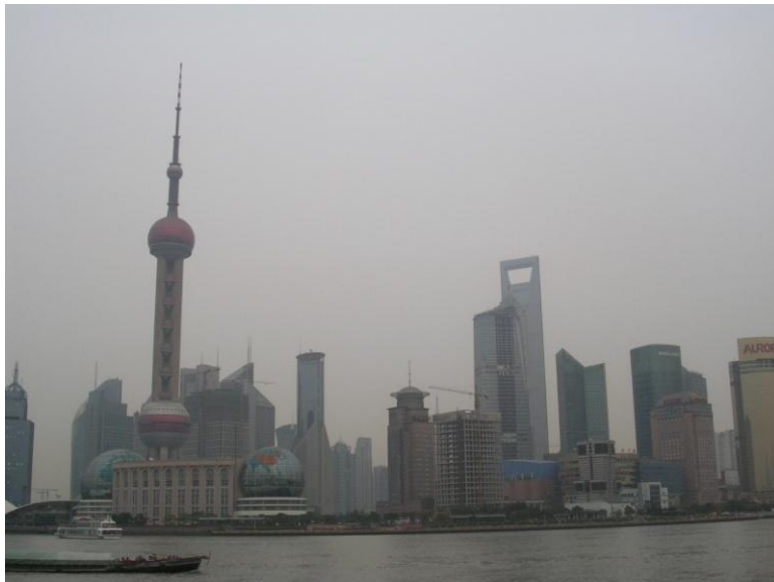


# **LAS RELACIONES COMERCIALES ENTRE URUGUAY Y CHINA**



**Informe semestral – Enero – junio de 2013**

**Año 2 - N°3**

**25 de julio de 2013**

## Índice

1. Entorno económico de China .....	3
2. Comercio exterior de bienes .....	3
2.1 Exportaciones .....	4
2.2 Importaciones .....	14
3 Resultados de la visita presidencial a China .....	22
4 Entrevista.....	24

## 1. Entorno económico de China

Si bien la economía mundial muestra signos de recuperación, dichas señales difieren según las regiones. Este es el caso de la zona euro, que sigue sin recuperarse, mientras que Estados Unidos lo hace con una robustez menor a la esperada. Naturalmente, el desempeño económico de los países desarrollados afecta directamente a la economía china, así como a otros países emergentes.

De acuerdo a las últimas estimaciones del BBVA Research, el crecimiento de China en el primer trimestre de 2013 decepcionó, si bien las previsiones de crecimiento para el período 2013-14 alcanzan al 8%, lo que sigue siendo una tasa elevada en términos relativos.

De cualquier forma, de acuerdo a las proyecciones de la mencionada organización, el país asiático enfrenta algunos desafíos debido a la debilidad que presenta la inversión privada y a las fragilidades del sistema financiero interno, que comienza a resentirse por las políticas para fomentar el crecimiento. Igualmente, dado que la inflación se mantiene bajo control, el país asiático cuenta con margen para aplicar políticas expansivas para estimular el crecimiento, al menos en el corto plazo.

En síntesis, el crecimiento económico de China sigue esperanzando a los países de América Latina y el Caribe, si bien muestra alertas cada vez más claras de debilitamiento, que ameritarán en el corto o mediano plazo reformas internas de consideración.

## 2. Comercio exterior de bienes

En el primer semestre de 2013, la evolución de las exportaciones uruguayas hacia China confirman la recuperación ya mostrada en el semestre anterior (las colocaciones habían crecido 60% con relación al mismo período del año anterior). Por otra parte, las importaciones originarias de China crecieron a una tasa muy inferior a la registrada por las exportaciones.

En cuanto al saldo comercial en bienes con China, dejando de lado el cómputo de las exportaciones con destino al país asiático concretadas a través de zonas francas<sup>1</sup>, sería negativo en US\$ 132 millones, un monto relativamente bajo si se lo compara con el déficit registrado el año anterior.

---

<sup>1</sup> Salvo mención expresa en contrario, el informe no incluye las exportaciones con destino a China realizadas a través o desde zonas francas instaladas en el país.

Ahora bien, de incluirse el porcentaje de exportaciones con destino a China colocadas a través de Zona Franca Nueva Palmira (las ventas totales hacia dicho exclave aduanero alcanzaron los US\$ 604 millones en el primer semestre), sumado a las compras de pasta de celulosa exportadas por la empresa UPM (solo en el primer semestre China adquirió cerca de US\$ 90 millones de este producto), podría aseverarse que la balanza comercial de Uruguay con China es ampliamente favorable en el primer semestre de 2013.

A su vez, este país asiático ratifica su primera posición como socio comercial del Uruguay, posición que se ratifica aún más si se computa el flujo comercial de Uruguay con Hong Kong.

## 2.1 Exportaciones

Como puede observarse en el Cuadro 1, en el primer semestre de 2013, las exportaciones nacionales con destino a China aumentaron 46% con respecto al mismo período del año anterior y ascendieron a US\$ 723 millones, sin computar las ventas realizadas hacia dicho destino a través o desde zonas francas (UPM y Zona Franca Nueva Palmira fundamentalmente).

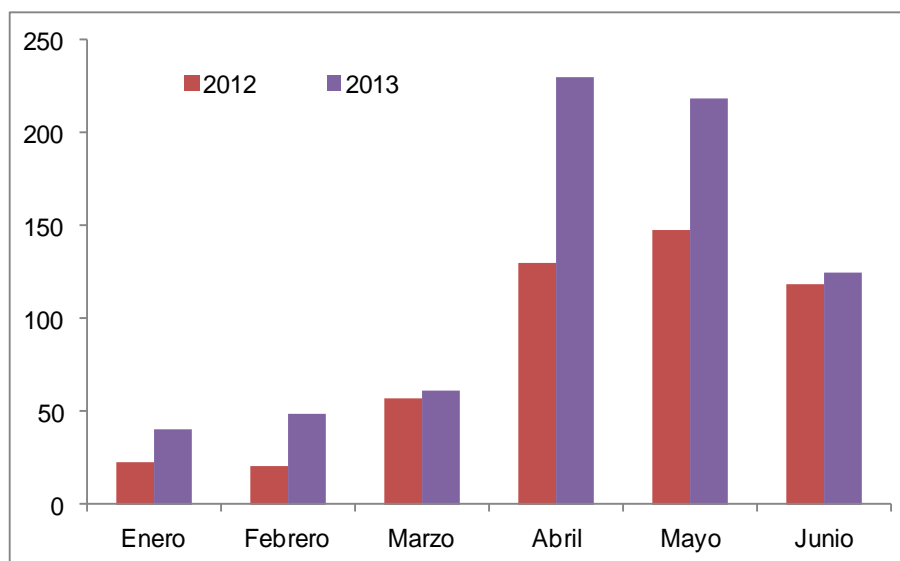
Cabe precisar que el crecimiento de las exportaciones nacionales totales alcanzó el 6% en el mismo período, siendo China uno de los destinos más dinámicos en el crecimiento presentado en el período por destinos de exportación.

**Cuadro 1 – Exportaciones uruguayas con destino a China**

Mes	En millones de US\$, FOB		Variación
	2012	2013	
Enero	22	40	80%
Febrero	21	49	134%
Marzo	57	61	9%
Abril	130	230	77%
Mayo	148	218	48%
Junio	118	125	5%
Total general	495	723	46%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

Gráfico 1 – **Exportaciones uruguayas con destino a China**  
(En millones de US\$ FOB)



Fuente: DNII en base a SmartDATA

Como es sabido, las exportaciones uruguayas con destino a China se encuentran muy concentradas en pocos productos, destacándose las colocaciones de semillas y frutos oleaginosos (soja), carne y lana, que computadas en conjunto explicaron cerca del 90% de las colocaciones, una participación mayor a la presentada por los mismos bienes en el semestre anterior.

Debe tenerse en cuenta que las estadísticas informadas por la Dirección Nacional de Aduanas (DNA) no computan las ventas de pasta de celulosa de la empresa UPM por estar dicha empresa radicada en una zona franca. De incluir estas colocaciones, la pasta de celulosa ocuparía la segunda posición entre los productos mayormente exportados a China, solo después de la soja.

Si se atiende a la incidencia a nivel de capítulo del Sistema Armonizado (S.A.), la carne fue el producto que incidió mayormente en el crecimiento de las colocaciones (28 puntos porcentuales), seguido por la soja (con quince puntos porcentuales). Entre los productos con una incidencia negativa se destacan los animales vivos (cuatro puntos porcentuales).

Cuadro 2 – Exportaciones uruguayas con destino a China por Capítulo del S.A.

Capítulo (2) Descripción abreviada	Enero - junio					
	Año millones de US\$, FOB		Participación		Variación	Incidencia
	2012	2013	2012	2013	2013/2012	2013
12-SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS (SOJA).	351,06	424,7	70,9%	58,7%	21%	15%
02-CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES.	20,83	159,7	4,2%	22,1%	666%	28%
51-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO; HILADOS Y TEJIDOS DE CRIN.	47,52	61,7	9,6%	8,5%	30%	3%
41-PIELES (EXCEPTO LA PELETERIA) Y CUEROS.	13,00	22,9	2,6%	3,2%	76%	2%
04-LECHE Y PRODUCTOS LACTEOS, MIEL NATURAL	6,16	13,5	1,2%	1,9%	120%	1%
71-PERLAS NATURALES (FINAS)* O CULTIVADAS, PIEDRAS PRECIOSAS O SEMPRECIOSAS.	8,23	9,1	1,7%	1,3%	10%	0%
23-RESIDUOS Y DESPERDICIOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS.	8,66	9,1	1,7%	1,3%	5%	0%
15-GRASA Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES; PRODUCTOS DE SU DESDOBLAMIENTO.	0,78	7,1	0,2%	1,0%	807%	1%
44-MADERA, CARBON VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA.	3,50	4,7	0,7%	0,6%	34%	0%
03-PESCADOS Y CRUSTACEOS, MOLUSCOS Y DEMAS INVERTEBRADOS ACUATICOS.	4,25	3,6	0,9%	0,5%	-14%	0%
74-COBRE Y SUS MANUFACTURAS.	3,75	2,9	0,8%	0,4%	-21%	0%
47-PASTA DE MADERA O DE LAS DEMAS MATERIAS FIBROSAS CELULOSICAS.	0,13	0,6	0,0%	0,1%	331%	0%
73-MANUFACTURAS DE FUNDICION, HIERRO O ACERO.	0,47	0,5	0,1%	0,1%	-1%	0%
05-LOS DEMAS PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL.	0,04	0,4	0,0%	0,1%	1153%	0%
39-PLASTICO Y SUS MANUFACTURAS.	0,29	0,4	0,1%	0,1%	49%	0%
25-SAL; AZUFRE; TIERRAS Y PIEDRAS; YESOS, CALES Y CEMENTOS.	0,38	0,4	0,1%	0,1%	9%	0%
30-PRODUCTOS FARMACEUTICOS.	0,06	0,4	0,0%	0,1%	512%	0%
76-ALUMINIO Y SUS MANUFACTURAS.	0,13	0,3	0,0%	0,0%	130%	0%
90-INSTRUMENTOS Y APARATOS DE OPTICA, FOTOGRAFIA O CINEMATOGRAFIA.	0,44	0,2	0,1%	0,0%	-45%	0%
06-PLANTAS VIVAS Y PRODUCTOS DE LA FLORICULTURA.	0,24	0,2	0,0%	0,0%	-22%	0%
22-BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE.	0,02	0,2	0,0%	0,0%	588%	0%
38-PRODUCTOS DIVERSOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS.	0,11	0,1	0,0%	0,0%	39%	0%
29-PRODUCTOS QUIMICOS ORGANICOS.	0,11	0,1	0,0%	0,0%	23%	0%
01-ANIMALES VIVOS.	20,14	0,1	4,1%	0,0%	-100%	-4%
Sub total	490	723	99%	100%		
Resto	5	0	1%	0%		
Total	495	723	100%	100%	46%	46%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

La importancia adquirida por las exportaciones de carne con destino a China ha sido objeto de análisis en números anteriores del Boletín sobre las Relaciones Comerciales entre Uruguay y China de la Universidad Católica. Igualmente, los registros siguen sorprendiendo. En efecto, en el primer semestre de 2013, las exportaciones de carne y despojos comestibles aumentaron 666% con relación al mismo período del año anterior, pasando de US\$ 20 millones a cerca de US\$ 160 millones.

