,5	1%	1%	-13%	0%
8702-Vehículos automóviles para 10 o mas personas	0,7	0,5	1%	1%	-30%	0%
8715-Coches, sillas y vehículos para el transporte de niños y sus partes	0,7	0,5	1%	1%	-28%	0%
Sub total	60	37	100%	100%	-39%	-39%
Resto	0,2	0,1	0%	0%	-47%	0%
Total	60	37	100%	100%	-39%	-39%

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Se redujo levemente el uso del régimen de Admisión Temporal (AT), el monto totalizó US\$ 39,6 millones, mientras que en igual período del año anterior había alcanzado a US\$ 41,4 millones. Estos resultados implican una caída de 4%. Los principales rubros adquiridos por el mencionado sistema desde China fueron plásticos y sus manufacturas, los que explicaron el 57% del total importado en el primer semestre de 2019 por AT. La empresa Cristalpet S.A. fue la que hizo mayor uso de este régimen por un valor superior

a los US\$ 21 millones. Le siguen en importancia DNKN Chemicals S.A. con US\$ 1,9 millones y Dirox S.A. US\$ 1,2 millones.

Cuadro 8 - Importaciones uruguayas originarias de China en AT

(Por Capítulo del SA)

Descripción abreviada	Enero-Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2018	2019	2018	2019	2019/2018	
39-PLASTICO Y SUS MANUFACTURAS.	3,4	22,5	8%	57%	567%	46%
29-PRODUCTOS QUIMICOS ORGANICOS.	7,9	7,2	19%	18%	-8%	-2%
54-FILAMENTOS SINTETICOS O ARTIFICIALES.	2,0	1,5	5%	4%	-25%	-1%
40-CAUCHO Y SUS MANUFACTURAS.	1,8	1,1	4%	3%	-35%	-1%
56-GUATA , FIELTRO Y TELA SIN TEJER, HILADOS ESPECIALES	0,0	0,8	0%	2%	3950%	2%
85-MAQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELECTRICO, Y SUS PARTES	0,6	0,6	1%	2%	7%	0%
73-MANUFACTURAS DE FUNDICION, HIERRO O ACERO.	1,1	0,6	3%	2%	-46%	-1%
30-PRODUCTOS FARMACEUTICOS.	0,9	0,6	2%	1%	-40%	-1%
32-EXTRACTOS CURTIENTES O TINTOREOS	0,5	0,5	1%	1%	11%	0%
60-TEJIDOS DE PUNTO.	0,4	0,5	1%	1%	26%	0%
03-PESCADOS Y CRUSTACEOS, MOLUSCOS	0,2	0,5	1%	1%	108%	1%
28-PRODUCTOS QUIMICOS INORGANICOS	1,1	0,5	3%	1%	-57%	-1%
15-GRASA Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES	0,9	0,3	2%	1%	-65%	-1%
76-ALUMINIO Y SUS MANUFACTURAS.	0,4	0,3	1%	1%	-16%	0%
63-LOS DEMAS ARTICULOS TEXTILES CONFECCIONADOS	0,5	0,3	1%	1%	-41%	-1%
34-JABON, AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICOS	0,0	0,3	0%	1%	2111%	1%
55-FIBRAS SINTETICAS O ARTIFICIALES DISCONTINUAS.	0,2	0,2	0%	1%	20%	0%
Subtotal	22	38	53%	97%	76%	40%
Resto	20	1	47%	3%	-94%	-44%
Total	41	40	100%	100%	-4%	-4%

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Fueron 3.903 las empresas uruguayas que realizaron importaciones desde el mercado chino, de las cuales ocho lo hicieron por valores superiores a los US\$ 10 millones, siendo las principales ANTEL, Cristalpet S.A. y Telefónica Móviles del Uruguay S.A. (6%, 3% y 3%, respectivamente), presentando en su conjunto compras por US\$ 90,5 millones, en el período enero-junio 2019.

Cuadro 9 - Empresas importadoras desde China

(Enero-junio 2019)

N° de empresas	Monto de importación	Participación sobre el total de las empresas importadoras desde China
8 empresas >	US\$ 10 millones	0,2%
139 empresas >	US\$ 1 millón	3,6%
933 empresas >	US\$ 100 mil	23,9%
3904 empresas importaron desde China*		

