

Las relaciones comerciales entre Uruguay y China

Informe semestral | julio - diciembre 2013

Año 2 | N° 4

Febrero de 2014



Departamento de Negocios Internacionales e Integración
Facultad de Ciencias Empresariales

Av. 8 de Octubre 2801 | Tel: 2487 2717 int. 403/216 | dnii@ucu.edu.uy | ucu.edu.uy



Universidad
Católica del
Uruguay

Índice

1. Entorno económico y político de China	3
2. Comercio exterior de bienes	9
2.1 Exportaciones	9
2.2 Importaciones	19
3. Entrevistas	29
3.1 Pedro Otegui, Presidente de la Cámara Mercantil de Productos del País.....	29
3.2 Xulio Ríos, Director del Observatorio de la Política China.	31

1. Entorno económico y político de China

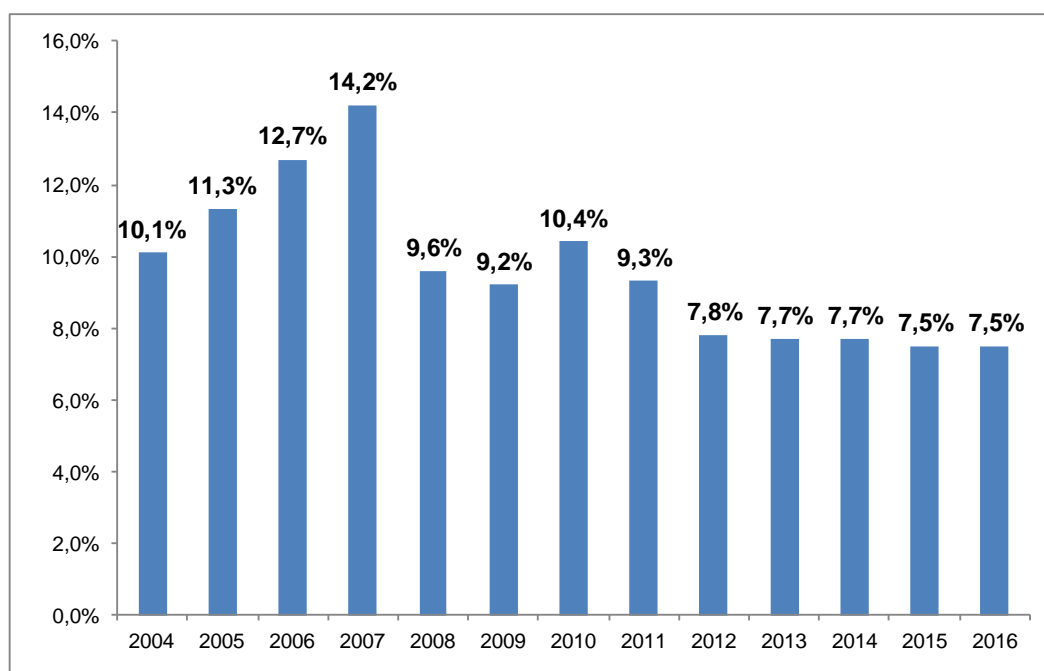
1.1 Entorno económico

Uno de los temas más destacados en el análisis de la coyuntura económica internacional de los últimos tiempos¹, tiene que ver con el efecto que a nivel global tendrán las transformaciones económicas impulsadas por el gobierno chino.

Más allá del debate sobre los reales impactos esperados por la desaceleración de las tasas de crecimiento del PIB chino, sí es evidente que las tasas promedio de crecimiento del gigante asiático no serán como las de los últimos 20 años, si bien siguen siendo muy importantes en términos comparados. Además, debe tenerse en cuenta que las mismas no son una sorpresa para el gobierno chino, que ya proyectaba en su último plan quinquenal un crecimiento promedio del 7% del PIB para el período considerado (hasta 2015).

Gráfico 1 – Evolución del PIB de China

(Tasas reales y proyecciones)



Fuente: IECO

El crecimiento económico de China probablemente será de un 7,6% este año, de acuerdo con informes oficiales citados por la agencia oficial de noticias Xinhua. La meta oficial había sido fijada en 7,5%. El pronóstico de expansión está en línea con las predicciones de los analistas pero todavía pone el crecimiento de China cerca de su ritmo más débil desde la crisis financiera asiática ocurrida entre 1997 y 1998.

¹ Para profundizar sobre el posible impacto de algunas de las transformaciones económicas chinas, se recomienda acceder al siguiente documento:

<http://www.observatorioasiapacifico.com/data/OBSERVATORIO.Images/Publication/temp/20131213101029South-SouthSpecial.WhataglobalizingChinameansforLatAm.pdf>

Algunos portavoces oficiales como Xu Shaoshi, jefe del máximo órgano de planificación económica de China, explicó en varias oportunidades que esta situación se debió en parte a que aún continúan las incertidumbres sobre la recuperación económica global y que el mercado internacional no ha logrado producir una fuerte demanda.

En términos económicos, de acuerdo a informes recientes de la consultora Mckinsey, China exhibe algunas paradojas que deben ser corregidas por el gobierno chino. El entorno de negocios en China se presenta en la actualidad de esta forma:

➤ **Crecimiento de la productividad y cambios tecnológicos.**

Los costos laborales de China continúan creciendo más de 10% al año y los costos de la energía y del agua están creciendo tanto que serían racionados en algunas zonas geográficas. El costo del capital es mayor, especialmente para compañías de propiedad estatal. Los costos aumentan y la fuerte competencia hace muy difícil trasladarlos al precio al consumidor. La solución china es lograr una mayor productividad.

➤ **Los ejecutivos de TI son disputados ferozmente.**

Hay una paradoja en cuanto a la tecnología en China. El país destaca en cuanto a servicios y productos de alta tecnología orientados a los consumidores y tiene el mayor mercado de comercio electrónico del mundo. Pero por otro lado, se ha rezagado en la aplicación de la tecnología de negocios de una manera eficaz. Tratar de encontrar el CIO para muchas empresas chinas de propiedad estatal es similar a buscar una aguja en un pajar. Esta realidad puede entreabrir una puerta de entrada a ejecutivos uruguayos especialistas en esta área y posicionar el expertise del capital humano en Uruguay en el sector TI y software.

➤ **El gobierno se enfoca en los empleos, no en el crecimiento.**

La paradoja del aumento de los costos de los insumos (incluidos los salarios), el impulso de la productividad y los cambios tecnológicos es que colectivamente socavan el crecimiento del empleo, en momentos en que China necesita más puestos de trabajo. Las empresas de propiedad estatal se sentirán presionadas para mejorar su desempeño, para utilizar el capital de manera más eficiente y para hacer frente a las fuerzas del mercado. Sin embargo, es probable que, al mismo tiempo, también enfrenten las presiones para contratar y retener al personal que en realidad puede no ser necesario.

➤ **Hay más fusiones y adquisiciones en logística.**

Como todo empuja a una mayor productividad, la logística es una rica fuente de ganancias potenciales y un sector maduro para inyecciones cuantiosas de capital, mejores prácticas operacionales y de consolidación. Las empresas estatales dominan en la logística de gasto intensivo de capital, tales como el transporte marítimo, puertos, autopistas, ferrocarriles y aeropuertos. Esta situación ha de ser tenida en cuenta por el gobierno uruguayo que ha mantenido ya varias rondas de negociación y exploración de inversiones chinas en infraestructura ferroviaria y de puertos.

➤ **Aumento de protestas sociales por grupos de edificios en decadencia, con sólo 20 años de vida y que necesitan ser reconstruidos.**

Mientras que los edificios emblemáticos de China son maravillas arquitectónicas construidas con los más altos estándares mundiales de calidad y de eficiencia energética, son la excepción, no la regla. Gran parte de la construcción residencial y de oficinas en China en los últimos 30 años utilizó métodos de baja calidad y los materiales están envejeciendo. Algunas ciudades están llegando a un punto de inflexión. Muchos de esos edificios decadentes tendrán que ser reformados a fondo, otros tendrán que ser derribados y reconstruidos. ¿Quién va a pagar por esto? Junto a una ola de reconstrucción, habrá que prepararse para una ola de protestas locales contra los constructores y, en algunos casos, los gobiernos locales también, por parte de propietarios que invirtieron todos sus ahorros en un apartamento que ahora pierde su valor o es incluso invendible.