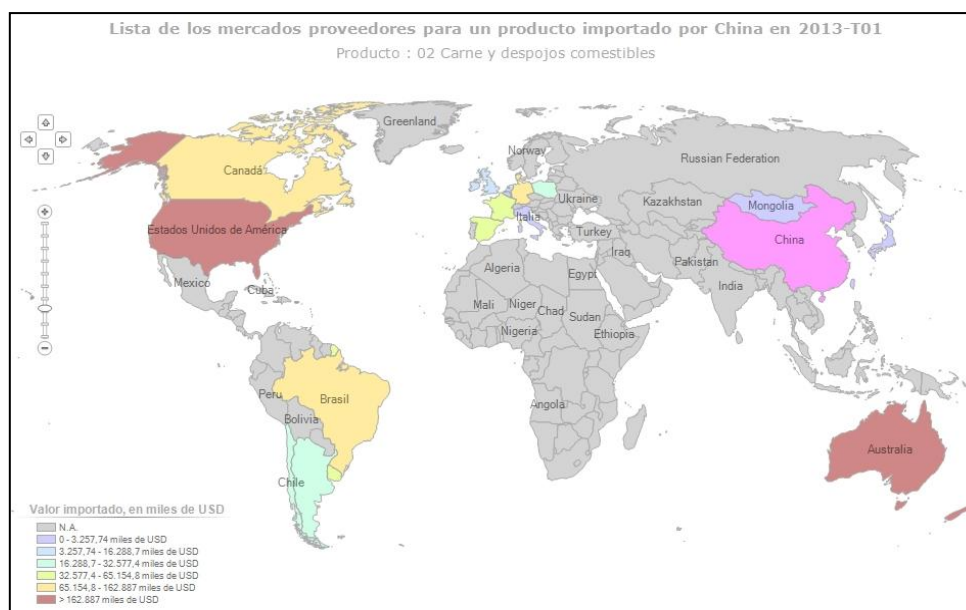
En cuanto a los proveedores de la carne y despojos comestibles importados por China, en la Figura 1 presentada seguidamente, se identifican con colores los principales (cuánto más oscuro mayor caudal de importaciones) jugadores considerando el primer trimestre de 2013.

Como puede observarse, Estados Unidos es el principal exportador de este tipo de productos con destino a China (US\$ 1.400 millones), seguido pero en bastante menor medida por Australia (US\$ 326 millones) y Nueva Zelanda (US\$ 190 Millones), siendo estos dos últimos proveedores los tradicionales competidores de Uruguay en la colocación de este tipo de bienes.

Otros proveedores de importancia en el primer trimestre del año fueron Brasil, Alemania, Dinamarca, Canadá y Uruguay.

### Figura 1 – Origen de las importaciones de carne de China

(Primer trimestre de 2013, Capítulo 02 del Sistema Armonizado)



Fuente: DNII en base a Trade Map

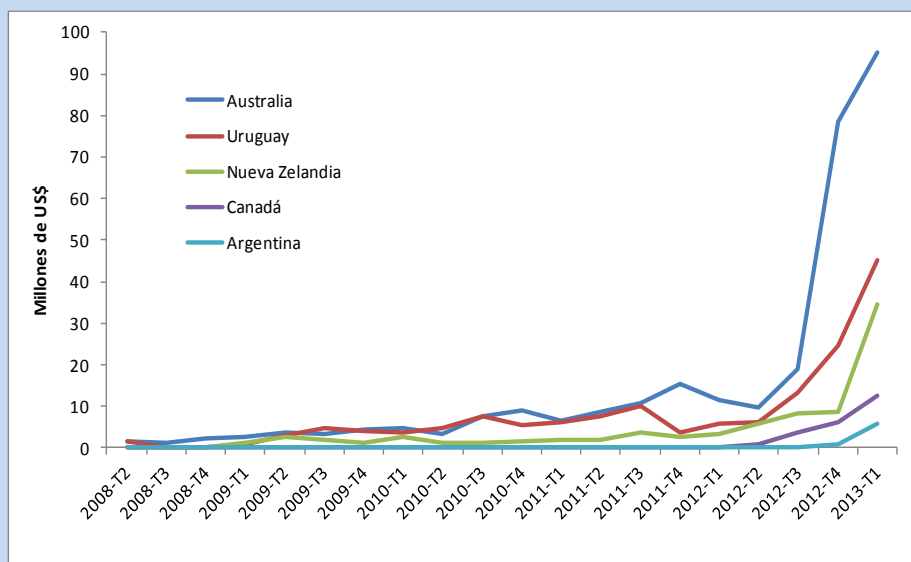
Debe tenerse en cuenta que el análisis recién presentado incluye las importaciones de China de todo tipo de carnes (ovina, caprina, porcina, ave etc.), categorías que no son todas exportadas por Uruguay hacia ese destino. De las categorías mencionadas, Uruguay coloca en China solo carne bovina congelada y en menor medida carne ovina.

Por tanto, considerando solo las importaciones de China de carne de animales de la especie bovina congelada en el primer trimestre de 2013, Uruguay ocupó la segunda posición como proveedor internacional de este bien, solo detrás de Australia y por delante de Nueva Zelanda, Canadá, Argentina y Brasil, que como es sabido son todos grandes jugadores en las colocaciones internacionales de este tipo de productos.

El análisis de una serie de importaciones trimestral informada por China de la Partida 0202 del S.A., indica que las adquisiciones del país asiático de este producto registraron un importante salto a partir del tercer trimestre de 2012, compras que fueron captadas principalmente por Australia, Uruguay y Nueva Zelanda (ver gráfico 2).

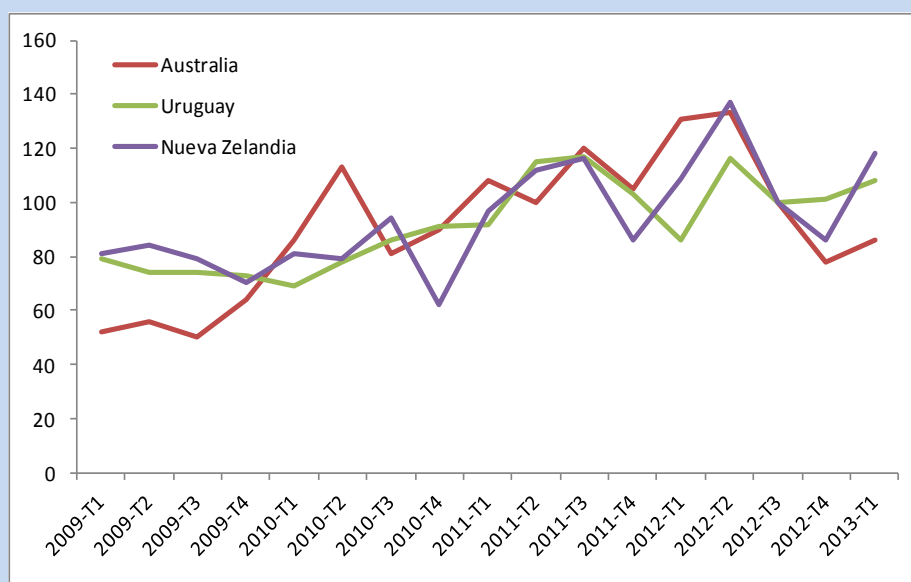
En cuanto a la evolución del precio de importación de China por origen, el índice por valores unitarios (ver gráfico 3) muestra una suba del precio en el primer trimestre de 2013, registrando Nueva Zelanda un crecimiento mayor al de sus dos competidores directos en la colocación de este bien (Australia y Uruguay). De cualquier forma, un seguimiento mensual del precio de importación (dólares por kilogramo) de los tres principales proveedores, indicaría un nivel de precio bastante similar, si bien algo mayor para el caso de Australia que en varios meses supera el promedio mundial de China para este bien (ver gráfico 4).

**Gráfico 2 – Importaciones chinas de carne bovina congelada**  
 (En millones de US\$, serie trimestral)



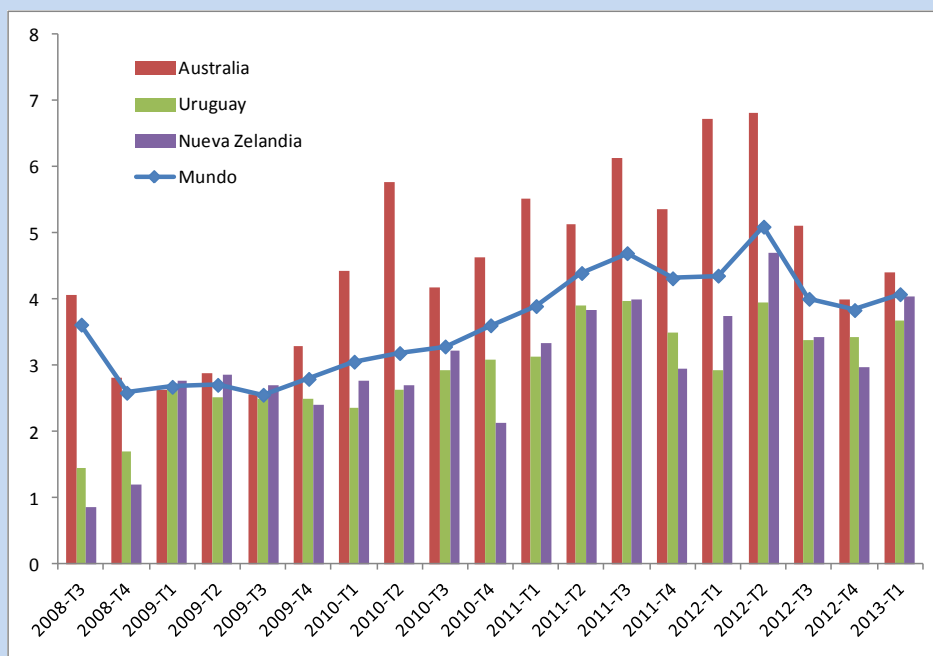
Fuente: DNII en base a Trade Map

**Gráfico 3 – Evolución del índice de importaciones**  
 (Valores unitarios, serie trimestral)



Fuente: DNII en base a Trade Map

**Gráfico 4 – Evolución trimestral del precio de importación**  
(Dólar por kilogramo)



Fuente: DNII en base a Trade Map

Seguidamente, se presentan algunas de las empresas chinas informadas por la base estadística Compass como importadoras de carne congelada.