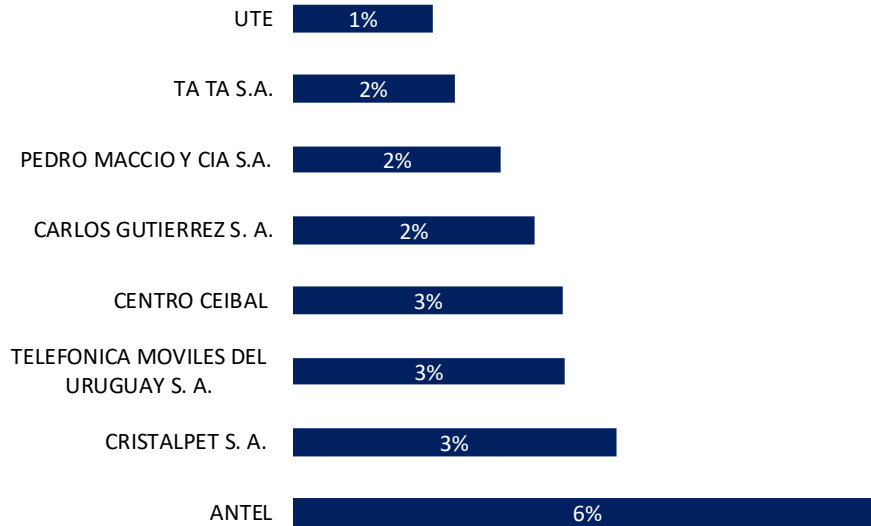
*Se cuentan todas las empresas que realizaron una operación de importación por un valor superior a los US\$ 1.000.

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Gráfico 12 - Principales empresas uruguayas importadoras desde China

Participación en % sobre el total importado.

(Enero-junio 2019)



Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Las importaciones de ANTEL crecieron 28% respecto al primer semestre de 2018. Esta evolución se explica principalmente por las mayores importaciones de celulares, que alcanzaron a US\$ 35,4 millones (código arancelario 85171231 del SA), y que representaron un crecimiento del 54% en el primer semestre de 2019 respecto a igual período de 2018. También acompañó esta alza las adquisiciones de módems por US\$ 3 millones (código arancelario 85176255 del SA), que se incrementaron 862% en igual período.

Cuadro 10 - Importaciones de ANTEL originarias de China

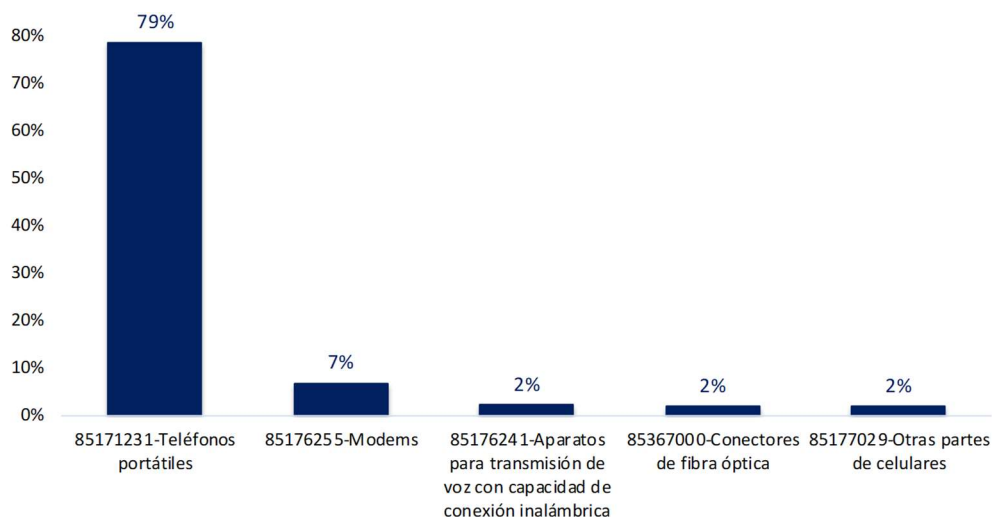
(Clasificación a 8 dígitos del SA)

Descripción abreviada Capítulo	Enero-Junio 2019					
	Miles de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2018	2019	2018	2019	2019/2018	
85171231-Teléfonos portátiles	22.975	35.472	65%	79%	54%	35%
85176255-Modems	318	3.060	1%	7%	862%	8%
85176241-Aparatos para transmisión de voz con capacidad de conexión inalámbrica	342	940	1%	2%	--	--
85367000-Conectores de fibra óptica	804	798	2%	2%	--	--
85177029-Otras partes de celulares	340	791	1%	2%	132%	1%
85177099-Otros	37	618	0%	1%	1585%	2%
85177010-Circuitos impresos con componentes eléctricos o electrónicos	377	551	1%	1%	46%	0%
85176130-Estaciones base de telefonía celular	4	529	0%	1%	--	--
85447090-Otros	1.496	527	4%	1%	--	--
85176249-Otros	4.073	373	12%	1%	-91%	-10%
Sub total	30.768	43.661	87%	97%	42%	37%
Resto	4.518	1.517	13%	3%	-66%	-9%
Total	35.285	45.178	100%	100%	28%	28%

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Gráfico 13 - Principales productos importados por ANTEL

(Participación en % en el total de importaciones durante el primer semestre de 2019)