➤ **Los trenes de alta velocidad son la estrella.**

Cuando China inauguró sus líneas ferroviarias de alta velocidad, hace siete años, muchos observadores dijeron que era un despilfarro de infraestructura y que nunca sería utilizado a plena capacidad. El número de pasajeros diarios pasó de 250.000 en el 2007 a 1,3 millones el año pasado, impulsados en parte por los bajos precios de los pasajes. El gobierno seguramente intentará invertir en aquellas líneas que han demostrado ser exitosas para aumentar su capacidad antes de abrir nuevas líneas

➤ **Auge de la industria solar.**

En noviembre pasado, 10 de los fabricantes de paneles solares chinos que perdieron dinero en el 2012 reportaron ganancias en el tercer trimestre, impulsados por la demanda de Japón a raíz de la catástrofe de Fukushima y otros países en desarrollo como India que incrementan este tipo de energía como forma de mejorar su acceso a la electricidad. La política actual del gobierno uruguayo apuesta por la inversión en energías renovables. Además, Uruguay es un país que disfruta de una elevada cantidad de horas de sol en su territorio lo que hace pensar que la energía solar puede ser eficiente e idónea para cubrir en gran medida las necesidades energéticas del país, especialmente en lo que refiere a consumo doméstico. Pero para ello es prioritario poder reducir el costo de dicha energía. Adquirir insumos como paneles solares fabricados en China es una posibilidad y actividad incipiente que ha de ser explorada y profundizada.

➤ **Desarrolladores de centros comerciales van a la quiebra, especialmente los de propiedad estatal.**

Los centros comerciales están perdiendo terreno frente al mercado en línea. Las ventas minoristas globales están creciendo y las ventas electrónicas minoristas aumentaron 50% en el 2013. Aunque la tasa de crecimiento puede desacelerarse el 2014, aún será significativa. Sin embargo, los constructores ya han anunciado planes para aumentar la capacidad de los centros comerciales de China en 50% durante los próximos tres años. Se espera que los centros comerciales en lugares más débiles sufran de manera desproporcionada. Estos son a menudo propiedad de los constructores más pequeños y por tanto más débiles, que no pueden pagar mejores lugares. El auge del comercio online debe ser fuente de interés para las empresas uruguayas de software.

➤ **Equipos de fútbol europeos invierten en la superliga china.**

El fútbol chino viene luchando contra la corrupción y la falta de visión a largo plazo. Crece el interés popular por el fútbol y si bien es cierto que la súper liga china todavía está por debajo de la de Inglaterra o España en ratings televisivos, existe un enorme potencial. Este es un área en el que Uruguay puede mejorar su posicionamiento y vías de entrada en la actual coyuntura china.

➤ **China sigue siendo el motor de los BRIC(S).**

Hace una década cuando el acrónimo empezó a usarse comúnmente, los países Brasil, Rusia, India y China aportaron cerca del 20% del crecimiento económico mundial. Aunque China ya era el peso pesado, aún no dominaba: en el 2004, el país aportó el 13% del crecimiento mundial del PIB, mientras que Brasil, Rusia e India combinados contribuyeron con 9%, con tasas de crecimiento similares. En los dos últimos años, China representó el 26% del crecimiento económico mundial en el 2012 y el 29% en 2013. La participación colectiva de Brasil, Rusia y la India se ha reducido a solo 7%.

Últimos datos en China (1)

Las empresas también generaron levemente menos negocios en enero de 2014. Un subíndice de nuevos pedidos bajó de casi 51 en diciembre a menos de 50 en enero. Presionado por una débil demanda local y de exportaciones, el índice manufacturero anticipado de gerentes de compras (PMI, por su sigla en inglés) de China elaborado por HSBC cayó a 49,6 en enero desde la lectura final de 50,5 en diciembre, quedando por debajo del punto de 50, que separa la expansión de la contracción.

Esta lectura resalta el deterioro del panorama de crecimiento mientras las autoridades están ajustando su postura monetaria, forzando una campaña de austeridad y retirando medidas de estímulo, que continuará durante el resto del primer y segundo semestre del 2014.

Sin embargo los sectores minoristas y de transporte aéreo y ferrocarril registraron meses enérgicos, con los subíndices de producción de los tres por sobre 60. Se registró una contracción con una caída por debajo de los 50 puntos en el sector inmobiliario.

La desaceleración de la actividad fue acompañada por la moderación de las presiones sobre los precios. El subíndice para precios de insumos bajó a 54,5, un mínimo nivel en ocho meses, mientras que el índice de precios cobrados descendió a 50,1 (fuente agencia Reuters para su análisis económico).

Últimos datos en China (2)

El crecimiento del sector de servicios de China se desaceleró en enero a un mínimo de cinco años, lo cual constituye una señal vacilante que puede hacer crecer las preocupaciones de los inversores sobre los mercados emergentes de todo el mundo.

La Oficina Nacional de Estadísticas china dijo que el índice oficial de gerentes de compras (PMI, por su sigla en inglés) del sector no manufacturero cayó a 53,4 en enero desde 54,6 en diciembre, afectado por una menor demanda interna y extranjera. Esta lectura es la más baja desde diciembre del 2008, aunque todavía por encima del nivel de 50 puntos que indica crecimiento.

La reducción del programa de estímulo de la Reserva Federal de Estados Unidos ha sido negativa para los mercados emergentes y los inversores han vendido inversiones en acciones y en monedas para mover esos recursos a mercados desarrollados.

El crecimiento en desaceleración en el sector de servicios antes del Año Nuevo Lunar, el mayor feriado de China, reflejó un enfriamiento en sus fábricas y podría hacer que los inversores reduzcan aún más su exposición a mercados emergentes, no sólo el chino.

Estos índices reflejan una moderación de la confianza entre proveedores de servicios. El subíndice de expectativas de negocios cayó a 58,1 desde el 58,7 de diciembre, la menor lectura desde febrero del 2009.

1.2 Entorno político

Las reformas políticas en China son otro aspecto central en el análisis, incluso comparado por algunos especialistas como de la magnitud de las impulsadas por Deng Xiaoping en 1978. En primer lugar hay que destacar el cambio de gobierno, con motivo de la elección en el XVIII Congreso del PCCh que nombró Xi Jinping en sustitución de Hu Jintao.

De acuerdo al Informe Anual del Observatorio de la Política China de España², algunas de las reformas políticas centrales impulsadas en el marco de la tercera Reunión Plenaria del PCCh abarcan los siguientes ejes temáticos:

- Político (mayor participación pública en la toma de decisiones, controles sobre la corrupción, entre otros).
- Demográfico (urbanización, cambios en la política del “único hijo”).
- Económico (progresiva apertura del sector público, nuevas zonas económicas especiales en China y en el exterior).
- Social (mejora de la calidad de vida atendiendo a aspectos medioambientales y de salud, derechos humanos y atención a las desigualdades sociales).
- Diplomático (mayor activismo diplomático en diferentes regiones y socios estratégicos, nuevas alianzas, especial atención a los posibles conflictos en Asia Pacífico).

Respecto a la política exterior de China, cabe resaltar el histórico encuentro entre el Director de la Oficina de Asuntos de Taiwán del Consejo de Estado con Wang Yu-Chi y Zhang Zhijun, Director de la Oficina de Asuntos de Taiwán del Consejo de Estado.

Entre los resultados, se destaca la apertura de un canal de comunicación entre los dos departamentos. El encuentro que es considerado como un hito (no se reunían oficialmente desde 1949), demuestra el importante acercamiento político entre las dos economías a expensas de un profundo aumento de las relaciones económicas y comerciales (viajes, inversiones, comercio entre otros canales).

De acuerdo a la agencia de noticias oficial de China, Xi Jinping recibiría en los próximos días al Presidente Honorario del partido Kuomintang de Taiwán, Lien Chan que está de visita en Beijing.