**Cuadro 3 – Algunas empresas chinas importadoras de carne congelada**

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad	Sitio web
Anhui Import & Export Co. Ltd.	8	101-250	China	Hefei, Anhui	<a href="http://www.aniec.com">http://www.aniec.com</a>
Beijing CICC Ocean Import & Export Trade Co., Ltd.	5	Sin información	China	Beijing	<a href="http://www.firdy.cn">http://www.firdy.cn</a>
Chongqing Animal By-products Imp. & Exp. Corp.	6	101-250	China	Chongqing	
Chongqing Foreign Trade & Economy Co., Ltd.	6	101-250	China	Chongqing	<a href="http://www.cfteco.com">http://www.cfteco.com</a>
Hangzhou Cereals, Oils & Foodstuffs Imp. & Exp. Corp.	10	51-100	China	Zhejiang	<a href="http://www.cofna.com">http://www.cofna.com</a>
Hubei International Trade Corp.	10	101-250	China	Wuhan, Hubei	
Jiangsu Animal By-products Imp. & Exp. Group Corp	27	101-250	China	Nanjing, Jiangsu	<a href="http://www.jabp.com">http://www.jabp.com</a>
Lanzhou Great Source Trading Co. Ltd	13	101-250	China	Lanzhou, Gansu	<a href="http://www.gscof.com">http://www.gscof.com</a>
Nanjing Native Produce & Animal By-products Imp. & Exp. Co.	8	101-250	China	Nanjing, Jiangsu	
Qingdao Haifeng Group Co.	6	501-1000	China	Shandong	
Qinghai Xinli Cashmere Textile Foreign-Trade Co., Ltd.	6	101-250	China	Xining, Qinghai	
Shenzhen Tourism Trade Imp. & Exp. Co.	7	21-50	China	Guangdong	
Shenzhen Xinghua Industrial Co. Ltd.	7	101-250	China	Guangdong	<a href="http://www.shenzhenxh.com">http://www.shenzhenxh.com</a>
Sichuan Animal By-products Imp. & Exp. Co.	6	101-250	China	Chengdu, Sichuan	
Yantai Native Produce & Animal By-products Imp. & Exp. Corp.	5	21-50	China	Yantai, Shandong	
Zhejiang Shindri Group Co. Ltd.	7	251-500	China	Zhejiang	<a href="http://www.zjab.com">http://www.zjab.com</a>
Zhuhai SEZ Foodstuffs Co.	6	1001-5000	China	Guangdong	

Fuente: DNII en base a Compass

Del sector cárnico, como se adelantó anteriormente, Uruguay exporta a China solo dos Subpartidas del S.A., carne de bovinos deshuesada, congelada (020230) y carne de bovinos en trozos sin deshuesar, congelada (020220).

Si se comparan las condiciones de acceso de nuestro país con sus dos principales competidores, se observa que Uruguay abona un arancel del 12% para cada uno de los rubros mencionados, misma condición arancelaria que la enfrentada por China.

Sin embargo, Nueva Zelanda enfrenta un arancel preferencial del 6,7% en el marco del acuerdo comercial que tiene con China.

Debe tenerse en cuenta que las negociaciones comerciales llevadas a cabo en Asia Pacífico a través del denominado *Regional Comprehensive Economic Partnership for East Asia*, llevarán a que Nueva Zelanda profundice las preferencias con China y permitirán que Australia mejore las condiciones actuales respecto Uruguay (uno de sus principales competidores).

Esta situación, así como viene ocurriendo en otro gran número de mercados, genera desventajas para las exportaciones uruguayas con respecto a sus principales competidores, muchos de ellos más activos en la firma de acuerdos comerciales preferenciales.

Si bien el debate sobre este asunto suele entrar en escena cada determinado tiempo, es el caso del reciente debate generado por la contraposición entre el Mercosur y la Alianza del Pacífico, Uruguay sigue sin encontrar consensos para definir la mejor política comercial para los intereses productivos del país.

A nivel de Partida del S.A. y sin contabilizar las colocaciones desde y a través de zonas francas, solo la soja explicó cerca del 60% del total colocado en China en el primer semestre de 2013, seguido por la carne de la especie bovina congelada, la lana sin cardar ni peinar, la lana y pelo fino u ordinario y los despojos comestibles de animales de la especie bovina, explicando otro 30% del total exportado en los primeros seis meses de 2013.

**Cuadro 4 – Exportaciones uruguayas con destino a China por Partida del S.A.**

Partida (4) Descripción abreviada	Enero - junio					
	En millones de US\$, FOB		Participación		Variación	incidencia
	2012	2013	2012	2013	2013/2012	2013
1201-HABAS (POROTOS, FRUJONES, FREJONES)* DE SOJA (SOYA).	350,8	424,7	70,8%	58,7%	21%	15%
0202-CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADA.	15,5	135,0	3,1%	18,7%	773%	24%
5101-LANA SIN CARDAR NI PEINAR.	28,4	41,4	5,7%	5,7%	46%	3%
5105-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO.	16,8	18,3	3,4%	2,5%	9%	0%
0208-DESPOJOS COMESTIBLES DE ANIMALES DE LAS ESPECIES BOVINA.	4,0	16,9	0,8%	2,3%	321%	3%
7103-PIEDRAS PRECIOSAS (EXCEPTO LOS DIAMANTES) O SEMIPRECIOSAS.	8,2	9,1	1,7%	1,3%	10%	0%
2301-HARINA, POLVO Y «PELLETS», DE CARNE, DESPOJOS, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS.	7,6	9,1	1,5%	1,3%	19%	0%
4104-CUEROS Y PIELS CURTIDOS O «CRUST», DE BOVINO (INCLUIDO EL BUFALO) O EQUINO.	4,1	8,5	0,8%	1,2%	104%	1%
0204-CARNE DE ANIMALES DE LAS ESPECIES OVINA O CAPRINA, FRESCA.	1,4	7,8	0,3%	1,1%	475%	1%
1502-GRASA DE ANIMALES DE LAS ESPECIES BOVINA, OVINA O CAPRINA.	0,8	7,1	0,2%	1,0%	807%	1%
0402-LECHE Y NATA (CREMA), CONCENTRADAS O CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE.	2,0	5,9	0,4%	0,8%	198%	1%
4107-CUEROS PREPARADOS DESPUES DEL CURTIDO O SECADO Y CUEROS Y PIELS APERGAMINADOS.	3,4	5,7	0,7%	0,8%	68%	0%
0404-LACTOSUERO, INCLUSO CONCENTRADO O CON ADICION DE AZUCAR.	2,7	5,5	0,5%	0,8%	107%	1%
4102-CUEROS Y PIELS EN BRUTO, DE OVINO (FRESCOS O SALADOS, SECOS).	4,2	4,4	0,8%	0,6%	4%	0%
4101-CUEROS Y PIELS EN BRUTO, DE BOVINO (INCLUIDO EL BUFALO) O EQUINO.	1,2	4,3	0,2%	0,6%	254%	1%
4407-MADERA ASERRADA O DESBASTADA LONGITUDINALMENTE.	1,8	3,0	0,4%	0,4%	69%	0%
7404-DESPERDICIOS Y DESECHOS, DE COBRE.	3,8	2,9	0,8%	0,4%	-21%	0%
0303-PESCADO CONGELADO, EXCEPTO LOS FILETES Y DEMAS CARNE DE PESCADO DE LA PARTIDA 03.04.	3,2	2,9	0,7%	0,4%	-11%	0%
5103-DESPERDICIOS DE LANA O PELO FINO U ORDINARIO, INCLUIDOS LOS DESPERDICIOS DE HILADOS.	2,3	1,9	0,5%	0,3%	-16%	0%
4403-MADERA EN BRUTO, INCLUSO DESCORTEZADA, DESALBURADA O ESCUADRADA.	1,6	1,7	0,3%	0,2%	1%	0%
0401-LECHE Y NATA (CREMA), SIN CONCENTRAR, SIN ADICION DE AZUCAR NI OTRO EDULCORANTE.	0,3	1,0	0,1%	0,1%	258%	0%
0408-QUESOS Y REQUESON.	1,0	0,8	0,2%	0,1%	-25%	0%
0306-CRUSTACEOS, INCLUSO PELADOS, VIVOS, FRESCOS, REFRIGERADOS.	0,9	0,7	0,2%	0,1%	-19%	0%
4707-PAPEL O CARTON PARA RECICLAR (DESPERDICIOS Y DESECHOS).	0,1	0,6	0,0%	0,1%	331%	0%
7326-LAS DEMAS MANUFACTURAS DE HIERRO O ACERO.	0,5	0,5	0,1%	0,1%	-2%	0%
0504-TRIPAS, VEJIGAS Y ESTOMAGOS DE ANIMALES, EXCEPTO LOS DE PESCADO.	0,0	0,4	0,0%	0,1%	n/c	n/c
2516-GRANITO, PORFIDO, BASALTO, ARENISCA Y DEMAS PIEDRAS DE TALLA.	0,4	0,4	0,1%	0,1%	9%	0%
3002-SANGRE HUMANA; SANGRE ANIMAL PREPARADA PARA USOS TERAPEUTICOS.	0,1	0,4	0,0%	0,1%	512%	0%
7802-DESPERDICIOS Y DESECHOS, DE ALUMINIO.	0,1	0,3	0,0%	0,0%	130%	0%
3907-POLIACETALES, LOS DEMAS POLIETERES Y RESINAS EPOXI, EN FORMAS PRIMARIAS.	0,0	0,3	0,0%	0,0%	2849%	0%
Sub total	467	721	94%	100%	54%	
Resto	28	2	6%	0%	-94%	
Total	495	723	100%	100%	46%	46%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

En cuanto a los cambios en la participación, la carne de animales de la especie bovina congelada ganó cerca de 10 puntos porcentuales respecto al primer semestre del año anterior, en contrapartida de la soja que perdió 12 puntos porcentuales.

En el Cuadro 5 se presentan los 15 productos que registraron una mejor performance exportadora con destino a China en el primer semestre de 2012, siempre con relación al mismo período del año anterior.

Como puede observarse, además de la buena performance de los productos agrícolas y agroindustriales ya comentada, se identifican algunos bienes no tradicionales en las colocaciones hacia China, que comienza a mostrar cierto dinamismo. Este es el caso de la sangre humana, animal preparada para usos terapéuticos, los poliacetales, los demás polietéres y resinas epoxi en formas primarias, el papel y cartón para reciclar y los desperdicios y desechos de aluminio. Si bien los montos de exportación son todavía poco significativos, podrían indicar un progresivo aumento de la diversificación de las colocaciones con destino al país asiático.

Los productos lácteos siguen mostrando un muy buen comportamiento con tasas de crecimiento muy elevadas, las que evidencian una potencialidad como la ya mostrada por la carne, y ratifican la importancia que para estos productos ha tenido el cambio en la dieta de la población china ya comentado en informes anteriores.

### Cuadro 5 – Productos con mayores tasas de crecimiento en el primer semestre 2013/2012

(Productos con colocaciones superiores a los US\$ 300 mil en el primer semestre de 2013)

Nº de Partida	Descripción abreviada	Ranking
0504	TRIPAS, VEJIGAS Y ESTOMAGOS DE ANIMALES, EXCEPTO LOS DE PESCADO.	1
3907	POLIACETALES, LOS DEMAS POLIETERES Y RESINAS EPOXI EN FORMAS PRIMARIAS.	2
1502	GRASA DE ANIMALES DE LAS ESPECIES BOVINA, OVINA O CAPRINA.	3
0202	CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADA.	4
3002	SANGRE HUMANA; SANGRE ANIMAL PREPARADA PARA USOS TERAPEUTICOS.	5
0204	CARNE DE ANIMALES DE LAS ESPECIES OVINA O CAPRINA, FRESCA.	6
4707	PAPEL O CARTON PARA RECICLAR (DESPERDICIOS Y DESECHOS).	7
0206	DESPOJOS COMESTIBLES DE ANIMALES DE LAS ESPECIES BOVINA.	8
0401	LECHE Y NATA (CREMA), SIN CONCENTRAR, SIN ADICION DE AZUCAR NI OTRO EDULCORANTE.	9
4101	CUEROS Y PIELS EN BRUTO, DE BOVINO (INCLUIDO EL BUFALO) O EQUINO.	10
0402	LECHE Y NATA (CREMA), CONCENTRADAS O CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE.	11
7602	DESPERDICIOS Y DESECHOS, DE ALUMINIO.	12
0404	LACTOSUERO, INCLUSO CONCENTRADO O CON ADICION DE AZUCAR.	13
4104	CUEROS Y PIELS CURTIDOS O <CRUST>, DE BOVINO (INCLUIDO EL BUFALO) O EQUINO.	14
4407	MADERA ASERRADA O DESBASTADA LONGITUDINALMENTE.	15

Fuente: DNII en base a SmartDATA

En el primer semestre de 2013, un total de 152 empresas superaron ventas por los US\$ 100 mil con destino a China, pero solo 20 empresas explicaron más del 70% del total colocado en el período.