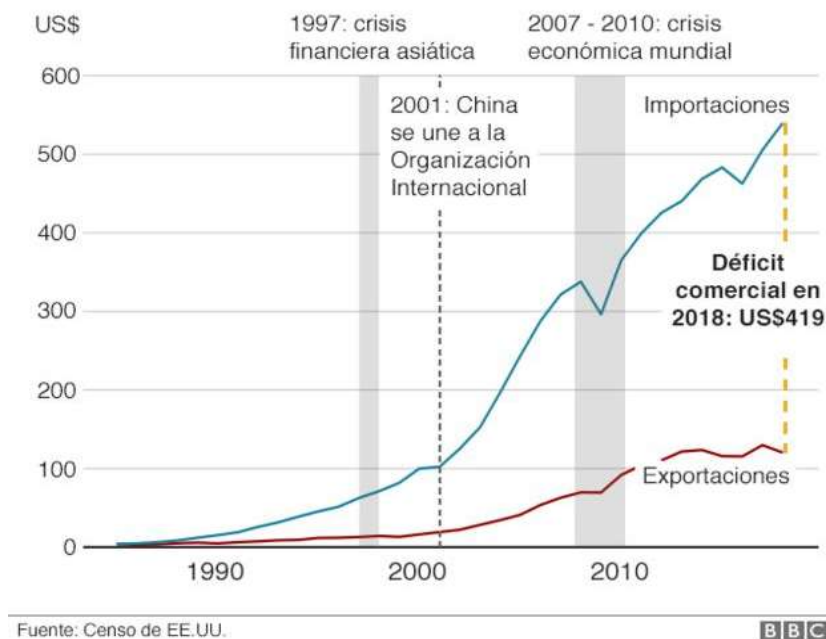
Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

3. Táctica y estrategia: la guerra comercial y el rol de las tierras raras

Las guerras comerciales no son algo nuevo en el ámbito internacional, pero lo que no se había registrado hasta la actualidad, es un conflicto comercial que enfrentara a dos economías como Estados Unidos y China. La fuerte competencia entre ellos en diversos sectores llevó a que el presidente Donald Trump tome medidas para poder contrarrestar el gran crecimiento y la balanza comercial favorable que ha tenido el país asiático frente a Estados Unidos.

Con el paso del tiempo, el comercio entre ambos países se hizo más fuerte, llevando a que se convirtieran en principales socios comerciales. Luego del año 2000, la balanza comercial negativa de Estados Unidos respecto a China se ha disparado y desde junio de 2018, Washington ha intentado frenar las importaciones asiáticas mediante incrementos de aranceles, obteniendo igual respuesta por parte de Pekín para productos americanos que quieran ingresar a China.

Gráfico 14 - Déficit comercial de Estados Unidos respecto a China



Los ataques del actual presidente de Estados Unidos han sido por distintas vías. Primero ha recurrido a las amenazas, un método utilizado frecuentemente contra China y otros países, muchas de ellas con ámbito más intimidatorio que aplicable. Trump prometió gravar con altos aranceles un gran número de productos “*Made in China*”, pero la realidad es que su método tuvo un alcance menor a lo que prometía, aunque sí ha logrado que algunos sectores chinos, sobre todo los intensivos en tecnología, deban pagar más en materia de aranceles para ingresar a Estados Unidos.

En mayo de 2019, Trump amenazó con incluir en la lista negra a la firma tecnológica Huawei, lo que representaría un bloqueo total para esta compañía en Estados Unidos. La empresa con sede en la ciudad de Shenzhen, cuenta con gran dependencia de bienes y servicios que son prestados por compañías como Google, Intel o Qualcomm, todas ellas

precedentes de Estados Unidos. El bloqueo por parte del gobierno norteamericano –alude a que la empresa asiática incumple medidas de seguridad relacionadas al desarrollo de la nueva tecnología 5G- significaría que sus propias empresas directamente vendan menos, e incluso esto podría alertar a China para comenzar a desarrollar dicha tecnología por su propia cuenta.

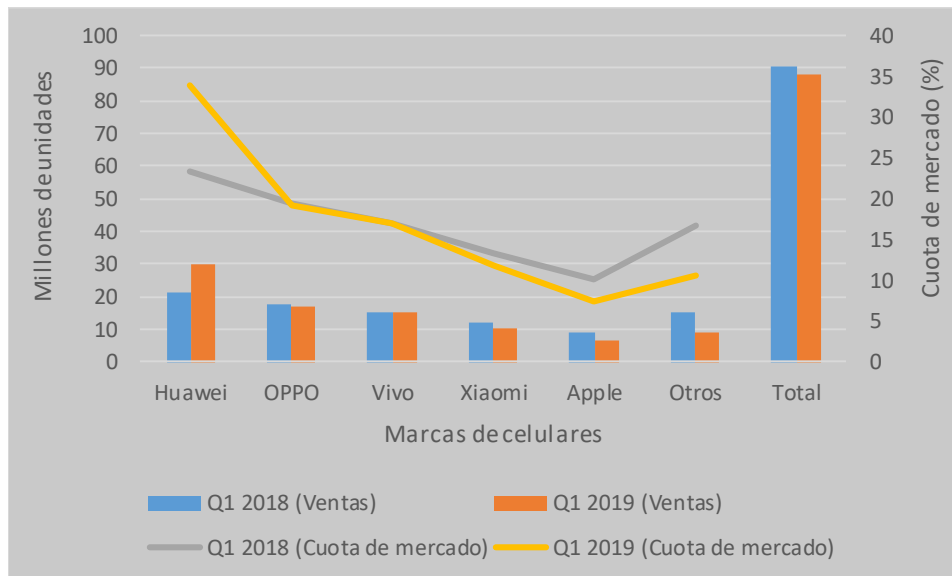
En junio se celebró la Cumbre del G-20 en Japón, reuniendo a todos los grandes líderes del mundo. La atención estaba puesta en Donald Trump y Xi Jinping, ya que podría haber un encuentro entre ambos.