² Acceda al informe en: www.politica-china.org

2 Comercio exterior de bienes

En el segundo semestre de 2013, las exportaciones de Uruguay con destino a China aumentaron 31% con respecto al mismo semestre del año anterior. Respecto al acumulado del año, las ventas nacionales hacia el país asiático aumentaron 47% en 2013, lo que es un monto muy superior al registrado por las exportaciones totales que aumentaron 5% en el mismo período.

Por su parte, las adquisiciones desde China registraron un menor dinamismo que las exportaciones, registrando un crecimiento del 15% en el segundo semestre de 2013 y 16% en el acumulado del año, lo que debido al tipo de producto demandado desde este país se encuentra asociado al menor crecimiento de la economía nacional.

En cuanto al saldo comercial, dejando de lado el cómputo de las exportaciones con destino al país asiático concretadas a través de zonas francas³, el mismo sería negativo en US\$ 448 millones. Es importante resaltar que si se computan las colocaciones realizadas a través y desde zonas francas (en particular pasta de celulosa y la soja no computada como destino a China porque es exportada a través de Zona Franca Nueva Palmira), el saldo comercial con China habría sido favorable en 2013.

En 2013, nuevamente China fue el primer socio comercial del Uruguay, lo que ratifica la importancia de continuar explorando nuevas oportunidades comerciales en este país, especialmente en regiones chinas actualmente desconocidas pero que están atravesando profundos cambios en sus patrones de consumo.

2.1 Exportaciones

Como puede observarse en el Cuadro 1, en el segundo semestre de 2013, las exportaciones de bienes con destino a China treparon a los US\$ 657 millones, lo que implicó un crecimiento del 31% con respecto al mismo período del año anterior, guarismo algo inferior al del primer trimestre de 2013 (habían crecido 46%).

³ 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, lo que hace que los cuadros y gráficos presentados no incluyan las exportaciones de pasta de pasta de celulosa y subestimen la importancia de las colocaciones de soja.

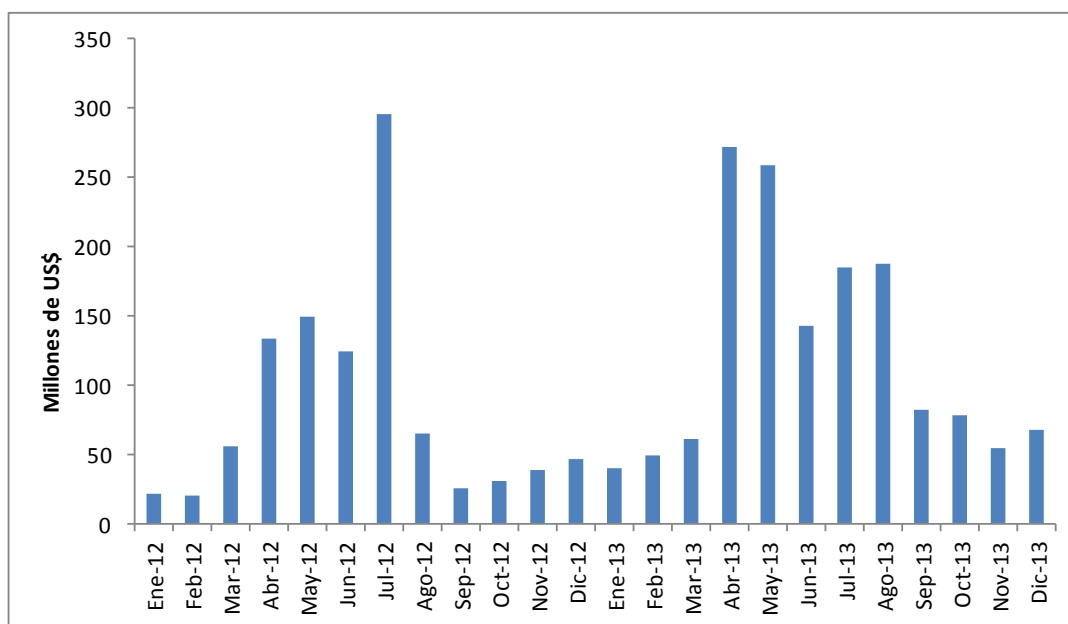
Cuadro 1 – Exportaciones con destino a China

Mes	En millones de US\$, FOB		Variación
	2012	2013	
Julio	295	186	-37%
Agosto	65	188	190%
Setiembre	26	83	219%
Octubre	31	78	150%
Noviembre	38	55	42%
Diciembre	47	68	44%
Total general	503	657	31%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

Gráfico 2 – Exportaciones mensuales con destino a China

(Enero 2012 - diciembre 2013)

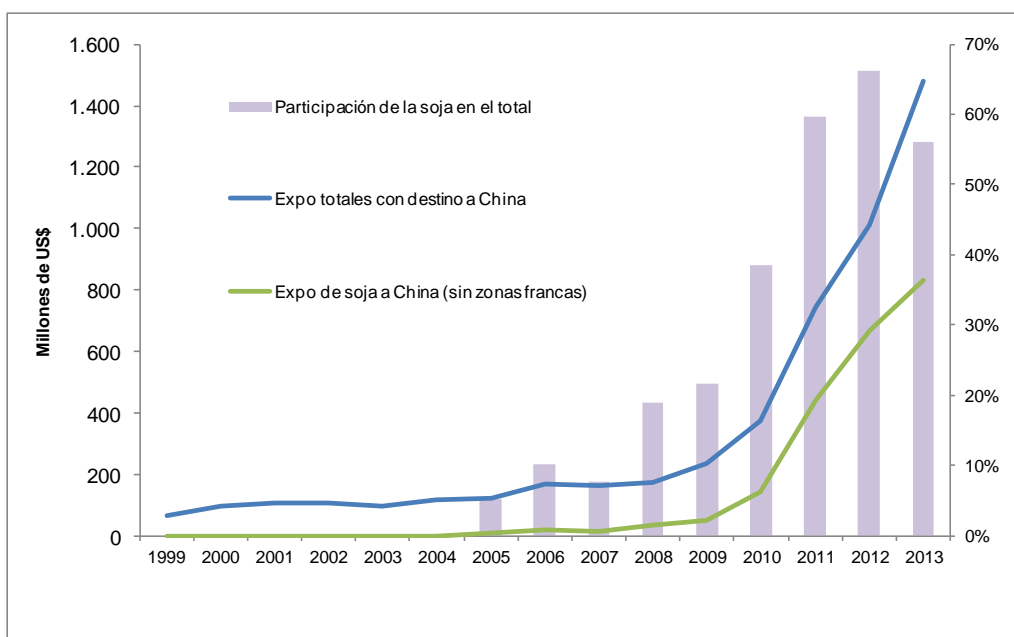


Fuente: DNII en base a SmartDATA

Como se ha adelantado en otros informes, las exportaciones uruguayas con destino a China están concentradas en muy pocos productos, destacándose fundamentalmente el caso de la soja. Como puede observarse en el Gráfico 3, las exportaciones de soja en el total colocado en China explican una cuota muy importante del total exportado.

Gráfico 3 – Exportaciones mensuales con destino a China

(Colocaciones totales y de soja)



Fuente: DNII en base a SmartDATA

En los últimos años, las exportaciones uruguayas con destino a China han registrado algunos cambios en cuanto a su composición, adquiriendo cada vez más importancia la venta de manufacturas alimenticias, caso de la carne – fenómeno ya mencionado en informes anteriores – y más recientemente de los lácteos.

Atendiendo a las tendencias internacionales de los productos alimenticios en Asia de Este, el hecho de que Uruguay logre colocar este tipo de bienes lo puede eventualmente posicionar adecuadamente para la generación de oportunidades comerciales en este sector.