### Cuadro 6 – Exportaciones uruguayas con destino a China por empresa

Empresa	Enero - junio				
	En millones de US\$, FOB		Participación		Variación
	2012	2013	2012	2013	
CROP URUGUAY SA	90,7	99,1	18,3%	13,7%	9%
CEREOL URUGUAY SOCIEDAD ANONIMA	75,6	80,0	15,3%	11,1%	6%
LDC URUGUAY SA	64,7	57,9	13,1%	8,0%	-11%
BARRACA JORGE W ERRO S A	5,6	38,4	1,1%	5,3%	589%
KILAFEN S A	9,2	29,1	1,9%	4,0%	216%
TAFLAR SOCIEDAD ANONIMA	32,2	26,6	6,5%	3,7%	-17%
GARMET S A	0,0	25,7	0,0%	3,6%	n/c
FRIGORIFICO SAN JACINTO NIREA S A	1,4	19,7	0,3%	2,7%	1301%
PULSA SA	3,8	17,7	0,8%	2,4%	360%
TOPS FRAY MARCOS S A	10,4	16,2	2,1%	2,2%	56%
FRIGORIFICO CANELONES S A	1,4	14,9	0,3%	2,1%	938%
ADM URUGUAY SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES	12,4	13,3	2,5%	1,8%	7%
CLEDINOR S A	1,5	11,9	0,3%	1,6%	676%
INALER S.A.	0,8	11,6	0,2%	1,6%	1324%
LANAS TRINIDAD S A	14,0	11,5	2,8%	1,6%	-18%
RANTEX S A	9,9	11,2	2,0%	1,6%	14%
CARDAMA SA	4,8	10,1	1,0%	1,4%	109%
CHIADEL S A	0,0	10,0	0,0%	1,4%	n/c
COOPERATIVA NACIONAL DE PRODUCTORES DE LECHE CONAP	4,2	9,6	0,8%	1,3%	128%
PAYCUEROS S A	5,8	9,3	1,2%	1,3%	60%
GLENCORE S A	1,2	8,9	0,2%	1,2%	642%
ONTLOR SOCIEDAD ANONIMA	1,7	8,8	0,3%	1,2%	417%
FRIGORIFICO LAS PIEDRAS S A	1,2	8,8	0,2%	1,2%	623%
FRIGORIFICO TACUAREMBO S A	3,6	8,3	0,7%	1,2%	129%
FRIGORIFICO MATADERO CARRASCO S A	2,3	8,3	0,5%	1,1%	254%
ESTABLECIMIENTOS COLONIA S A	1,3	8,1	0,3%	1,1%	501%
GRANICOR SOCIEDAD ANONIMA	2,6	7,3	0,5%	1,0%	182%
THOMAS MORTON S A	3,9	7,1	0,8%	1,0%	80%
BILACOR SOCIEDAD ANONIMA	0,0	5,9	0,0%	0,8%	n/c
FADISOL S.A.	1,2	5,4	0,2%	0,7%	353%
COOP. AGRARIA NACIONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	17,0	5,1	3,4%	0,7%	-70%
ERSINAL SOCIEDAD ANONIMA	0,0	5,1	0,0%	0,7%	n/c
BREEDERS & PACKERS URUGUAY SA	0,0	4,9	0,0%	0,7%	n/c
Sub total	384	616	78%	85%	
Resto	111	107	22%	15%	
Total	495	723	100%	100%	46%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

Del mencionado grupo de empresas (un total de 152), 45 podrían definirse como nuevas exportadoras en el período (en el mismo semestre de 2012 no registraron exportaciones a China).

De las empresas que registraron exportaciones en los dos semestres comparados en el informe (107 empresas), 67 registraron variaciones positivas, mientras que el restante 40 presentó tasas de crecimiento negativas.

En el primer semestre de 2013, los indicadores de las exportaciones habitualmente relevados muestran una caída del número de capítulos colocados en China, mismo resultado en el análisis a nivel de Partida del S.A. Por el contrario, el número de empresas exportadoras aumentó 8% con respecto al semestre anterior.

#### Cuadro 7 – Indicadores de las exportaciones uruguayas hacia China

Categoría	Número - Enero - junio		
	2012	2013	Variación
Capítulo (impo > a US\$ 100 mil)	25	23	-8%
Partida (impo > a US\$ 50 mil)	47	40	-15%
Empresa (impo > a US\$ 50 mil)	141	152	8%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

**En resumen**, las exportaciones uruguayas con destino a China en el primer semestre de 2013 mostraron **un desempeño muy positivo**, creciendo a una tasa muy superior que el promedio de las exportaciones totales y confirmando que el país asiático es el principal destino de las colocaciones de bienes nacionales. Los productos tradicionales como la soja, la carne y los lácteos, siguen mostrando una excelente performance en este mercado, pero progresivamente se consolidan nuevos flujos de exportación en bienes no tradicionales que permiten confirmar el importantísimo número de oportunidades comerciales existentes en este mercado.

## 2.2 Importaciones

Como puede observarse en el cuadro 8, en el primer semestre de 2013, las importaciones nacionales originarias de China aumentaron 17% respecto al mismo período de 2012 y ascendieron a los US\$ 855 millones.

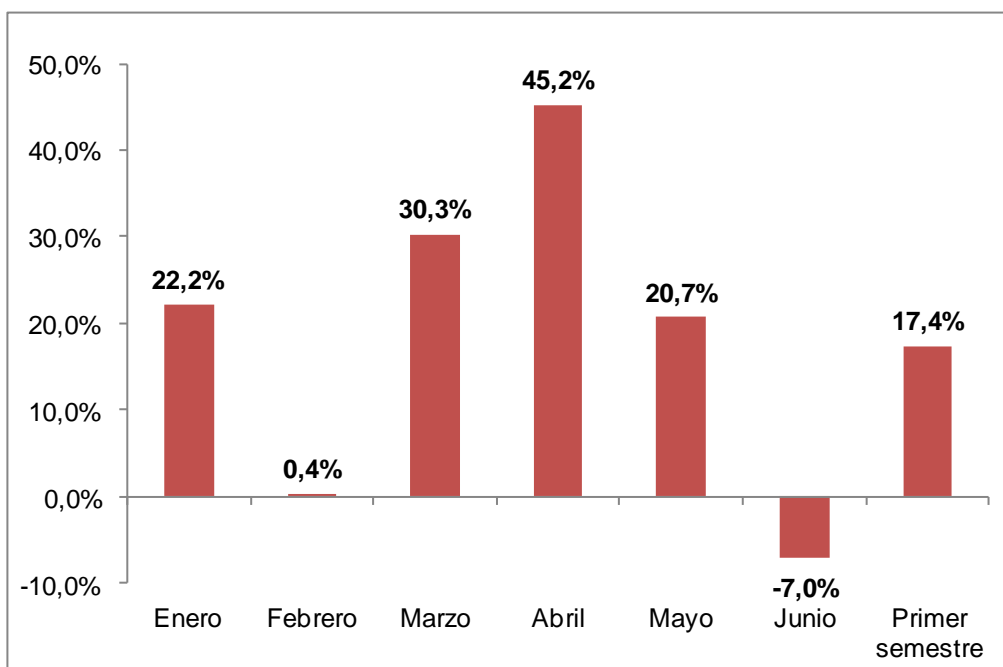
**Cuadro 8 – Importaciones uruguayas desde China**

Mes	En millones de US\$ CIF		Variación
	2012	2013	
Enero	123	150	22%
Febrero	123	123	0%
Marzo	115	150	30%
Abril	108	157	45%
Mayo	122	147	21%
Junio	137	128	-7%
<b>Total general</b>	<b>728</b>	<b>855</b>	<b>17%</b>

Fuente: DNII en base a SmartDATA

**Gráfico 5 – Variación de las importaciones uruguayas desde China**

(Primer semestre de 2013, respecto al mismo mes del año anterior, en variaciones)



Fuente: DNII en base a SmartDATA

En lo que refiere a las importaciones desde China por Capítulo del S.A., si bien en menor medida que las exportaciones, las mismas también se encuentran muy concentradas.

En el primer semestre de 2013, 10 capítulos explicaron cerca del 80% del total adquirido desde China. Entre los principales productos se destacaron las máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes (Capítulo 85), seguido de las máquinas y aparatos mecánicos (Capítulo 84), vehículos y sus partes (Capítulo 87), prendas y complementos de vestir de punto (Capítulo 61), plástico y sus manufacturas (Capítulo 39), prendas y complementos de vestir excepto las de punto (Capítulo 62), productos químicos orgánicos (Capítulo 29) y productos diversos de la industria química (Capítulo 38).

### Cuadro 9 – Importaciones uruguayas originarias desde China por Capítulo del S.A.

Capítulo (2) Descripción abreviada	Enero - junio					
	En millones de US\$, CIF		Participación		Variación	Incidencia
	2012	2013	2012	2013	2013/2012	2013
85-MAQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELECTRICO Y SUS PARTES.	146,37	163,02	20,4%	19,1%	10%	2%
84-REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MAQUINAS, APARATOS Y ARTEFACTOS MECANICOS.	114,88	143,88	15,8%	16,8%	25%	4%
87-VEHICULOS AUTOMOVILES, TRACTORES, VELOCIPEDOS Y DEMAS VEHICULOS TERRESTRES	100,34	129,67	13,8%	15,2%	29%	4%
61-PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, DE PUNTO.	44,58	42,06	6,1%	4,9%	-8%	0%
39-PLASTICO Y SUS MANUFACTURAS.	29,77	40,00	4,1%	4,7%	34%	1%
62-PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, EXCEPTO LOS DE PUNTO.	37,06	38,85	5,1%	4,5%	5%	0%
29-PRODUCTOS QUIMICOS ORGANICOS.	25,26	34,27	3,5%	4,0%	36%	1%
38-PRODUCTOS DIVERSOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS.	15,87	31,68	2,2%	3,7%	100%	2%
64-CALZADO, POLAINAS Y ARTICULOS ANALOGOS; PARTES DE ESTOS ARTICULOS.	29,27	31,65	4,0%	3,7%	8%	0%
73-MANUFACTURAS DE FUNDICION, HIERRO O ACERO.	16,75	27,55	2,3%	3,2%	64%	1%
94-MUEBLES; MOBILIARIO MEDICOQUIRURGICO; ARTICULOS DE CAMA Y SIMILARES.	24,65	22,76	3,4%	2,7%	-8%	0%
40-CAUCHO Y SUS MANUFACTURAS.	10,52	16,01	1,4%	1,9%	52%	1%
95-JUEGUETES, JUEGOS Y ARTICULOS PARA RECREO O DEPORTE; SUS PARTES Y ACCESORIOS.	11,81	12,91	1,6%	1,5%	9%	0%
90-INSTRUMENTOS Y APARATOS DE OPTICA, FOTOGRAFIA O CINEMATOGRAFIA, DE MEDIDA.	7,57	11,58	1,0%	1,4%	53%	1%
63-LOS DEMAS ARTICULOS TEXTILES CONFECCIONADOS; JUEGOS; PRENDERIA Y TPAOS.	13,71	9,23	1,9%	1,1%	-33%	-1%
42-MANUFACTURAS DE CUERO; ARTICULOS DE TALABARTERIA O GUARNICIONERIA.	8,40	9,20	1,2%	1,1%	10%	0%
60-TEJIDOS DE PUNTO.	10,43	8,54	1,4%	1,0%	-18%	0%
96-MANUFACTURAS DIVERSAS.	5,38	5,89	0,7%	0,7%	9%	0%
76-ALUMINIO Y SUS MANUFACTURAS.	3,21	5,08	0,4%	0,6%	58%	0%
54-FILAMENTOS SINTETICOS O ARTIFICIALES.	6,10	5,04	0,8%	0,6%	-17%	0%
69-PRODUCTOS CERAMICOS.	5,14	4,96	0,7%	0,6%	-4%	0%
82-HERRAMIENTAS Y UTILES, ARTICULOS DE CUCHILLERIA Y CUBIERTOS DE MESA.	4,39	4,34	0,6%	0,5%	-1%	0%
70-VIDRIO Y SUS MANUFACTURAS.	4,27	4,09	0,6%	0,5%	-4%	0%
30-PRODUCTOS FARMACEUTICOS.	3,94	3,94	0,5%	0,5%	0%	0%
48-PAPEL Y CARTON; MANUFACTURAS DE PASTA DE CELULOSA, DE PAPEL O CARTON.	1,86	3,44	0,3%	0,4%	85%	0%
28-PRODUCTOS QUIMICOS INORGANICOS; COMPUESTOS INORGANICOS U ORGANICOS.	2,77	3,37	0,4%	0,4%	22%	0%
72-FUNDICION, HIERRO Y ACERO.	4,82	3,24	0,7%	0,4%	-33%	0%
Sub total	691	816	95%	95%	18%	
Resto	37	38	5%	5%	5%	
Total	728	855	100%	100%	17%	17%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