Definitivamente la reunión se celebró el día 29 de junio, precisamente en la ciudad de Osaka. Ambos presidentes calificaron la reunión como muy positiva, consiguiendo una tregua en su conflicto comercial. Algunos puntos que acordaron fue dejar sin validez, al menos por el momento, la amenaza que había realizado Trump sobre el aumento significativo de aranceles. Asimismo, Huawei obtuvo luz verde para que empresas norteamericanas puedan seguir vendiéndole. En tanto, Xi Jinping ha prometido abrir más su mercado.

La política desarrollada por el primer mandatario estadounidense es una incógnita, por lo que no sería de extrañar que haya un giro de 180 grados en sus estrategias respecto a China y la tregua de Osaka, como tampoco sería llamativo que se acercara buscando lograr un acuerdo comercial. Lo que se puede asumir como una certeza, son algunas características claras de que Estados Unidos no está enfrentando a un rival más de su larga lista.

Un claro ejemplo que trajo aparejado el caso Huawei y el quebranto de las relaciones comerciales entre ambas naciones fue el fuerte nacionalismo que prosperó en China. De esta manera, la empresa Apple tuvo una caída pronunciada en el mercado asiático – cerca del 30% en el primer trimestre de 2019-, siendo totalmente contraria a la situación de Huawei, compañía que creció aproximadamente 41%, además de haberse convertido en la segunda compañía del mundo con más ventas de celulares, situándose por detrás de Samsung.

Gráfico 15 - Ventas y cuotas de mercado de empresas de celulares en China



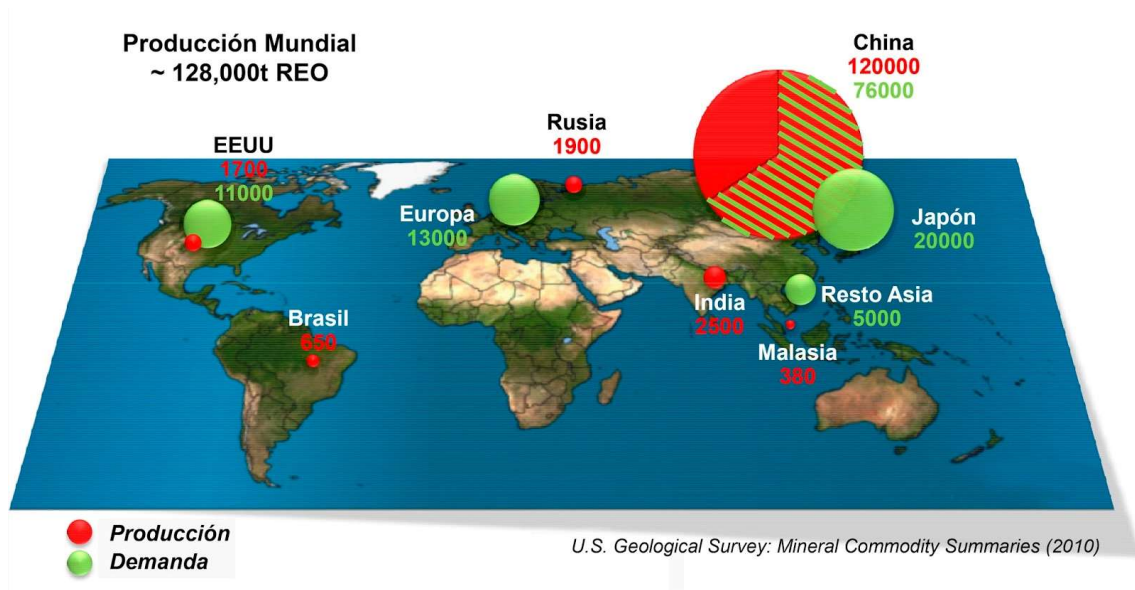
Fuente: elaboración propia en base a Canalsys.

Otras tácticas milenarias chinas que se ven reflejadas son la paciencia y el planeamiento a largo plazo. Luego de la Reforma Económica China, implementada en el año 1978, las estrategias pensadas no fueron buscando resultados a corto plazo y el tiempo lo ha demostrado. Pero también, otra característica notoria que se aprecia claramente es la paciencia que ha tenido respecto a Estados Unidos.