De acuerdo a las tendencias de consumo presentadas por la Investigación “Food 2040. The Future of Food and Agriculture in East Asia” y analizadas en el estudio elaborado por Alonso P. Ferrando del Instituto de Estrategia Internacional⁴ de la Cámara de Exportadores de la República Argentina, en Asia Oriental se presentarán algunas importantes transformaciones, entre las que se destacan:

- Crecimiento de la clase media para el año 2040, en particular en China (en esa fecha más del 75% de la población china será de clase media), India (70%), y una situación similar se espera para Indonesia.
- Cambios demográficos, como por ejemplo el aumento persistente de la urbanización, la que se encuentra asociada con determinados patrones de consumo. Asimismo, el envejecimiento de la población en Asia del Este lleva a determinadas exigencias en la dieta, la que

⁴ Acceda al documento completo en el siguiente link:

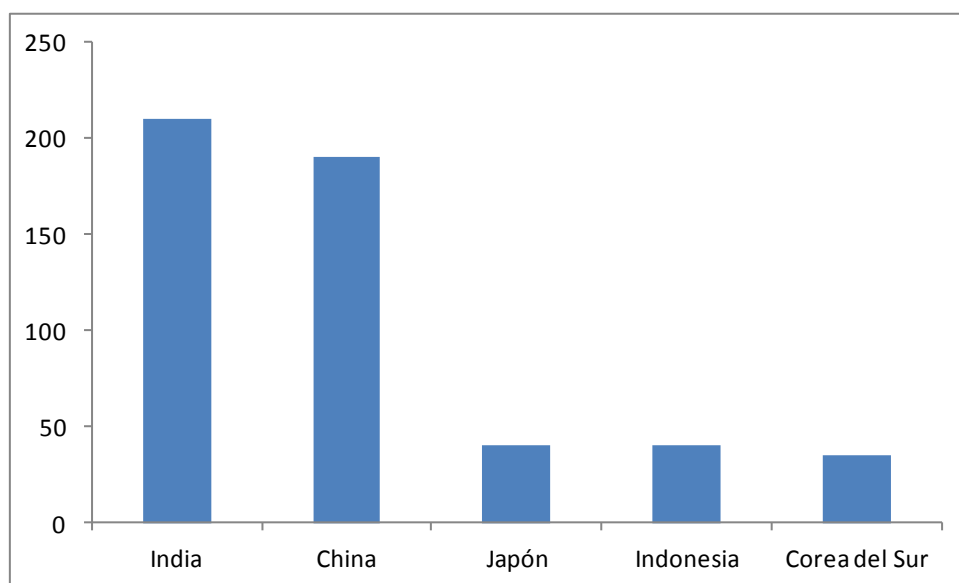
<http://www.observatorioasiapacifico.org/OBSEExternalUI/pages/public/publicationForm.jsf?ni=1268&ci=4&title=el+futuro>

impulsará la demanda de alimentos preparados, más sanos y por tanto con mayor valor agregado. Por otro lado, los cambios en el tamaño de las familias asiáticas, el nuevo rol de la mujer o el importante número de solteros (este fenómeno será muy importante en China) en algunos países, está impulsando las comidas rápidas o denominadas “fuera del hogar”.

- En 2040, la clase alta alcanzará más de 500 millones de personas en Asia del Este.

Gráfico 4 – Proyecciones de la clase alta en Asia del Este para el año 2040

(Estimada en millones de personas)



Fuente: elaboración propia en base a Alonso P. Ferrando

- El crecimiento de la población de clase media y alta, hace necesario una expansión de la producción agrícola de mayor proceso, tales como carne, lácteos, aceites vegetales, frutas y verduras, pescado y otros alimentos envasados. La oferta alimenticia deberá contemplar los cambios en la dieta de la población asiática, que progresivamente demanda más proteínas (del pescado a la carne y los lácteos) y alimentos del tipo occidental.
- La industria alimentaria sufrirá importantes transformaciones, debiendo integrar sus componentes básicos de producción, almacenamiento, logística e infraestructura y uno de los más importantes, la tecnología (biotecnología).

A nivel de capítulo, solo 5 productos explicaron más del 90% de las colocaciones hacia China en el segundo semestre de 2013. En el período, las más dinámicas fueron los lácteos, que en el período pasaron de US\$ 3,8 millones a US\$ 70,7 millones, la peletería y confecciones de peletería, si bien en este caso con montos poco significativos, máquinas y aparatos y material eléctrico (exportación de transformadores por parte de la metalúrgica Werba⁵), grasas y aceites animales y vegetales, madera y carne.

⁵ Empresa dedicada al reciclaje metalúrgico.

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

Capítulo (2) Descripción abreviada	Julio - Diciembre					
	Año millones de US\$, FOB		Participación		Variación 2013/2012	Incidencia 2013
	2012	2013	2012	2013		
12-SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS (SOJA)	305,9	301,0	60,9%	45,8%	-2%	-1%
02-CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES	78,0	166,0	15,5%	25,3%	113%	18%
04-LECHE Y PRODUCTOS LACTEOS; HUEVOS DE AVE; MIEL NATURAL	3,8	70,7	0,8%	10,8%	1761%	13%
51-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO; HILADOS Y TEJIDOS DE CRIN	47,5	62,4	9,5%	9,5%	31%	3%
41-PIELES (EXCEPTO LA PELETERIA) Y CUEROS	10,0	12,6	2,0%	1,9%	26%	1%
71-PERLAS NATURALES (FINAS)* O CULTIVADAS, PIEDRAS PRECIOSAS	8,3	9,0	1,7%	1,4%	8%	0%
44-MADERA, CARBON VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA	2,3	8,7	0,4%	1,3%	287%	1%
03-PESCADOS Y CRUSTACEOS, MOLUSCOS Y DEMAS INVERTEBRADOS	10,5	7,1	2,1%	1,1%	-32%	-1%
23-RESIDUOS Y DESPERDICIOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS	8,0	7,1	1,6%	1,1%	-12%	0%
74-COBRE Y SUS MANUFACTURAS	2,4	3,6	0,5%	0,5%	46%	0%
15-GRASA Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES	0,7	3,0	0,1%	0,5%	326%	0%
89-BARCOS Y DEMAS ARTEFACTOS FLOTANTES	0,5	1,4	0,1%	0,2%	157%	0%
85-MAQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELECTRICO, Y SUS PARTES	0,1	0,9	0,0%	0,1%	883%	0%
73-MANUFACTURAS DE FUNDICION, HIERRO O ACERO	0,4	0,7	0,1%	0,1%	64%	0%
25-SAL; AZUFRE; TIERRAS Y PIEDRAS; YESOS, CALES Y CEMENTOS	0,3	0,6	0,1%	0,1%	104%	0%
05-LOS DEMAS PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL	0,2	0,3	0,0%	0,0%	34%	0%
30-PRODUCTOS FARMACEUTICOS	0,2	0,3	0,0%	0,0%	46%	0%
76-ALUMINIO Y SUS MANUFACTURAS	0,2	0,3	0,0%	0,0%	64%	0%
29-PRODUCTOS QUIMICOS ORGANICOS	0,3	0,2	0,1%	0,0%	-17%	0%
38-PRODUCTOS DIVERSOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS	0,1	0,2	0,0%	0,0%	63%	0%
39-PLASTICO Y SUS MANUFACTURAS	0,5	0,2	0,1%	0,0%	-60%	0%
43-PELETERIA Y CONFECCIONES DE PELETERIA; PELETERIA FICTICIA	0,0	0,1	0,0%	0,0%	1255%	0%
47-PASTA DE MADERA O DE LAS DEMAS MATERIAS FIBROSAS CELULOSICAS	0,4	0,1	0,1%	0,0%	-71%	0%
06-PLANTAS VIVAS Y PRODUCTOS DE LA FLORICULTURA	0,2	0,1	0,0%	0,0%	-40%	0%
22-BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE	0,1	0,1	0,0%	0,0%	-27%	0%
01-ANIMALES VIVOS	20,7	0,0	4,1%	0,0%	-100%	-4%
84-REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MAQUINAS, APARATOS	0,3	0,0	0,1%	0,0%	-89%	0%
Total	503	657	100%	100%	31%	31%
Resto						
Total general						

Fuente: DNII en base a SmartDATA

En el segundo semestre de 2013, un total de 27 Partidas del S.A alcanzaron a superar colocaciones a China por más de US\$ 600 mil (ver cuadro 3). Las principales partidas exportadas fueron la soja, carne bovina, la leche en polvo, la lana sin cardar ni peinar, la lana cardada y peinada, la carne de animales de la especie ovina, despojos comestibles de la especie bovina, porcina u ovina, piedras preciosas, harina de pescado, pescado congelado y madera.