En el primer semestre de 2013, las importaciones más dinámicas (productos que crecieron más de un 25% y superaron el millón de US\$) fueron las siguientes:

- Pescados y crustáceos.
- Productos diversos de la industria química.
- Papel y cartón.
- Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas.
- Paraguas, sombrillas, quitasoles, bastones, asiento, látigos, fustas y sus partes.

- Manufacturas de fundición de hierro o acero.
- Aluminio y sus manufacturas.
- Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida.
- Caucho y sus manufacturas.
- Productos químicos orgánicos.
- Plástico y sus manufacturas.
- Vehículos automóbiles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres.
- Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos.

A nivel de Partida del S.A., los principales productos adquiridos desde China en el primer semestre de 2013, fueron aparatos eléctricos de telefonía o telegrafía con hilos, máquinas automáticas para el tratamiento y procesamiento de datos, partes y accesorios para vehículos automóbiles, insecticidas, raticidas, antirroedores fungicidas, herbicidas y automóbiles para turismo y demás vehículos automóbiles.

**Cuadro 10 – Importaciones uruguayas desde China por Partida del S.A**

Partida (4) Descripción abreviada	Enero - junio					
	En millones de US\$, CIF		Participación		Variación	Incidencia
	2012	2013	2012	2013	2013/2012	2013
8517-APARATOS ELECTRICOS DE TELEFONIA O TELEGRAFIA CON HILOS	60,62	79,97	8,3%	9,4%	32%	3%
8471-MAQUINAS AUTOMATICAS PARA TRATAMIENTO O PROCESAMIENTO DE DATOS	33,98	40,89	4,7%	4,8%	20%	1%
8708-PARTES Y ACCESORIOS PARA VEHICULOS AUTOMOVILES	19,38	37,26	2,7%	4,4%	92%	2%
3808-INSECTICIDAS, RATICIDAS Y DEMAS ANTIRROEDORES, FUNGICIDAS, HERBICIDAS,	15,41	31,01	2,1%	3,6%	101%	2%
8703-AUTOMOVILES PARA TURISMO Y DEMAS VEHICULOS AUTOMOVILES	19,64	26,19	2,7%	3,1%	33%	1%
8704-VEHICULOS AUTOMOVILES PARA EL TRANSPORTE DE MERCANCIAS	17,03	23,91	2,3%	2,8%	40%	1%
3907-POLIACETALES, LOS DEMAS POLETIERES Y RESINAS EPOXI, EN FORMAS PRIMARIAS	14,68	23,02	2,0%	2,7%	57%	1%
8711-MOTOCICLETAS (INCLUIDOS LOS CICLOMOTORES) Y VELOCIPEDOS	24,24	22,30	3,3%	2,6%	-8%	0%
8528-APARATOS RECEPTORES DE TELEVISION	22,02	19,08	3,0%	2,2%	-13%	0%
6402-LOS DEMAS CALZADOS CON SUELA Y PARTE SUPERIOR DE CAUCHO O PLASTICO.	15,33	16,74	2,1%	2,0%	9%	0%
8415-MAQUINAS Y APARATOS PARA ACONDICIONAMIENTO DE AIRE	13,34	16,35	1,8%	1,9%	23%	0%
6110-SUETERES (JERSEYS), <PULLOVERS>, CARDIGANES, CHALECOS Y ARTICULOS SIMILARES	15,30	16,04	2,1%	1,9%	5%	0%
4011-NEUMATICOS (LLANTAS NEUMATICAS) NUEVOS DE CAUCHO.	5,80	10,31	0,8%	1,2%	78%	1%
6404-CALZADO CON SUELA DE CAUCHO, PLASTICO, CUERO NATURAL O REGENERADO	9,37	10,01	1,3%	1,2%	7%	0%
8443-MAQUINAS Y APARATOS DE IMPRIMIR MEDIANTE CARACTERES DE IMPRENTA, CLISES	8,49	9,59	1,2%	1,1%	13%	0%
7308-CONSTRUCCIONES Y SUS PARTES (POR EJEMPLO: PUENTES Y SUS PARTES	1,90	9,20	0,3%	1,1%	385%	1%
2931-LOS DEMAS COMPUESTOS ORGANICO-INORGANICOS.	3,55	9,11	0,5%	1,1%	157%	1%
4202-BAULES, MALETAS (VALIJAS), MALETINES, INCLUIDOS LOS DE ASEO Y LOS PORTA DOCUMENTOS	7,92	8,64	1,1%	1,0%	9%	0%
8702-VEHICULOS AUTOMOVILES PARA EL TRANSPORTE DE DIEZ O MAS PERSONAS	5,48	8,41	0,8%	1,0%	53%	0%
9401-ASIENTOS (EXCEPTO LOS DE LA PARTIDA 94.02), INCLUSO LOS TRANSFORMABLES EN CAMA	6,91	8,04	0,9%	0,9%	16%	0%
2933-COMPUESTOS HETEROCICLICOS CON HETEROATOMO(S) DE NITROGENO EXCLUSI- VAMENTE	5,75	8,01	0,8%	0,9%	39%	0%
8516-CALENTADORES ELECTRICOS DE AGUA DE CALENTAMIENTO INSTANTANEO O ACUMULACION	9,90	7,63	1,4%	0,9%	-23%	0%
6204-TRAJES SASTRE, CONJUNTOS, CHAQUETAS (SACOS), VESTIDOS, FALDAS, FALDAS PANTALON	5,23	7,28	0,7%	0,9%	39%	0%
8418-REFRIGERADORES, CONGELADORES Y DEMAS MATERIAL, MAQUINAS Y APARATOS DE FRIO	4,77	7,26	0,7%	0,8%	52%	0%
8450-MAQUINAS DE LAVAR ROPA, INCLUSO CON DISPOSITIVO DE SECADO.	5,13	6,92	0,7%	0,8%	35%	0%
9403-LOS DEMAS MUEBLES Y SUS PARTES	5,82	6,66	0,8%	0,8%	14%	0%
8473-PARTES Y ACCESORIOS (EXCEPTO LOS ESTUCHES, FUNDAS Y SIMILARES)	6,20	6,65	0,9%	0,8%	7%	0%
6202-ABRIGOS, CHAQUETONES, CAPAS, ANORAKS, CAZADORAS Y ARTICULOS SIMILARES	7,19	6,56	1,0%	0,8%	-9%	0%
8467-HERRAMIENTAS NEUMATICAS, HIDRAULICAS O CON MOTOR INCORPORADO, INCLUSO ELECTRICO	4,98	6,34	0,7%	0,7%	27%	0%
9503-LOS DEMAS JUGUETES; MODELOS REDUCIDOS Y MODELOS SIMILARES, PARA ENTRETENIMIENTO	6,10	6,11	0,8%	0,7%	0%	0%
8539-LAMPARAS Y TUBOS ELECTRICOS DE INCANDESCENCIA O DE DESCARGA, INCLUIDOS LOS FAROS	5,19	6,08	0,7%	0,7%	17%	0%
6201-ABRIGOS, CHAQUETONES, CAPAS, ANORAKS, CAZADORAS Y ARTICULOS SIMILARES PARA HOMBRES	5,55	5,68	0,8%	0,7%	2%	0%
8429-TOPADORAS FRONTALES (<BULLDOZERS>), TOPADORAS ANGULARES (<ANGLED- ZERS>), NIVELADORAS	3,87	5,60	0,5%	0,7%	45%	0%
Sub total	396	513	54%	60%	25%	
Resido	332	342	46%	40%	3%	
Total	728	855	100%	100%	17%	17%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

En el primer semestre de 2013, 129 partidas registraron operaciones superiores al millón de dólares, de las cuales 86 presentaron variaciones positivas, mientras que el restante 43 negativas.

82 Partidas del S.A. están en el rango de importaciones entre el millón de dólares y los US\$ 500 mil, de los cuales 51 registraron comportamientos positivos frente a 31 que mostraron un desempeño negativo respecto al mismo semestre de 2012.

En el cuadro 11, se presentan los 15 productos que registraron una mejor performance en las importaciones desde China.

### Cuadro 11 – Productos con mayores tasas de crecimiento en el primer semestre 2013/2012

(Productos con importaciones superiores al millón de US\$, en el primer semestre de 2013)

Nº Partida	Descripción abreviada	Ranking
8426	GRUAS Y APARATOS DE ELEVACIÓN SOBRE CABLE AEREO; PUENTES RODANTES	1
0303	PESCADO CONGELADO, EXCEPTO LOS FILETES Y DEMAS CARNE DE PESCADO	2
9001	FIBRAS OPTICAS Y HACES DE FIBRAS OPTICAS; CABLES DE FIBRAS OPTICASCONTACTO)	3
7308	CONSTRUCCIONES Y SUS PARTES (POR EJEMPLO: PUENTES Y SUS PARTES	4
2937	HORMONAS, PROSTAGLANDINAS, TROMBOXANOS Y LEUCOTRIENOS, NATURALES O REPRODUCIDOS	5
4810	PAPEL Y CARTON ESTUCADOS POR UNA O LAS DOS CARAS CON CAOLIN U OTRAS SUSTANCIAS INORGANICAS	6
2926	COMPUESTOS CON FUNCION NITRILLO	7
8417	HORNOS INDUSTRIALES O DE LABORATORIO, INCLUIDOS LOS INCINERADORES, QUE NO SEAN ELECTRICOS	8
2931	LOS DEMAS COMPUESTOS ORGANO-INORGANICOS	9
3808	INSECTICIDAS, RATICIDAS Y DEMAS ANTIRROEDORES, FUNGICIDAS, HERBICIDAS	10
8708	PARTES Y ACCESORIOS PARA VEHICULOS AUTOMOVILES	11
7321	ESTUFAS, CALDERAS CON HOGAR, COCINAS	12
4011	NEUMATICOS (LLANTAS NEUMATICAS) NUEVOS DE CAUCHO.	13
3011	GLANDULAS Y DEMAS ORGANOS PARA USOS OPOTERICOS, DESECADOS, INCLU- SO PULVERIZADOS	14
6210	PRENDAS DE VESTIR CONFECCIONADAS CON PRODUCTOS DE LAS PARTIDAS 56.02, 56.03, 59.03, 59.06 O 59.07.	15

Fuente: DNII en base a SmartDATA

Como es sabido, los textiles, la vestimenta y el calzado son sectores que tienen una importante presencia en las importaciones nacionales desde este origen, compitiendo muy fuertemente con la producción nacional, y en algunos casos, afectando la viabilidad de las empresas uruguayas de dichos sectores.