Las amenazas recibidas por el país asiático han sido diversas, no solo por Trump sino también por otros actores relevantes, que han intentado enlentecer el gran crecimiento mostrado en el último tiempo. China ha resistido a la gran guerra comercial hasta el momento de manera satisfactoria, donde luego del encuentro entre ambos líderes en Osaka, asesores de la Casa Blanca y el propio Trump han mencionado el objetivo de poder lograr un acuerdo comercial, claro está que podría llevar mucho tiempo en poder lograrse.

Pero China sabe muy bien cual es su resguardo. De este modo, sutil pero con alcance profundo, luego del anuncio realizado en mayo por el presidente Trump donde declaraba que Huawei iba a ingresar a la lista negra norteamericana, a los pocos días Xi Jinping visitaba una mina de tierras raras en la ciudad de Ganzhou, lanzando un claro mensaje a Washington. No hay que olvidar que China, con mucha distancia del resto, es el principal productor mundial en esta área, contando además con una gran reserva de estos minerales.

Gráfico 16 - Producción mundial vs. Demanda mundial de tierras raras



Ahora bien, ¿qué son las tierras raras? Su denominación de minerales raros se debe a que son muy difíciles de encontrarse forma pura, estando compuesto por 17 elementos químicos, donde entre los más destacados se encuentran el escandio y el itrio, mientras que los 15 restantes elementos pertenecen al grupo de los lantánidos. Dichos minerales han sumado importancia en el último tiempo ya que son trascendentales para el desarrollo de las tecnologías más avanzadas, además de ser utilizado para el desarrollo de material militar.

China posee un control casi que monopolístico respecto al procesamiento de estos minerales, lo convierte al país en un protagonista clave. En 2018, Estados Unidos compró cerca del 80 por ciento de tierras raras al país de Asia Pacífico, y las desconfianzas de que se le podría dejar de exportar han sido muy comentadas en el círculo internacional. En relación a lo señalado anteriormente, hay que destacar que China cuenta con historial de haber bloqueado las exportaciones de estos minerales a un país vecino.

En 2010, China cortó las exportaciones de tierras raras a Japón. Hu Jintao –primer mandatario chino en ese entonces-, tomó la decisión de no venderle más óxidos metálicos debido a la detención del capitán de un barco pesquero de China. En ese entonces, la industria nipona se vio afectada, principalmente en la creación de motores para automóviles híbridos y turbinas eólicas.

Estados Unidos conoce mejor que nadie la importancia de estos minerales, asegurándose de que no aparezcan en ninguna lista de productos que puedan verse perjudicados por posibles incrementos de aranceles. Como ocurrió con Japón en 2010, las industrias afectadas fueron las más desarrolladas, las cuales tienen gran peso en el país norteamericano. En caso de que China decida tomar una decisión de tal magnitud, habrá que ver cómo Estados Unidos decide sortearlo, donde ya ha asegurado que tiene suficiente cantidad de estas sustancias inorgánicas almacenadas para esquivar un potencial bloqueo chino. También ha repercutido que el país americano ya se encuentra en la búsqueda de alternativas, donde trascendió que los resultados no son muy esperanzadores, además de que la investigación y desarrollo de la opción sustitutiva pueden implicar tiempos considerables.

Los “minerales del futuro” serán cada vez más determinantes en las industrias. Las tierras raras seguirán sumando importancia en más sectores de la economía, siendo un bien necesario para el desarrollo de productos altamente tecnológicos como los automóviles eléctricos, la iluminación de bajo consumo, equipos electrónicos de uso diario, turbinas eólicas y la industria de la salud, donde las estadísticas marcan que el consumo de estos bienes se incrementan año a año. Mientras tanto, será una incógnita las estrategias que decidan llevar a cabo ambos países en este terreno, siendo un gran error desconocer el poderío que tiene China en áreas claves de la economía y del comercio internacional.

4. Anexo estadístico

Exportaciones

Cuadro 11 - Exportaciones mensuales de Uruguay a China y variaciones

(Millones de dólares, sin zonas francas)

Mes	2018	2019	Variación
Enero	104,7	99,9	-4,6%
Febrero	118,4	129,6	9,4%
Marzo	156,8	133,4	-15,0%
Abril	162,6	225,8	38,9%
Mayo	219,3	180,2	-17,8%
Junio	130,3	152,5	17,1%
Total	892,0	921,4	3,3%

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Cuadro 12 - Principales productos de exportación a China

(Capítulo del S.A, sin zonas francas)