Cuadro 3 – Exportaciones uruguayas con destino a China por Partida del S.A

Partida del S.A. Descripción abreviada	Julio - Diciembre					
	Año millones de US\$, FOB		Participación		Variación	Incidencia
	2012	2013	2012	2013	2013/2012	2013
1201-HABAS DE SOJA (SOYA); INCLUSO QUEBRANTADAS	305,6	301,0	60,8%	45,8%	-2%	-1%
0202-CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADA	58,5	129,4	11,6%	19,7%	121%	14%
0402-LECHE Y NATA (CREMA), CONCENTRADAS O CON ADICION DE AZUCAR	0,0	61,9	0,0%	9,4%	n/c	n/c
5101-LANA SIN CARDAR NI PEINAR	25,9	38,8	5,1%	5,9%	50%	3%
5105-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO, CARDADOS O PEINADOS	18,8	20,9	3,7%	3,2%	11%	0%
0204-CARNE DE ANIMALES DE LAS ESPECIES OVINA O CAPRINA, FRESCA	7,1	20,6	1,4%	3,1%	191%	3%
0206-DESPOJOS COMESTIBLES DE ANIMALES DE LAS ESPECIES BOVINA, PORCINA	12,5	16,0	2,5%	2,4%	28%	1%
7103-PIEDRAS PRECIOSAS (EXCEPTO LOS DIAMANTES) O SEMIPRECIOSAS, NATURALES	8,3	9,0	1,7%	1,4%	8%	0%
2301-HARINA, POLVO Y <PELLETS>, DE CARNE, DESPOJOS, PESCADO O DE CRUSTACEOS	7,4	7,1	1,5%	1,1%	-5%	0%
0303-PESCADO CONGELADO, EXCEPTO LOS FILETES Y DEMAS CARNE DE PESCADO	9,3	5,6	1,9%	0,9%	-40%	-1%
4407-MADERA ASERRADA O DESBASTADA LONGITUDINALMENTE, CORTADA O DESENROLLADA	1,7	5,1	0,3%	0,8%	204%	1%
4104-CUEROS Y PIELES CURTIDOS O <CRUST>, DE BOVINO (INCLUIDO EL BUFALO) O EQUINO	2,9	4,5	0,6%	0,7%	57%	0%
7404-DESPERDICIOS Y DESECHOS, DE COBRE	2,4	3,6	0,5%	0,5%	46%	0%
4403-MADERA EN BRUTO, INCLUSO DESCORTEZADA, DESALBURADA O ESCUADRADA	0,5	3,6	0,1%	0,5%	632%	1%
0406-QUESOS Y REQUESON	0,2	3,5	0,0%	0,5%	1355%	1%
0404-LACTOSUERO, INCLUSO CONCENTRADO O CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE	2,4	3,5	0,5%	0,5%	43%	0%
4107-CUEROS PREPARADOS DESPUES DEL CURTIDO O SECADO Y CUEROS Y PIELES	3,0	3,3	0,6%	0,5%	9%	0%
1502-GRASA DE ANIMALES DE LAS ESPECIES BOVINA, OVINA O CAPRINA	0,7	3,0	0,1%	0,5%	326%	0%
5103-DESPERDICIOS DE LANA O PELO FINO U ORDINARIO, INCLUIDOS LOS DESPERDICIOS	2,8	2,7	0,6%	0,4%	-2%	0%
4101-CUEROS Y PIELES EN BRUTO, DE BOVINO (INCLUIDO EL BUFALO) O EQUINO	3,0	2,6	0,6%	0,4%	-13%	0%
4102-CUEROS Y PIELES EN BRUTO, DE OVINO	1,1	2,2	0,2%	0,3%	96%	0%
8901-TRANSATLANTICOS, BARCOS PARA EXCURSIONES (DE CRUCEROS)	0,5	1,4	0,1%	0,2%	157%	0%
0401-LECHE Y NATA (CREMA), SIN CONCENTRAR, SIN ADICION DE AZUCAR NI OTRO EDULCORANTE	0,7	1,3	0,1%	0,2%	99%	0%
0307-MOLUSCOS, INCLUSO SEPARADOS DE SUS VALVAS, VIVOS, FRESCOS, REFRIGERADOS	0,1	1,1	0,0%	0,2%	1069%	0%
8504-TRANSFORMADORES ELECTRICOS, CONVERTIDORES ELECTRICOS ESTATICOS	0,0	0,8	0,0%	0,1%	4675%	0%
7326-LAS DEMAS MANUFACTURAS DE HIERRO O ACERO	0,4	0,7	0,1%	0,1%	64%	0%
2516-GRANITO, PORFIDO, BASALTO, ARENISCA Y DEMAS PIEDRAS DE TALLA O DE CONSTRUCCION	0,3	0,6	0,1%	0,1%	104%	0%
Sub total	476	654	95%	100%		
Resto	26	3	5%	0%		
Total general	503	657	100%	100%	31%	31%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

A continuación se presenta un ranking con las exportaciones con destino a China, que incorpora los 15 bienes que registraron tasas de variación más elevadas en el período bajo análisis.

Cuadro 4 – Exportaciones uruguayas con destino a China con mayor dinamismo
(Segundo semestre 2013/2012)

Nº de partida	Descripción abreviada	Ranking
0402	LECHE Y NATA (CREMA), CONCENTRADAS O CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE	1
8504	TRANSFORMADORES ELECTRICOS, CONVERTIDORES ELECTRICOS ESTATICOS	2
0406	QUESOS Y REQUESON	3
0307	MOLUSCOS, INCLUSO SEPARADOS DE SUS VALVAS, VIVOS, FRESCOS, REFRIGERADOS	4
4403	MADERA EN BRUTO, INCLUSO DESCORTEZADA, DESALBURADA O ESCUADRADA	5
1502	GRASA DE ANIMALES DE LAS ESPECIES BOVINA, OVINA O CAPRINA	6
4407	MADERA ASERRADA O DESBASTADA LONGITUDINALMENTE, CORTADA O DESENROLLADA	7
0204	CARNE DE ANIMALES DE LAS ESPECIES OVINA O CAPRINA, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA	8
8901	TRANSATLANTICOS, BARCOS PARA EXCURSIONES (DE CRUCEROS)	9
0202	CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADA	10
2516	GRANITO, PORFIDO, BASALTO, ARENISCA Y DEMAS PIEDRAS DE TALLA O DE CONSTRUCCION	11
0401	LECHE Y NATA (CREMA), SIN CONCENTRAR, SIN ADICION DE AZUCAR NI OTRO EDULCORANTE	12
4102	CUEROS Y PIELES EN BRUTO, DE OVINO	13
7326	LAS DEMAS MANUFACTURAS DE HIERRO O ACERO	14
7602	DESPERDICIOS Y DESECHOS, DE ALUMINIO	15

Fuente: DNII en base a SmartDATA

Patrón comercial entre Uruguay y China (1)

Uno de los debates más encendidos en los últimos tiempos, tiene que ver con las implicancias de la voraz demanda China y el efecto en la denominada reprimarización de las exportaciones nacionales. Este fenómeno, que no es ajeno a otros países de América Latina, ha generado que tanto desde el ámbito académico como desde el empresarial, se afirme que el patrón comercial con China (comercio denominado complementario) puede estar afectando el desarrollo industrial.

Analizando el comercio exterior con China a través de otras clasificaciones utilizadas en el comercio internacional, podrían extraerse algunas conclusiones. En el segundo semestre de 2013, solo el 5,4% de las colocaciones con destino a China tuvieron algún componente de contenido tecnológico de acuerdo a la clasificación utilizada, la que debe reconocerse no está exenta de críticas por no contemplar los procesos de innovación de algunos productos agrícolas (el caso más renombrado es el de la soja transgénica).