Al respecto de las adquisiciones externas de este sector, cabe considerar que China comienza a mostrar una progresiva menor presencia, ya que debido al bienvenido aumento del costo de la mano de obra en China, parte de la producción de este sector está siendo localizada en otros países asiáticos, los que progresivamente muestran un mayor caudal de exportaciones hacia Uruguay y otros países de la región.

En efecto, en el primer semestre de 2013, si se consideran los capítulos 60, 61, 62, 63 y 64 del S.A. computados en conjunto, las compras desde China disminuyeron un 3%, debido a la caída presentada por las compras nacionales de los demás textiles y prendas de vestir.

**Cuadro 12 – Importaciones uruguayas desde China del sector textil, vestimenta y calzado** (Primer semestre 2013/2012)

Capítulo (2)	En millones de US\$		Variación 2013/2012
	2012	2013	
60-TEJIDOS DE PUNTO.	10	9	-18%
61-PRENDAS Y COMPLEMENTOS, DE VESTIR, DE PUNTO.	45	42	-6%
62-PRENDAS Y COMPLEMENTOS, DE VESTIR, EXCEPTO LOS DE PUNTO.	37	39	5%
63-LOS DEMAS ARTICULOS TEXTILES CONFECCIONADOS.	14	9	-33%
64-CALZADO, POLAINAS Y ARTICULOS ANALOGOS.	29	32	8%
<b>Total general</b>	<b>135</b>	<b>130</b>	<b>-3%</b>

Fuente: DNII en base a SmartDATA

En lo que va del año 2013, además de China que sigue siendo el principal proveedor de este tipo de bienes, Uruguay importó los mismos desde otros mercados asiáticos como India, Hong Kong, Camboya, Bangladesh, Vietnam, Indonesia, Malasia, Tailandia, Myanmar y Filipinas.

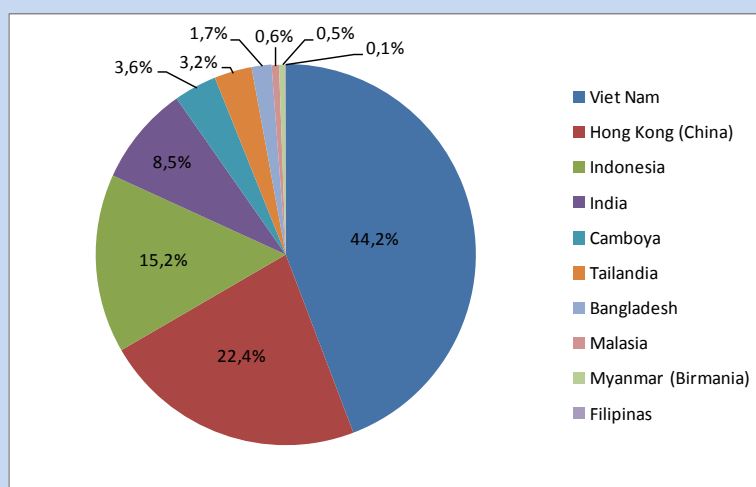
**Las exportaciones mundiales de calzado de otros países asiáticos**

Excluyendo a China del análisis y atendiendo a los otros países asiáticos mencionados anteriormente, Vietnam es el principal exportador asiático de calzado, seguido por Hong Kong, Indonesia y la India.

Entre los mercados más dinámicos, considerando el desempeño anual en el período 2001 – 2012, los países que registraron un mayor crecimiento en las colocaciones mundiales de este producto, fueron Myanmar, Bangladesh, Camboya y Vietnam. En contrapartida, los peores registros se dieron en Filipinas, Tailandia y Hong Kong.

**Gráfico 6 – Exportaciones mundiales de Calzado**

(Países seleccionados)



Fuente: DNII en base a Trade Map

En el primer semestre de 2013, 136 empresas superaron importaciones desde China por un monto superior al millón de US\$.

A diferencia de lo que ocurre con las exportaciones, la concentración de empresas importadoras es menor, si bien no deja de ser importante, ya que de cualquier manera 20 empresas explicaron el 30% del total importado en el primer semestre de 2013.

Entre las principales empresas importadoras de China se destacan Antel (aparatos telefónicos móviles), Chery (automóviles), Telefónica Móvil del Uruguay (aparatos telefónicos móviles), Carlos Gutiérrez (electrodomésticos), Deceleste (motos), Cristalpet (compras de resina en admisión temporaria), Motociclo (electrodomésticos), Bisiney (automóviles).

**Cuadro 13 – Importaciones uruguayas desde China por empresa**

Empresa	Enero - junio				
	En millones de US\$, CIF		Participación		Variación
	2012	2013	2012	2013	2013/2012
ADMINISTRACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (ANTEL)	29,36	39,45	4,0%	4,6%	34%
CHERY SOCMA S.A.	21,10	28,29	2,9%	3,3%	34%
TELEFONICA MOVILES DEL URUGUAY S.A	11,17	16,11	1,5%	1,9%	44%
CARLOS GUTIERREZ S A	18,22	15,78	2,5%	1,8%	-13%
DECELESTE SOCIEDAD ANONIMA	12,83	14,40	1,8%	1,7%	12%
CRISTALPET S A	9,74	13,90	1,3%	1,6%	43%
MOTOCICLO S A	14,98	12,80	2,1%	1,5%	-15%
BISINEY S.A	0,00	12,25	0,0%	1,4%	1409704%
ADMINISTRACION NACIONAL DE USINAS Y TRASMISIONES E	1,13	12,21	0,2%	1,4%	983%
CHIC PARISIEN S A	11,82	12,18	1,6%	1,4%	3%
CENTRO CEIBAL PARA EL APOYO A LA EDUCACION DE LA NIÑEZ	9,88	10,29	1,4%	1,2%	4%
INDUTOP S A	5,84	9,78	0,8%	1,1%	67%
TAMPA SOCIEDAD ANONIMA	4,22	9,58	0,6%	1,1%	127%
LEB SA	4,85	9,11	0,7%	1,1%	88%
JAMES SOCIEDAD ANONIMA	5,75	8,90	0,8%	1,0%	55%
HENDERSON Y CIA S A	10,36	8,10	1,4%	0,9%	-22%
AM WIRELESS URUGUAY S A	3,34	7,84	0,5%	0,9%	135%
PUNTO LUZ S A	5,53	7,79	0,8%	0,9%	41%
COMPAÑIA CIBELES S A	4,00	7,38	0,5%	0,9%	85%
LA FORJA SOCIEDAD ANONIMA	4,51	7,31	0,6%	0,9%	62%
INCOTEL S A	7,41	6,32	1,0%	0,7%	-15%
TA TA S A	9,34	5,99	1,3%	0,7%	-36%
TECHDATA URUGUAY SOCIEDAD ANONIMA	5,89	5,97	0,8%	0,7%	1%
BOR S A	4,98	5,96	0,7%	0,7%	20%
VLADIMIR KAITAZOFF S A	4,17	5,21	0,6%	0,6%	25%
NEDECAR SOCIEDAD ANONIMA	0,00	5,20	0,0%	0,6%	#DIV/0!
SAUDU SOC DE AGRICULTORES UNIDOS DE LA REP O DEL U	2,54	5,03	0,3%	0,6%	98%
T G M S A	6,70	4,88	0,9%	0,6%	-27%
GENERAL MOTORS URUGUAY S A	0,03	4,78	0,0%	0,6%	15349%
DIVINO S A	3,35	4,65	0,5%	0,5%	39%
DOLCE VITTA S A	5,05	4,64	0,7%	0,5%	-8%
ENCATEX S A	3,93	4,59	0,5%	0,5%	17%
NIFELCO S A	2,71	4,50	0,4%	0,5%	66%
P C SERVICE S.A.	2,72	4,17	0,4%	0,5%	53%
SURIL S A	4,05	4,13	0,6%	0,5%	2%
RDEL S.A.	3,27	4,02	0,4%	0,5%	23%
Sub total	255	343	35%	40%	
Resto	473	511	65%	60%	
Total	728	855	100%	100%	17%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

En el primer semestre de 2013, las importaciones bajo Admisión Temporal (AT) desde China crecieron 29%, alcanzando los 82 millones de US\$. Los principales productos importados fueron los vehículos y sus partes, plásticos, productos químicos orgánicos, tejidos de punto, productos farmacéuticos y caucho y sus manufacturas.

**Cuadro 14 – Importaciones uruguayas desde China en AT por Capítulo del S.A.**

Capítulo (2) Descripción abreviada	Enero - junio					
	En millones de US\$, CIF		Participación		Variación	Incidencia
	2012	2013	2012	2013	2013/2012	2013
87-VEHICULOS AUTOMOVILES, TRACTORES, VELOCIPEDES Y DEMAS VEHICULOS TERRESTRES.	15,89	32,08	25,2%	39,4%	102%	26%
39-PLASTICO Y SUS MANUFACTURAS.	16,21	20,52	25,7%	25,2%	27%	7%
29-PRODUCTOS QUIMICOS ORGANICOS.	7,88	7,89	12,5%	9,7%	0%	0%
60-TEJIDOS DE PUNTO.	5,05	3,18	8,0%	3,9%	-37%	-3%
30-PRODUCTOS FARMACEUTICOS.	1,27	1,84	2,0%	2,3%	46%	1%
40-CAUCHO Y SUS MANUFACTURAS.	1,60	1,84	2,5%	2,3%	15%	0%
03-PESCADOS Y CRUSTACEOS, MOLUSCOS Y DEMAS INVERTEBRADOS ACUATICOS.	0,11	1,64	0,2%	2,0%	1342%	2%
54-FILAMENTOS SINTETICOS O ARTIFICIALES.	2,39	1,58	3,8%	1,9%	-34%	-1%
15-GRASA Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES; PRODUCTOS DE SU DESDOBLAMIENTO.	2,11	1,53	3,3%	1,9%	-27%	-1%
63-LOS DEMAS ARTICULOS TEXTILES CONFECCIONADOS; JUEGOS; PRENDERIA Y TRAPOS.	0,93	1,48	1,5%	1,8%	60%	1%
73-MANUFACTURAS DE FUNDICION, HIERRO O ACERO.	1,01	1,16	1,6%	1,4%	14%	0%
28-PRODUCTOS QUIMICOS INORGANICOS; COMPUESTOS INORGANICOS U ORGANICOS.	1,07	0,89	1,7%	1,1%	-17%	0%
32-EXTRACTOS CURTIENTES O TINTOREOS; TANINOS Y SUS DERIVADOS; PIGMENTOS.	0,67	0,88	1,1%	1,1%	31%	0%
94-MUEBLES; MOBILIARIO MEDICOQUIRURGICO; ARTICULOS DE CAMA Y SIMILARES.	0,69	0,88	1,1%	1,1%	28%	0%
52-ALGODON.	1,08	0,82	1,7%	1,0%	-25%	0%
85-MAQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELECTRICO, Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACION.	0,37	0,56	0,6%	0,7%	51%	0%
76-ALUMINIO Y SUS MANUFACTURAS.	0,31	0,51	0,5%	0,6%	66%	0%
55-FIBRAS SINTETICAS O ARTIFICIALES DISCONTINUAS.	1,27	0,50	2,0%	0,6%	-61%	-1%
05-LOS DEMAS PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL, NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE.	0,88	0,46	1,4%	0,6%	-47%	-1%
Sub total	61	80	96%	98%	32%	
Resto	2	1	4%	2%	-44%	
Total	63	82	100%	100%	29%	29%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

En el primer semestre de 2013, solo 26 empresas superaron ventas por US\$ 500 mil bajo AT, de las cuales varias superaron el promedio de crecimiento (29%) registrado respecto al mismo período del año anterior. Ellas fueron Besiney, Fewin, Urufarma, Galtony, Dideral, Pinturas Industriales, Promak, Indipex, Leb, Laboratorios Clausen, Ristolsur, Xumir, Paumave y Chery Socma.