Descripción abreviada Capítulo	Enero-Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2018	2019	2018	2019	2019/2018	
02- CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES.	387,2	575,1	43,4%	62,4%	48,5%	21,1%
12-SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS; SEMILLAS Y FRUTOS DIVERSOS	237,6	127,7	26,6%	13,9%	-46,2%	-12,3%
44-MADERA, CARBÓN VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA.	126,5	89,2	14,2%	9,7%	-29,5%	-4,2%
51-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO; HILADOS Y TEJIDOS DE CRIN.	62,2	72,8	7,0%	7,9%	17,0%	1,2%
41-PIELES (EXCEPTO LA PELETERÍA) Y CUEROS.	11,2	17,7	1,3%	1,9%	57,8%	0,7%
04-LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS; HUEVOS DE AVE; MIEL NATURAL	22,9	16,9	2,6%	1,8%	-26,1%	-0,7%
23-RESIDUOS Y DESPERDICIOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS	8,8	6,4	1,0%	0,7%	-27%	0%
03-PESCADOS Y CRUSTACEOS, MOLLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS.	3,8	4,9	0,4%	0,5%	27,9%	0,1%
71-PERLAS NATURALES (FINAS)* O CULTIVADAS, PIEDRAS PRECIOSAS O SEMIPRECIOSAS	5,3	3,8	0,6%	0,4%	-28%	0%
15-GRASA Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES; PRODUCTOS DE SU DESDOBLAMIENTO	2,2	3,2	0,2%	0,4%	49,4%	0,1%
30-PRODUCTOS FARMACÉUTICOS.	1,2	1,8	0,1%	0,2%	59%	0%
05-LOS DEMÁS PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL	0,5	0,6	0,1%	0,1%	24%	0%
06-PLANTAS VIVAS Y PRODUCTOS DE LA FLORICULTURA.	1,5	0,4	0,2%	0,0%	-77%	0%
89-BARCOS Y DEMÁS ARTEFACTOS FLOTANTES.	1,9	0,3	0,2%	0,0%	-84,7%	-0,2%
Subtotal	873	921	98%	100%	6%	5%
Resto	19	0	2,2%	0,0%	-100%	-2%
Total general	892	921	100%	100%	3%	3%

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Cuadro 13-Principales productos exportados a China

(Partida del S.A., sin zonas francas)

Descripción abreviada Partida	Enero-Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2018	2019	2018	2019	2019/2018	
0202-CARNE DE ANIMALES , CONGELADA.	336,6	502,2	37,7%	54,5%	49%	19%
1201-HABAS DE SOJA (SOYA)	237,6	127,7	26,6%	13,9%	-46%	-12%
4403-MADERA EN BRUTO,	102,8	76,4	11,5%	8,3%	-26%	-3%
0206-DESPOJOS COMESTIBLES DE ANIMALES	45,7	62,3	5,1%	6,8%	37%	2%
5101-LANA SIN PEINAR.	41,3	40,9	4,6%	4,4%	-1%	0%
5105-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO	16,6	30,7	1,9%	3,3%	85%	2%
4104-CUEROS Y PIELES CURTIDOS	7,7	16,0	0,9%	1,7%	106%	1%
0402-LECHE Y NATA (CREMA), CONCENTRADAS	17,5	14,6	2,0%	1,6%	-17%	0%
4407-MADERA ASERRADA	23,7	12,8	2,7%	1,4%	-46%	-1%
0204-CARNE DE ANIMALES DE LAS ESPECIES OVINA	4,8	10,4	0,5%	1,1%	114%	1%
2301-HARINA, POLVO Y PELLETS	8,4	6,4	0,9%	0,7%	-23%	0%
0303-PESCADO CONGELADO, EXCEPTO LOS FILETES	3,6	4,6	0,4%	0,5%	27%	0%
7103-PIEDRAS PRECIOSAS (EXCEPTO LOS DIAMANTES) O SEMIPRECIOSAS	5,3	3,8	0,6%	0,4%	-28%	0%
1502-GRASA DE ANIMALES DE LAS ESPECIES BOVINA, OVINA O CAPRINA,	2,1	3,2	0,2%	0,3%	50%	0%
3002-SANGRE HUMANA; SANGRE ANIMAL PREPARADA PARA USOS TERAPÉUTICOS	1,2	1,8	0,1%	0,2%	59%	0%
4107-CUEROS PREPARADOS DESPUÉS DEL CURTIDO O SECADO	0,8	1,3	0,1%	0,1%	60%	0%
5103-DESPERDICIOS DE LANA O PELO FINO U ORDINARIO	4,3	1,2	0,5%	0,1%	-72%	0%
0404-LACTOSUERO, INCLUSO CONCENTRADO O CON ADICION DE AZÚCAR	2,0	1,0	0,2%	0,1%	-52%	0%
0406-QUESOS Y REQUESON.	2,9	0,8	0,3%	0,1%	-72%	0%
0504-TRIPAS, VEJIGAS Y ESTOMAGOS DE ANIMALES, EXCEPTO LOS DE PESCADO	0,5	0,6	0,1%	0,1%	22%	0%
0602-LAS DEMÁS PLANTAS VIVAS (INCLUIDAS SUS RAICES), ESQUEJES E INJERTOS	1,5	0,4	0,2%	0,0%	-77%	0%
4102-CUEROS Y PIELES EN BRUTO, DE OVINO	1,3	0,3	0,1%	0,0%	-77%	0%
Subtotal	868	919	97%	100%	6%	6%
Resto	24	2	3%	0%	-91%	-2%
Total	892	921	100%	100%	3%	3%