Este hecho confirma que las exportaciones uruguayas hacia China, están fuertemente concentradas en productos de bajo proceso y contenido tecnológico, si bien cabe resaltar el crecimiento de las manufacturas basadas en recursos naturales impulsadas por las colocaciones de carne y lácteos.

Replicando el análisis bajo la clasificación de Uso Económico, el comentado fenómeno es más claro, registrándose un crecimiento de las exportaciones de bienes de consumo y una disminución de los bienes intermedios, lo que indicaría que, progresivamente (como se ha indicado en informes anteriores), las exportaciones nacionales con destino a China incorporan un mayor proceso y valor.

Cuadro 5 – Exportaciones uruguayas a China por contenido tecnológico

Categoría por contenido tecnológico	Julio - Diciembre Participación	
	2012	2013
Productos primarios	91,0%	90,2%
Manufacturas con contenido tecnológico	6,0%	5,4%
Manufacturas basadas en recursos naturales	3,0%	4,4%

Fuente: DNII en base a SmartDATA/CNCE/CIU

Patrón comercial entre Uruguay y China (2)

Cuadro 6 – Exportaciones uruguayas a China por Uso Económico

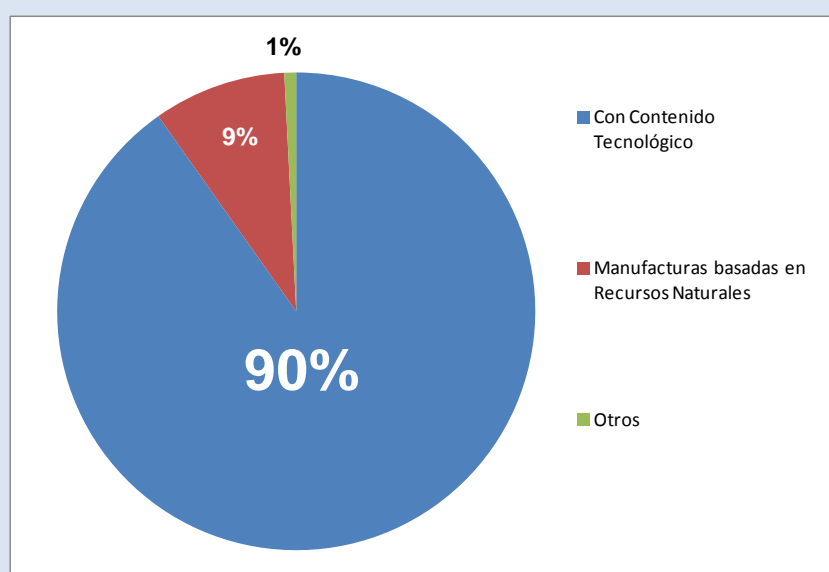
Uso Económico	Julio - Diciembre		Variación 2013/2012	Participación	
	2012	2013		2012	2013
Bienes intermedios	390,6	420,0	8%	77,7%	63,9%
Bienes de consumo	90,5	234,8	159%	18,0%	35,7%
Bienes de capital	21,6	1,5	-93%	4,3%	0,2%
Piezas y accesorios para bienes de capital	0,0	0,9	9523%	0,0%	0,1%
Total general	503	657	31%	100%	100%

Fuente: DNII en base a SmartDATA/CNCE/CIU

En contrapartida, las importaciones muestran justamente el resultado contrario, ya que en el segundo semestre de 2013, el 90% de las compras desde China fueron con contenido tecnológico.

En síntesis, como es habitualmente señalado, el patrón comercial entre los dos países es definido como complementario, lo que lleva a preguntarse si existen otras oportunidades comerciales en rubros con mayor proceso y contenido tecnológico por parte de Uruguay en China, o si, por el contrario, no se visualizan incentivos para que el patrón mencionado se vea modificado. Existe cierto consenso en las dificultades que enfrenta el país para exportar productos con mayor innovación y proceso con destino a China, lo que hace necesario un mayor esfuerzo estatal y empresarial para identificar las potencialidades en otros rubros como los servicios o las inversiones a través de asociaciones estratégicas.

Gráfico 5 – Importaciones uruguayas desde China por Contenido Tecnológico



Fuente: DNII en base a SmartDATA/CNCE/CIU

Patrón comercial entre Uruguay y China (3)

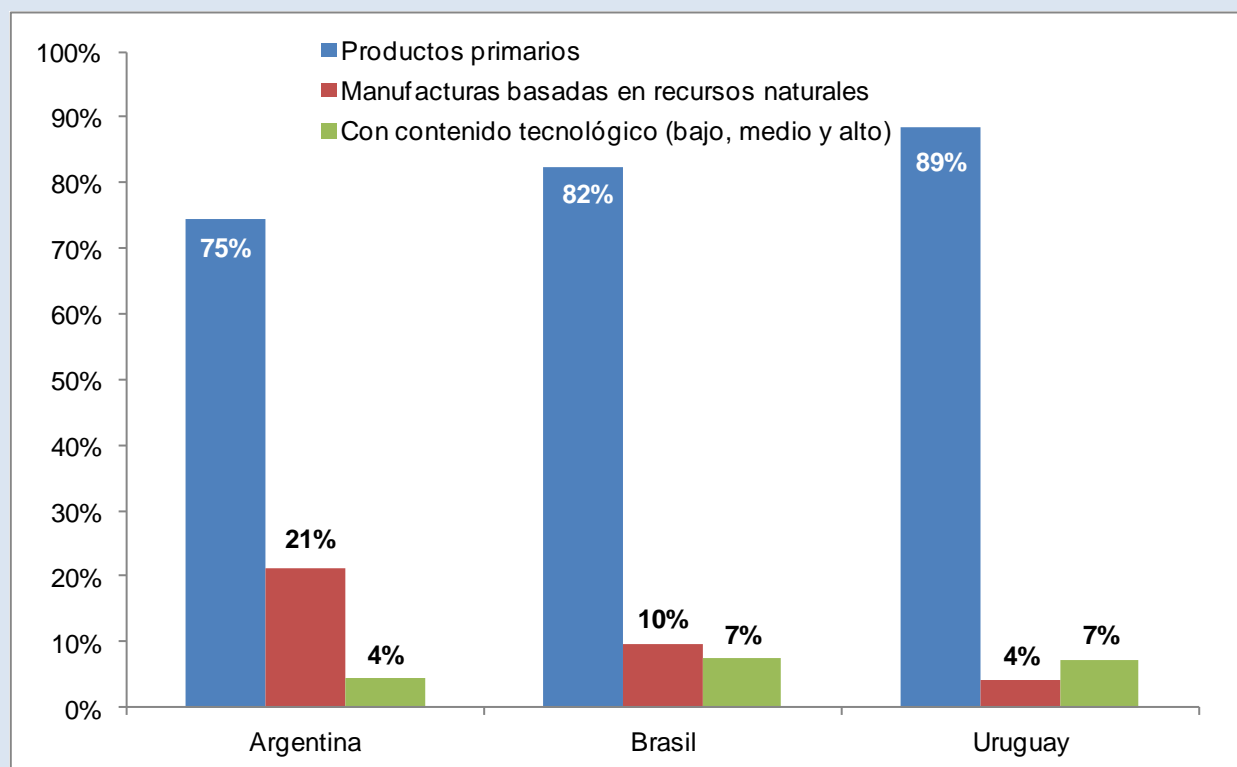
El patrón comercial de Uruguay con China no difiere del resto de los países del Mercosur. En efecto, si se procesan las exportaciones de Argentina, Brasil y Uruguay por la clasificación de contenido tecnológico, se puede observar que Uruguay fue el país con mayor participación de los productos primarios frente al total (88,6%).

Por otra parte, si bien con aumentos en los últimos años (el año de referencia en este caso es 2012), Uruguay está muy por debajo en la participación de las manufacturas basadas en recursos naturales, donde Argentina lidera especialmente a impulso de los aceites comestibles.