**Cuadro 15 – Importaciones uruguayas originarias de China en AT por empresa**

Empresa	Enero - junio					
	En millones de US\$, CIF		Participación		Variación	Incidencia
	2012	2013	2012	2013	2013/2012	2013
CHERY SOCMA S.A.	14,89	19,53	23,6%	24,0%	31%	7%
BESINEY S.A	0,00	10,49	0,0%	12,9%	n/c	n/c
CRISTALPET S A	9,30	9,36	14,7%	11,5%	1%	0%
LEB SA	4,85	9,10	7,7%	11,2%	88%	7%
ROEMMERS S A	2,37	2,35	3,8%	2,9%	-1%	0%
FEWIN S.A.	0,00	1,98	0,0%	2,4%	n/c	n/c
XUMIR S.A	1,32	1,98	2,1%	2,4%	50%	1%
ANARELA S A	2,50	1,70	4,0%	2,1%	-32%	-1%
LANCO S A	2,11	1,53	3,3%	1,9%	-27%	-1%
DIDERAL S.A.	0,32	1,49	0,5%	1,8%	367%	2%
LABORATORIOS CLAUSEN S A	0,82	1,42	1,3%	1,7%	74%	1%
DIROX S A	1,16	1,34	1,8%	1,6%	16%	0%
INDIPEX SA	0,64	1,25	1,0%	1,5%	96%	1%
GOLDEN TREE PLASTIC INDUSTRIA URUGUAY S A	1,82	1,18	2,9%	1,4%	-35%	-1%
MONTELUR S A	1,58	0,87	2,5%	1,1%	-45%	-1%
LABORATORIOS MICROSULES URUGUAY S A	1,59	0,85	2,5%	1,0%	-47%	-1%
SOMIL S A	0,68	0,84	1,1%	1,0%	24%	0%
GALTONY S A	0,10	0,83	0,2%	1,0%	732%	1%
PINTURAS INDUSTRIALES S A	0,23	0,82	0,4%	1,0%	252%	1%
LERINUX INTERNATIONAL CORPORATION	1,41	0,71	2,2%	0,9%	-50%	-1%
URUFARMA S.A.	0,06	0,66	0,1%	0,8%	916%	1%
RISTOLSUR S.A	0,40	0,62	0,6%	0,8%	57%	0%
PROMAK S A	0,28	0,62	0,4%	0,8%	123%	1%
PAUMAVE S.R.L.	0,44	0,61	0,7%	0,8%	40%	0%
PINTURAS INCA S A	0,98	0,58	1,5%	0,7%	-40%	-1%
COMPAÑIA CIBELES S A	1,26	0,54	2,0%	0,7%	-57%	-1%
NORDEX S A	1,30	0,47	2,1%	0,6%	-64%	-1%
Sub total	52	74	83,0%	90,4%	41%	
Resto	11	8	17,0%	9,6%	-27%	
Total	63	82	100%	100%	29%	29%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

En el primer semestre de 2013, se registra una leve disminución del número de capítulos importados desde China, mientras que a nivel de partidas, se registró un aumento del 5%. Por otra parte, el número de empresas importadoras desde China creció 4% con respecto al mismo período del año anterior.

**Cuadro 16 – Indicadores de las importaciones uruguayas originarias desde China**

Categoría	Número - Enero - junio		
	2012	2013	Variación
Capítulo (impo > a US\$ 100 mil)	69	68	-1%
Partida (impo > a US\$ 50 mil)	458	480	5%
Empresa (impo > a US\$ 50 mil)	1.387	1.445	4%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

**En resumen**, las importaciones uruguayas originarias de China continúan mostrando un muy buen desempeño, aumentando 17%, si bien es una tasa menor a la registrada en el mismo semestre de 2012. El menor crecimiento de las importaciones en relación a las exportaciones favoreció una notoria mejora en el saldo comercial con China, que de incluirse las colocaciones con destino a este mercado no informadas por la DNA (bienes exportados a través de Zona Franca Nueva Palmira y las exportaciones de UPM), el saldo en el primer semestre de 2013 sería favorable a Uruguay.

### 3 Resultados de la visita presidencial a China



La visita oficial que realizó el Presidente José Mujica a la República Popular China, se hizo en el marco de la gira presidencial realizada entre el 22 de mayo al 6 de junio de 2013 en la que además de China, se visitó España y el Vaticano.

Los objetivos principales de la visita fueron la búsqueda de asociación estratégica para la construcción del puerto de aguas profundas, la recuperación del ferrocarril, el desarrollo de la industria naval, las energías renovables y la pesca. En este sentido, la delegación oficial de Uruguay, visitó la corporación trasnacional con operaciones en todo el mundo, *China Communications Construction Company (CCCC)*, especializada en puertos de aguas profundas, así como autoridades de los ferrocarriles, el astillero y el puerto de Tianjin, un centro industrial, financiero y de servicios del más alto nivel en China<sup>2</sup>.

Una vez concluida la visita oficial, se afirmó desde el Poder Ejecutivo, que el gobierno chino dio el aval político para la concreción de estos proyectos y que toda la responsabilidad quedará ahora en manos del gobierno uruguayo, que tendrá que concretar las propuestas que han venido elaborando y evaluar las alternativas de asociación y financiación en estos proyectos, o sea trabajar mucho y tomar decisiones rápidas, así lo confirma el informe oficial de Presidencia de la República<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Informe de Prensa de Presidencia de la República Oriental del Uruguay, 8 de junio de 2013. Montevideo. Informe completo en: <<http://www.mrree.gub.uy/frontend/page?1.inicio,ampliacion-ppal2,O.es,0,PAG;CONC:1961;11;D;evaluacion-positiva-de-la-gira-oficial;7;PAG;>>

<sup>3</sup> Ídem.

En el marco de la agenda del Presidente y la delegación oficial que lo acompañó, en China, se visitaron las siguientes instituciones<sup>4</sup>:

- Consejo Chino para la Promoción del Comercio Internacional (CCPIT), reunión con su Presidente, Sr. Wan Jifei. En el marco de esta visita se lanzó el “Seminario de Negocios Uruguay – China”.
- Universidad de Estudios Extranjeros de Beijing, en la que el Presidente Mujica brindó la conferencia “Uruguay en el contexto de América Latina”.
- Comité Permanente de la Asamblea Popular Nacional de la R.P. China, reunión con el Presidente D. Zhang Dejiang.

El día lunes 27 de mayo, se concretó la Audiencia con Sr. Presidente de la R.P. China, Xi Jinping en el marco de la cual se firmaron los siete acuerdos oficiales. Dichos acuerdos de cooperación firmados por los mandatarios están relacionados con las áreas de cooperación económica, educación, comunicaciones, supervisión bancaria, minería y geociencia<sup>5</sup>.

Se debe resaltar que en el encuentro que mantuvo el Presidente Mujica con el Sr. Presidente de la R.P. China, Xi Jinping, también participaron los ministros de Relaciones Exteriores, Luis Almagro, de Industria, Energía y Minería, Roberto Kreimerman, y de Transporte y Obras Públicas, Enrique Pintado, el director de la OPP, Gabriel Frugoni, el prosecretario de la Presidencia, Diego Cánepa, los presidentes de la ANP, Alberto Díaz, de AFE, Jorge Setelich, y del Banco Central, Mario Bergara, y el asesor presidencial, Pedro Buonomo, entre otros.

---

<sup>4</sup> Agenda oficial de la visita del Presidente de la República Oriental del Uruguay, D. José Mujica Cordano a China, España, Vaticano e Italia, agenda completa en:

<[http://medios.presidencia.gub.uy/jm\\_portal/2013/noticias/NO\\_J214/Agenda.pdf](http://medios.presidencia.gub.uy/jm_portal/2013/noticias/NO_J214/Agenda.pdf)>.

<sup>5</sup> Informe de Prensa Presidencia de la República, 27/05/2013, Informe completo en: <<http://www.presidencia.gub.uy/comunicacion/comunicacionnoticias/mujica-china-reunion-xi-jinping>>

#### 4 Entrevista

Embajador Fernando López Fabregat, Director General para Asuntos Económicos Internacionales<sup>6</sup>.

##### **¿Qué evaluación hace de la misión oficial a China? ¿Cuál es su opinión?**

La evaluación de la Dirección General de Asuntos Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores es muy positiva. Y esa valoración, se basa en una serie de aspectos.

El primero, diría que es la altísima jerarquía de las autoridades chinas que recibieron al Presidente de la República José Mujica y su delegación.

Estamos hablando de las máximas autoridades del gobierno central chino como son: el Presidente de la República Popular China y el Presidente de la Asamblea Nacional Popular que es el legislativo chino. A su vez, cuando nos trasladamos a la ciudad de Tianjin, la Alcaldesa de ese importantísimo puerto, recibió a la Delegación Uruguaya junto a todo su Gabinete. Es decir, el primer aspecto para la valoración positiva es que el Presidente Mujica y su delegación fueron recibidos al mayor nivel concebible en China y las reuniones mantenidas siempre se prolongaron mucho más de lo inicialmente pactado.

Otro aspecto es la temática sustantiva que se desarrolló en los diferentes contactos que se mantuvieron. Temas de alto nivel que refirieron a asuntos de la realidad internacional, pero enfocados con un marcado énfasis del plano bilateral.

Se trataron cuestiones bilaterales en áreas de primerísima importancia en lo que tiene que ver con el quehacer nacional, por ejemplo todo el tema de las obras de infraestructura como pueden ser el puerto de aguas profundas, la renovación del sistema ferroviario nacional y las obras en materia de vialidad que hoy en día ofrece y necesita la República. Todos esos temas que hacen a la infraestructura y en consecuencia son de una importancia superlativa para el Uruguay para seguir en la senda de crecimiento que se ha experimentado en los últimos años fueron tratados con interlocutores de primerísimo nivel y con el suficiente tiempo para ser profundizados.

Otro aspecto para mi valoración positiva es la conformación de la delegación público privada que acompañó al Presidente. La misma tuvo una riqueza marcada tanto en el componente estatal gubernamental con integrantes de nivel ministerial como fueron el Canciller Almagro, el Ministro de Transporte y Obras Públicas, el Ministro de Industria, Energía y el Prosecretario de la Presidencia de la República y presidentes de otras entidades públicas de importancia como el BCU, AFE, e institutos como el INAC. Por

---

<sup>6</sup> Entrevista realizada en el Ministerio de Relaciones Exteriores en el mes julio de 2013.

el lado privado, la representación estuvo compuesta por representantes de gremiales empresariales, por representantes del PIT-CNT y por representantes de empresas particulares.