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Cuadro 14 - Principales empresas exportadoras a China

Empresa	Enero-Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2018	2019	2018	2019	2019/2018	
FRIGORIFICO TACUAREMBO S. A.	41,7	61,9	5%	7%	49%	2%
BREEDERS & PACKERS URUGUAY S.A.	42,9	57,9	5%	6%	35%	2%
FRIGORIFICO CANELONES S.A.	34,7	44,1	4%	5%	27%	1%
FRIGORIFICO LAS PIEDRAS S.A.	27,4	43,5	3%	5%	59%	2%
CARGILL URUGUAY S. A.	67,3	41,4	8%	4%	-38%	-3%
FRIGORIFICO CARRASCO S.A.	19,3	39,9	2%	4%	107%	2%
ONTILCOR S.A.	24,1	37,1	3%	4%	53%	1%
PULSA S.A.	18,8	35,7	2%	4%	90%	2%
ESTABLECIMIENTOS COLONIA S.A.	11,7	35,0	1%	4%	200%	3%
INALER S.A. 4-213522890010	19,9	32,4	2%	4%	63%	1%
COFCO INTERNATIONAL URUGUAY S.A.	44,7	31,5	5%	3%	-30%	-1%
FRIGORIFICO SAN JACINTO NIREA S. A.	24,9	29,9	3%	3%	20%	1%
BARRACA JORGE W ERRO S.A.	28,4	23,9	3%	3%	-16%	-1%
SIRSIL S.A.	13,2	22,3	1%	2%	69%	1%
CHIADEL S.A.	16,1	21,3	2%	2%	32%	1%
TOPS FRAY MARCOS S.A.	16,8	19,4	2%	2%	16%	0%
LORSINAL S.A.	17,0	19,4	2%	2%	14%	0%
CLEDINOR S.A.	19,8	18,4	2%	2%	-7%	0%
CONAPROME	22,6	16,7	3%	2%	-26%	-1%
BILACOR S.A.	11,9	16,5	1%	2%	39%	1%
LANAS TRINIDAD S.A.	14,6	16,5	2%	2%	13%	0%
TGL URUGUAY S.A.	14,2	15,4	2%	2%	8%	0%
RONDATEL S.A.	13,5	15,1	2%	2%	12%	0%
LDC URUGUAY S.A. 0	43,6	15,0	5%	2%	-66%	-3%
FRIGORIFICO CASA BLANCA S.A.	9,6	13,9	1%	2%	44%	0%
Sub total	619	724	70%	79%	17%	12%
Resto	267	197	30%	21%	-26%	-8%
Total	886	921	100%	100%	4%	4%

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Importaciones

Cuadro15 - Importaciones uruguayas provenientes de China por producto
(Capítulo del SA)