El punto resaltable tiene que ver con las exportaciones de contenido tecnológico, donde Uruguay y Brasil presentan los mismos niveles, superando a Argentina. Corresponde señalar que la clasificación utilizada define a las exportaciones de lana como de contenido tecnológico bajo, lo que hace posible que Uruguay alcance dichos guarismos en esa categoría.

Gráfico 6 – Contenido Tecnológico de las exportaciones con destino a China

(En base al año 2012)



Fuente: DNII en base a SmartDATA/CNCE/CIU

En el segundo semestre de 2013, 82 empresas superaron ventas a China por un monto superior al millón de dólares. De este universo de empresas, 34 explicaron el 85% del total colocado en el semestre, destacándose en los primeros tres lugares del ranking las que operan en el sector primario, aportando cerca del 30% de las ventas totales.

Más allá del indudable peso de las empresas de dicho sector en los montos de exportación, la clasificación de las empresas exportadoras por rama de actividad indicaría que el sector de manufacturas agro industriales es la de mayor presencia en el ranking exportador presentado en el cuadro 7.

Cuadro 7 – Exportaciones uruguayas a China por empresa y sector de actividad

Empresa	Julio - Diciembre		Variación 2013/2012	Participación		Sector de actividad de la empresa
	2012	2013		2012	2013	
LDC URUGUAY SA	36,6	68,8	88%	7,3%	10,5%	Primario
CROP URUGUAY SA	84,8	62,1	-27%	16,9%	9,5%	Primario
CEREOL URUGUAY SOCIEDAD ANONIMA	64,9	59,3	-9%	12,9%	9,0%	Primario
CONAPROLE	1,6	55,5	3385%	0,3%	8,4%	Manufactura agro - industrial
GARMET S A	2,6	23,5	814%	0,5%	3,6%	Primario
FRIGORIFICO LAS PIEDRAS S A	4,9	19,4	299%	1,0%	3,0%	Manufactura agro - industrial
BARRACA JORGE W ERRO S A	7,7	19,4	151%	1,5%	3,0%	Primario
COOP. AGRARIA NACIONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	23,1	18,9	-18%	4,6%	2,9%	Primario
INALER S.A.	2,0	17,4	778%	0,4%	2,7%	Manufactura agro - industrial
FRIGORIFICO SAN JACINTO NIREA S A	9,1	15,4	69%	1,8%	2,3%	Manufactura agro - industrial
LANAS TRINIDAD S A	11,5	14,4	26%	2,3%	2,2%	Manufactura agro - industrial
BREEDERS & PACKERS URUGUAY SA	0,8	13,1	1523%	0,2%	2,0%	Manufactura agro - industrial
RANTEX S A	10,4	13,0	25%	2,1%	2,0%	Manufactura agro - industrial
CHIADEL S A	3,3	12,7	287%	0,7%	1,9%	Manufactura agro - industrial
FRIGORIFICO CANELONES S A	6,8	12,3	82%	1,3%	1,9%	Manufactura agro - industrial
TOPS FRAY MARCOS S A	9,6	12,1	26%	1,9%	1,8%	Manufactura agro - industrial
PULSA SA	9,2	11,6	27%	1,8%	1,8%	Manufactura agro - industrial
ECOLAT URUGUAY S.A.	0,1	10,5	7039%	0,0%	1,6%	Manufactura agro - industrial
KILAFEN S A	10,4	9,6	-8%	2,1%	1,5%	Primario / Servicios
CLEDINOR S A	4,1	8,5	106%	0,8%	1,3%	Manufactura agro - industrial
ADP S.A.	6,9	8,1	18%	1,4%	1,2%	Primario /servicios
FRIGORIFICO MATADERO CARRASCO S A	4,6	8,1	76%	0,9%	1,2%	Manufactura agro - industrial
ONTILCOR SOCIEDAD ANONIMA	4,1	7,3	76%	0,8%	1,1%	Manufactura agro - industrial
ESTABLECIMIENTOS COLONIA S A	4,7	7,0	48%	0,9%	1,1%	Manufactura agro - industrial
FRIGORIFICO TACUAREMBO S A	9,4	6,3	-33%	1,9%	1,0%	Manufactura agro - industrial
THOMAS MORTON S A	3,5	6,3	78%	0,7%	1,0%	Manufactura agro - industrial
BILACOR SOCIEDAD ANONIMA	3,8	6,0	58%	0,8%	0,9%	Manufactura agro - industrial
AGROTERRA S A	7,1	5,9	-18%	1,4%	0,9%	Primario
ESTANCIAS PUPPO SOCIEDAD ANONIMA	2,1	5,6	172%	0,4%	0,9%	Primario
PAYCUEROS S A	4,3	5,1	20%	0,8%	0,8%	Manufactura agro industrial
CARDAMA SA	4,0	5,0	25%	0,8%	0,8%	Manufactura agro industrial
LORSINAL S A	4,2	4,6	11%	0,8%	0,7%	Agroindustria
FADISOL S.A.	1,5	4,1	164%	0,3%	0,6%	Primario
NIDERA URUGUAYA S A	0,6	3,8	557%	0,1%	0,6%	Primario
Sub total	364	561		72%	85%	
Resto	139	96		28%	15%	
Total general	503	657	31%	100%	100%	

Fuente: DNII en base a SmartDATA

Los indicadores habitualmente presentados sobre las exportaciones muestran que en el segundo semestre de 2013, se exportaron menos productos (ya sea por capítulo o partida) que en el mismo semestre del año anterior, mientras que el número de empresas se mantuvo estable.

Cuadro 8 – Indicadores de las exportaciones uruguayas hacia China

Categoría	Julio - Diciembre		Variación 2013/2012
	2012	2013	
Capítulo (expo > a US\$ 100.000)	28	23	-18%
Partida (expo > a US\$ 50.000)	48	44	-8%
Empresa (expo > a US\$ 50.000)	136	138	1%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

En resumen, las exportaciones uruguayas con destino a China en el segundo semestre de 2013 continuaron mostraron **un desempeño muy positivo**. En 2013, las ventas hacia dicho destino aumentaron 47% con relación al año anterior, mientras que las exportaciones uruguayas totales aumentaron solo 5% en el mismo período. Considerando las ventas desde y a través de zonas francas, China fue el primer destino de las ventas externas del Uruguay en 2013.

2.2 Importaciones

Como puede observarse en el cuadro 9, en el segundo semestre de 2013, las importaciones nacionales originarias de China aumentaron 15% respecto al mismo período de 2012 y ascendieron a los US\$ 1.075 millones. En el acumulado del año, las importaciones habrían alcanzado una suma cercana a los US\$ 1.930 millones, aumentando 16% con respecto al año anterior (las totales crecieron 22% en 2013).