Me gustaría remarcar que durante las conversaciones que se mantuvieron fue notoria la importancia adjudicada a la relación bilateral en todas sus áreas: la política, la económica, la comercial, la financiera, la cultural y la cooperacional. Una relación bilateral que desde hace ya mucho tiempo, diría desde el comienzo de las relaciones diplomáticas entre ambos Estados, conoce un nivel altísimo. En el marco de la cual se comparten valores, se comparten maneras de ver temas importantes en el mundo, dándole así un marco a todo lo conversado que lo definiría como ideal.

Por último, rescatar la serie de acuerdos que en esa ocasión fueron firmados entre ambos Estados. Estamos hablando de acuerdos importantes en lo que hace a la cooperación económica, comercial, cultural, industrial y financiera, a las geociencias y a las telecomunicaciones.

**¿Es razonable pensar que China se hará cargo de las grandes obras de infraestructura demandadas por Uruguay? Estamos hablando del puerto, el tren, por ejemplo.**

Es razonable pensar que China puede asumir un rol en esas obras. Los avances que se logren en las negociaciones que hay que llevar adelante, los avances que se logren en la presentación de las obras de infraestructura que ofrece hoy en día el Uruguay, dirán en la práctica si China en última instancia decide participar y asumir un papel activo en la conformación de la ecuación que lleva a la construcción de esas obras de infraestructura, su gestión, utilización, etc.

Durante la visita se contactaron empresas que se dedican a obras de infraestructura tanto en China como en el exterior. Se contactaron entidades que financian esas obras de infraestructura, se presentaron estas obras, preparando el terreno para que China pueda en su momento decidir participar de estas obras de infraestructura.

Nosotros pensamos que China puede perfectamente tener un papel importante a cumplir en las diversas obras de infraestructura que el país ofrece y demanda hoy. Confiamos en que a partir de la presentación de esas obras, a partir de los contactos mantenidos con las empresas de construcción y además con los entes de financiación, llegado el momento China decida participar.

La práctica nos dirá en qué tipo de rol lo hará. Confiamos en que participe de forma importante y que esté involucrada activamente en las diferentes obras de infraestructura. Porque además, estamos plenamente convencidos que estas obras de infraestructura además de la importancia superlativa que tienen para Uruguay, son importantes también

para China. Porque puede participar no solamente en la etapa de construcción, sino en su posterior uso y así acceder a la producción que se va a transportar por dichas obras.

Estamos plenamente convencidos de que hay intereses compartidos allí, tanto de Uruguay como de China. Entonces, eso nos hace pensar en que China terminará, posiblemente, convenciéndose de que le es conveniente participar en una forma activa.

**¿Qué estrategias se están llevando a cabo para diversificar la producción nacional con destino a China? Siempre hablamos de las exportaciones de soja a China, ahora vemos que la carne es un gran producto para exportar, pero para diversificar, ¿se está siguiendo alguna estrategia especial?**

Uruguay con China lleva adelante una sostenida estrategia de contactos de nivel público, privado y a todo nivel. Y no solamente en lo comercial, sino diría en una relación económica en el amplio sentido de la palabra. Y con eso me refiero al comercio de bienes y servicios, me refiero a flujo de inversiones y me refiero al intercambio de información económica y financiera. Esto supone un enfoque integral de la relación económica entre ambos países. Y dentro de esto, un capítulo primordial es la colocación de la producción uruguaya en el mercado Chino.

¿Cómo se promociona eso? ¿Qué esfuerzos se hacen? ¿Qué estrategias se llevan adelante? Nosotros estamos enviando -si se estudia la línea histórica-, delegaciones de diverso nivel y diverso tipo de forma prácticamente permanente; tenemos visitas presidenciales, pero también tenemos visitas ministeriales y de diferentes carteras. Asimismo, tenemos visitas técnicas y tenemos gran multiplicidad de visitas de hombres de negocios y de empresas. Todo eso hace una sumatoria que intenta enfocar y contactar el ambiente de negocios de China en lo público, en lo privado, en lo técnico, a diferente nivel y en muy diversas áreas.

Esa estrategia se complementa con la firma de acuerdos de diversa índole: acuerdos en materia sanitaria, acuerdos en materia de cuarentena, en materia turística, haciendo elegible al Uruguay como destino para los turistas chinos. Acuerdos en cuanto a conformación de comisiones que analizan a lo largo del tiempo la relación bilateral económico – comercial.

Uruguay recibe la permanente visita de empresas chinas, representante del gobierno central chino, representantes de gobiernos provinciales. En estos casos, nosotros preparamos agendas con las contrapartes uruguayas, y entonces todo eso, las visitas presidenciales, las visitas que recibimos, el diferente nivel de las mismas, los diferentes temas que atacan cada una de ellas, van creando a lo largo del tiempo un entramado que es la base sobre la cual después nosotros trabajamos.

Uno de los trabajos que hacemos en base a ese entramado es la diversificación de las colocaciones en el mercado chino. Nosotros, como muy bien lo dijo, en reiteradas

ocasiones, el Presidente de la Republica en su visita a China, pretendemos además de vender en China materias primas (commodities), colocar productos de mayor valor agregado. Estamos hablando de productos basados en commodities pero de sofisticación mayor. Por ejemplo: alimentos, no solamente pretendemos colocar soja, sino que también pretendemos colocar alimentos derivados de ese tipo de commodity con un mayor agregado. Estamos convencidos de que tenemos las condiciones plenas para hacerlo: el nivel del material, el nivel de calidad, el nivel de inocuidad, la seguridad en el abastecimiento, la seriedad en la contratación, etc.

En cuanto a las barreras sanitarias y fitosanitarias han sido negociadas y se sigue ampliando, se ha logrado un acceso muy bueno al mercado chino en materia de carne, de cereales, de alimentos procesados, de lácteos, etc. Y las colocaciones así lo demuestran. Si no se hubiera trabajado el tema del acceso al mercado en cuanto a las barreras sanitarias y fitosanitarias, no estaríamos adquiriendo los niveles de colocaciones que hoy estamos viendo en la balanza.

Y la diversificación también pasa por los servicios. Uruguay conjuntamente con la Visita Presidencial, tuvo una participación en la feria CIFTIS, en la ciudad de Beijing, y estoy hablando de que ahí estuvieron presentes universidades uruguayas ofreciendo servicios educativos y que les ha ido muy bien. Participaron tradings uruguayas ofreciendo servicios en el comercio internacional, empresas de software uruguayas que están penetrando exitosamente el mercado chino, como ya lo han hecho en otros mercados asiáticos. Así que con ello hago referencia a la tan ansiada diversificación y no sólo en bienes sino también en servicios.

Y nuestro afán de que aumente el flujo de visitantes chinos en materia turística al Uruguay, refiere también a una venta y colocación de servicios. Nosotros pretendemos que más turistas visiten Uruguay, incluso estamos trabajando en el armado de paquetes turísticos con la región para que Uruguay sea un capítulo más dentro de un paquete regional que se ofrezca allá en China. Esto se ha trabajado con agencias chinas y uruguayas. El Ministerio de Turismo ha empujado bastante el tema y pretendemos que en base al protocolo que está firmado en materia turística, aumente el flujo de turistas chinos en el corto y mediano plazo.

Otra veta que trabajamos muchísimo, que también refiere a la diversificación más que en lo comercial en lo económico, es la instalación de inversión extranjera directa de capitales chinos en Uruguay.

El Presidente Mujica presentó al Uruguay como una entrada de excelencia a la región. Como el lugar por donde acceder al resto de la región e incluso me animaría a decir al mercado internacional en su conjunto. ¿Por qué? por las cualidades logísticas que tiene el Uruguay. Eso fue presentado por el Presidente de la República y por el Canciller en términos por demás claros y enfáticos.

Instrumentos como la Ley de Zonas Francas, puerto libre, aeropuerto libre, la ley de promoción de inversiones hacen que, en visitas como éstas, el Presidente de la República y el Canciller tengan un instrumental muy bueno para presentar al Uruguay como un destino de inversiones exitosas. De lo contrario no se entiende que LIFAN, que GEELY, otras autopartistas y otras empresas chinas estén situadas en Uruguay. Esto es por ese tipo de acciones de promoción y presentación, por ese tipo de cualidades y por ese tipo de instrumental.

**Pregunta: ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan las relaciones Uruguay – China en los próximos años?**

Los desafíos en términos económicos y comerciales son por un lado la performance económica de cada uno de los Estados.

Nosotros somos optimistas, no vemos mayores dificultades en la relación entre China y Uruguay. ¿Por qué no las vemos? Por lo siguiente: primero vemos a una China que puede estar reduciendo su tasa de crecimiento económico pero alcanzando guarismos que igualmente siguen siendo envidiables. Más allá de coyunturas económicas, igualmente China seguirá siendo un cliente muy importante para Uruguay.

A su vez, en China se ha dado un proceso de cambio poblacional que genera una clase media con apetitos diferentes, con patrones de consumo nuevos y distintos que Uruguay está muy bien posicionado para satisfacer. No vemos que este proceso se vaya a cortar abruptamente ni nada que se le parezca.

Por lo tanto, somos optimistas en que Uruguay y China continuarán siendo socios importantes en todos los planos que hacen a la relación bilateral.

**¿Y este acercamiento podría derivar, por ejemplo, en un TLC de Uruguay – China?**

Bueno, yo diría que estos acercamientos derivan en la profundización de la relación. Si eso se hace a través de un TLC o a través de otro instrumento, eso la práctica y la realidad nos lo dirán. Nosotros jamás nos cerramos a nada, nosotros utilizamos el instrumental disponible en las circunstancias en que vivimos. Lo que si estamos sin duda alguna, es a favor de la profundización de la relación.

El Presidente de la República ha sido claro en que el acercamiento y la profundización económica con China es algo que lo impone la realidad. No lo imponen ni los uruguayos ni los chinos, lo impone la realidad. Y ha sido claro también, en decir que una negociación entre China y el Mercosur es algo alcanzable y beneficioso. La realidad nos mostrará qué instrumento deberá ser utilizado.

El Canciller de la República en ese sentido, es un diplomático muy versátil, con la flexibilidad necesaria como para encarar cualquier tipo de negociación que se decida llevar adelante con China.

**Pregunta: Normalmente nuestras relaciones comerciales con China son analizadas como oportunidades para Uruguay, ¿No entiende Ud. que también puede ser una amenaza para el sector productivo uruguayo?**

A mí me parece que no es del todo correcto hablar de amenazas. Nosotros partimos de un principio informador totalmente esencial cuando analizamos las relaciones entre Uruguay y China, que es el de la complementariedad, eso empapa absolutamente todo. A veces se dice que la industria china es una amenaza para la industria uruguaya, pero el asunto es poder ver las oportunidades que nos brinda también China, incluso en sectores que algunas personas pueden decir que están amenazados. Está en nosotros convertir esas amenazas en oportunidades, por ejemplo, en la conformación de cadenas de valor, en la conformación de cadenas industriales que tengan eslabones en China y en Uruguay y su región.

Entonces, cuando empezamos a abrir el abanico y empezamos analizar las oportunidades y a ver qué instrumental podemos utilizar, qué tenemos que ofrecer, recibir, favorecer o fomentar para conformar ese tipo de encadenamientos, nos damos cuenta de que las amenazas pasan a ser oportunidades. Me parece que lo ideal es verlo de esa manera.

Y si hay un agente de algún sector que por algún motivo pueda verse concretamente amenazado, las autoridades competentes, que hacen políticas sectoriales, atenderán a ese sector específico de alguna manera especial. Nosotros no hacemos política sectorial, no le corresponde a la Cancillería hacerlo. Hay otras reparticiones del Estado que lo hacen y muy bien y lo han demostrado ante las circunstancias a las que se han enfrentado. Seguramente las autoridades competentes sabrán dar el tratamiento adecuado para que esa amenaza no se concrete en la realidad.