Descripción abreviada Capítulo	Enero-Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación 2019/2018	Incidencia
	2018	2019	2018	2019		
85-MÁQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO, Y SUS PARTES	191,0	189,1	24%	24%	-1%	0%
84-CALDERAS, MÁQUINAS, APARATOS Y ARTEFACTOS MECÁNICOS	130,6	115,6	16%	15%	-12%	-2%
39-PLÁSTICO Y SUS MANUFACTURAS.	23,1	45,2	3%	6%	95%	3%
61-PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, DE PUNTO.	52,1	42,1	6%	5%	-19%	-1%
62-PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, EXCEPTO LOS DE PUNTO.	43,6	38,2	5%	5%	-12%	-1%
87-VEHÍCULOS AUTÓMOVILES, TRACTORES, VELOCÍPEDOS Y DEMAS VEHÍCULOS TERRESTRES	60,2	36,7	7%	5%	-39%	-3%
29-PRODUCTOS QUÍMICOS ORGÁNICOS.	29,3	33,5	4%	4%	14%	1%
38-PRODUCTOS DIVERSOS DE LAS INDUSTRIAS QUÍMICAS	27,2	32,4	3%	4%	19%	1%
94-MUEBLES; MOBILIARIO MÉDICO QUIRÚRGICO; ARTÍCULOS DE CAMA Y SIMILARES	28,2	28,5	4%	4%	1%	0%
31-ABONOS.	7,1	26,6	1%	3%	277%	2%
73-MANUFACTURAS DE FUNDICIÓN, HIERRO O ACERO.	23,7	22,0	3%	3%	-7%	0%
64-CALZADO, POLAINAS Y ARTÍCULOS ANÁLOGOS; PARTES DE ESTOS ARTÍCULOS.	23,9	20,0	3%	3%	-16%	0%
90-INSTRUMENTOS Y APARATOS DE ÓPTICA, FOTOGRAFÍA O CINEMATOGRAFÍA, DE MEDIDA	16,9	16,5	2%	2%	-3%	0%
40-CAUCHO Y SUS MANUFACTURAS.	17,7	14,4	2%	2%	-19%	0%
95-JUEGUETES, JUEGOS Y ARTÍCULOS PARA RECREO O DEPORTE; SUS PARTES Y ACCESORIOS.	15,5	13,3	2%	2%	-14%	0%
42-MANUFACTURAS DE CUERO; ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA O GUARNICIONERÍA	10,4	10,5	1%	1%	1%	0%
63-LOS DEMÁS ARTÍCULOS TEXTILES CONFECCIONADOS; JUEGOS; PRENDERÍA Y TRAPOS.	8,4	7,0	1%	1%	-17%	0%
72-FUNDICIÓN, HIERRO Y ACERO.	6,5	6,8	1%	1%	5%	0%
76-ALUMINIO Y SUS MANUFACTURAS.	9,7	6,4	1%	1%	-34%	0%
96-MANUFACTURAS DIVERSAS.	6,0	5,8	1%	1%	-4%	0%
82-HERRAMIENTAS Y ÚTILES, ARTÍCULOS DE CUCHILLERÍA Y CUBIERTOS DE MESA	5,6	5,6	1%	1%	0%	0%
30-PRODUCTOS FARMACÉUTICOS.	4,6	4,8	1%	1%	6%	0%
70-VIDRIO Y SUS MANUFACTURAS.	4,3	4,4	1%	1%	3%	0%
83-MANUFACTURAS DIVERSAS DE METAL COMÚN.	4,4	4,0	1%	1%	-10%	0%
69-PRODUCTOS CERÁMICOS.	3,8	3,9	0%	1%	4%	0%
Sub total	754	733	94%	94%	-3%	-3%
Resto	50	44	6%	6%	-13%	-1%
Total	804	777	100%	100%	-3%	-3%

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.

Cuadro 16 - Importaciones uruguayas originarias de China por empresa

Descripción abreviada	Enero-Junio					Incidencia
	Millones de US\$		Participación		Variación	
	2018	2019	2018	2019	2019/2018	
Capítulo	2018	2019	2018	2019	2019/2018	
ANTEL	35,3	45,2	4%	6%	28%	1%
CRISTALPET S. A.	2,4	24,6	0%	3%	915%	3%
TELEFONICA MOVILES DEL URUGUAY S. A.	19,9	20,7	2%	3%	4%	0%
CENTRO CEIBAL	35,3	20,6	4%	3%	-42%	-2%
CARLOS GUTIERREZ S. A.	21,3	18,4	3%	2%	-14%	0%
PEDRO MACCIO Y CIA S.A.	1,5	15,8	0%	2%	921%	2%
TA TA S.A.	12,2	12,1	2%	2%	-1%	0%
UTE	0,8	10,5	0%	1%	1210%	1%
COMPAÑIA CIBELES S.A.	5,3	9,6	1%	1%	80%	1%
AM WIRELESS URUGUAY S.A.	8,6	9,0	1%	1%	5%	0%
LA FORJA S.A.	8,3	9,0	1%	1%	8%	0%
INDUTOP S.A.	9,2	7,8	1%	1%	-14%	0%
CHIC PARISIEN S.A.	12,0	7,6	1%	1%	-37%	-1%
PROQUIMUR S.A.	12,3	6,9	2%	1%	-44%	-1%
SAMMEL S.A.	5,0	6,7	1%	1%	34%	0%
P C SERVICE S.A.	5,8	5,5	1%	1%	-5%	0%
DECELESTE S.A	6,2	5,1	1%	1%	-19%	0%
HOMECENTER SODIMAC S.A.	2,4	4,9	0%	1%	103%	0%
LABTECH S.A.	4,7	4,8	1%	1%	1%	0%
BUNGE URUGUAY AGRONEGOCIOS S.A.	0,9	4,4	0%	1%	363%	0%
INTENDENCIA MUNICIPAL DE PAYSANDU	0,1	4,4	0%	1%	3203%	1%
EL HOGAR DE LAS MEDIAS S.a.	4,5	4,4	1%	1%	-4%	0%
SAUDU	2,0	4,3	0%	1%	120%	0%
VISUAR URUGUAY S.A.	4,9	4,1	1%	1%	-17%	0%
HENDERSON Y CIA S.A.	7,0	4,0	1%	1%	-43%	0%
NICATEL S.A.	1,7	3,8	0%	0%	118%	0%
PUNKTAL S.A.	2,7	3,7	0%	0%	40%	0%
T G M.S.A.	4,7	3,6	1%	0%	-22%	0%
Subtotal	237	281	29%	36%	19%	5%
Resto	567	496	71%	64%	-13%	-9%
Total	804	777	100%	100%	-3%	-3%

Fuente: elaboración propia en base a SmartDATA.