Cuadro 9 – Importaciones uruguayas desde China

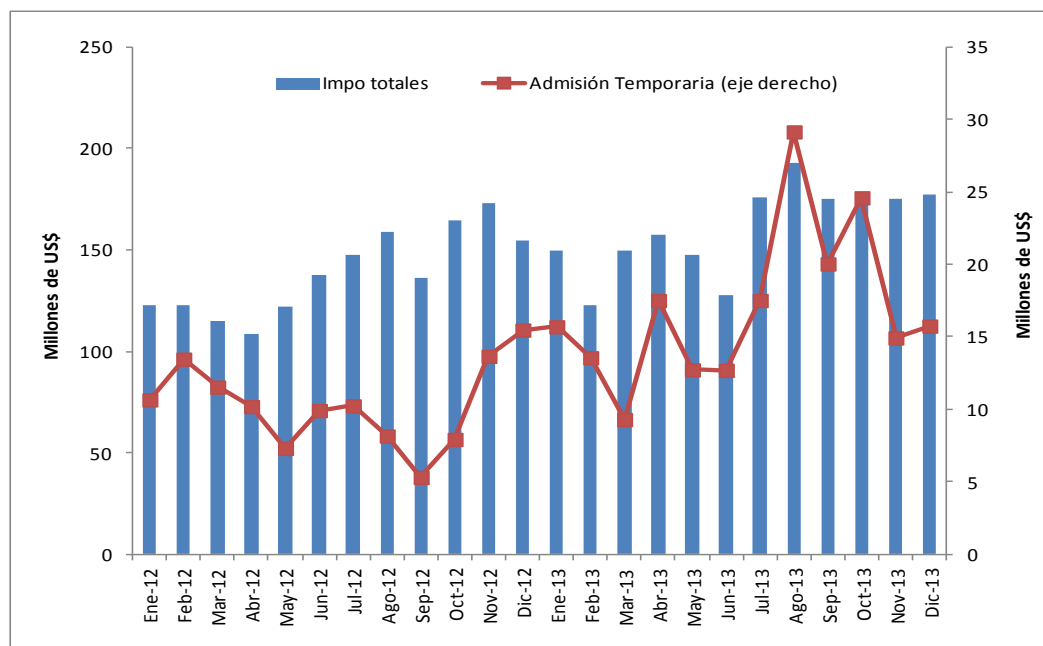
Mes	En millones de US\$		Variación
	2012	2013	
Julio	148	176	19%
Agosto	159	193	22%
Septiembre	136	175	29%
Octubre	164	178	8%
Noviembre	173	175	1%
Diciembre	155	177	15%
Total general	934	1.075	15%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

Las importaciones bajo el régimen de Admisión Temporal alcanzaron los US\$ 122 millones en el segundo semestre de 2013, registrando un crecimiento del 101% con respecto al mismo período de 2012. Cabe resaltar que las importaciones bajo dicho régimen, muestran una tendencia creciente en los últimos meses y se prevé sigan ganando terreno frente a las originarias de otros países de la región.

Gráfico 7 – Importaciones uruguayas mensuales desde China

(Enero 2012 - diciembre 2013)



Fuente: DNII en base a SmartDATA

En lo que refiere a las importaciones desde China por Capítulo del S.A., 29 explicaron el 95% de las colocaciones del segundo semestre de 2013. De este universo, las tres principales categorías (máquinas eléctricas - máquinas y herramientas – vehículos y sus partes), llegaron a participar en el 51% del total.

En cuanto a la incidencia en el crecimiento del período (15% en el segundo semestre), se destaca la participación de los siguientes productos:

- Vehículos automóbiles y sus partes.
- Plástico y sus manufacturas.
- Productos diversos de la industria química.
- Caucho y sus manufacturas.
- Prendas y complementos de vestir (excepto las de punto).
- Muebles, mobiliario medico quirúrgico, artículos de cama.
- Productos químicos orgánicos.
- Prendas y complementos de vestir (de punto).

Cabe precisar que a excepción de los vehículos y sus partes, donde las importaciones desde China son fundamentalmente de partes y en menor medida de vehículos automóbiles que no compiten con

la industria nacional (salvo en el caso de los camiones), en el resto de los bienes que incidieron mayormente en el crecimiento de las importaciones de China en el segundo semestre, sí existe un considerable desarrollo industrial local, el que además exporta a la región en donde también enfrenta un sostenido aumento de la competencia china.

Cuadro 10 – Importaciones uruguayas originarias desde China por Capítulo del S.A.

Capítulo (2) Descripción abreviada	Julio - Diciembre					
	En millones de US\$, CIF		Participación		Variación	Incidencia
	2013	2012	2012	2013	2013/2012	2013
85-MAQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELECTRICO, Y SUS PARTES	188,6	187,4	20,2%	17,4%	-1%	0%
84-REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MAQUINAS, APARATOS	184,2	188,6	19,7%	17,6%	2%	0%
87-VEHICULOS AUTOMOVILES, TRACTORES, VELOCIPEDES Y DEMAS VEHICULOS	107,7	172,3	11,5%	16,0%	60%	7%
29-PRODUCTOS QUIMICOS ORGANICOS	44,8	51,2	4,8%	4,8%	14%	1%
39-PLASTICO Y SUS MANUFACTURAS	37,2	49,6	4,0%	4,6%	33%	1%
61-PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, DE PUNTO	36,8	41,8	3,9%	3,9%	13%	1%
38-PRODUCTOS DIVERSOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS	35,8	45,6	3,8%	4,2%	27%	1%
62-PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, EXCEPTO LOS DE PUNTO	34,3	41,8	3,7%	3,9%	22%	1%
64-CALZADO, POLAINAS Y ARTICULOS ANALOGOS; PARTES DE ESTOS ARTICULOS.	31,6	35,7	3,4%	3,3%	13%	0%
95-JUEGUETES, JUEGOS Y ARTICULOS PARA RECREO O DEPORTE; SUS PARTES	30,3	30,8	3,2%	2,9%	2%	0%
94-MUEBLES; MOBILIARIO MEDICOQUIRURGICO; ARTICULOS DE CAMA Y SIMILARES	27,4	34,8	2,9%	3,2%	27%	1%
73-MANUFACTURAS DE FUNDICION, HIERRO O ACERO	17,9	21,1	1,9%	2,0%	17%	0%
31-ABONOS	15,8	3,5	1,7%	0,3%	-78%	-1%
42-MANUFACTURAS DE CUERO; ARTICULOS DE TALABARTERIA O GUARNICIONERIA	11,5	12,9	1,2%	1,2%	12%	0%
40-CAUCHO Y SUS MANUFACTURAS	11,1	19,8	1,2%	1,8%	78%	1%
63-LOS DEMAS ARTICULOS TEXTILES CONFECCIONADOS; JUEGOS; PRENDERIA Y TPAOS	10,4	10,8	1,1%	1,0%	4%	0%
90-INSTRUMENTOS Y APARATOS DE OPTICA, FOTOGRAFIA O CINEMATOGRAFIA	9,4	13,0	1,0%	1,2%	38%	0%
96-MANUFACTURAS DIVERSAS	6,4	6,5	0,7%	0,6%	2%	0%
54-FILAMENTOS SINTETICOS O ARTIFICIALES	6,3	7,0	0,7%	0,6%	9%	0%
69-PRODUCTOS CERAMICOS	5,8	7,1	0,6%	0,7%	23%	0%
60-TEJIDOS DE PUNTO	5,5	6,0	0,6%	0,6%	9%	0%
82-HERRAMIENTAS Y UTILES, ARTICULOS DE CUCHILLERIA Y CUBIERTOS DE MESA	5,4	5,7	0,6%	0,5%	6%	0%
70-VIDRIO Y SUS MANUFACTURAS	5,4	5,1	0,6%	0,5%	-6%	0%
30-PRODUCTOS FARMACEUTICOS	4,9	3,7	0,5%	0,3%	-24%	0%
76-ALUMINIO Y SUS MANUFACTURAS	4,6	6,0	0,5%	0,6%	30%	0%
83-MANUFACTURAS DIVERSAS DE METAL COMUN	3,8	3,9	0,4%	0,4%	3%	0%
48-PAPEL Y CARTON; MANUFACTURAS DE PASTA DE CELULOSA, DE PAPEL O CARTON	3,4	4,7	0,4%	0,4%	39%	0%
44-MADERA, CARBON VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA	3,1	3,4	0,3%	0,3%	10%	0%
32-EXTRACTOS CURTIENTES O TINTOREOS; TANINOS Y SUS DERIVADOS; PIGMENTOS	3,0	2,9	0,3%	0,3%	-6%	0%
Sub total	892	1.023	96%	95%		14%
Resto	42	52	4%	5%		1%
Total general	934	1.075	100%	100%	15%	15%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

A nivel de Partida del S.A., 149 superaron más de un millón de dólares en el segundo semestre. De éstas, 30 explicaron el 60% del total importado desde China.

Los principales productos adquiridos desde China en el segundo semestre de 2013, fueron aparatos eléctricos de telefonía, máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos, insecticidas, raticidas y fungicidas, automóviles para turismo y demás vehículos automóviles, poliacetales y demás resinas y vehículos y transportes para el transporte de mercancías. Dichos productos computaron el 30% del total importado en el segundo semestre de 2013.

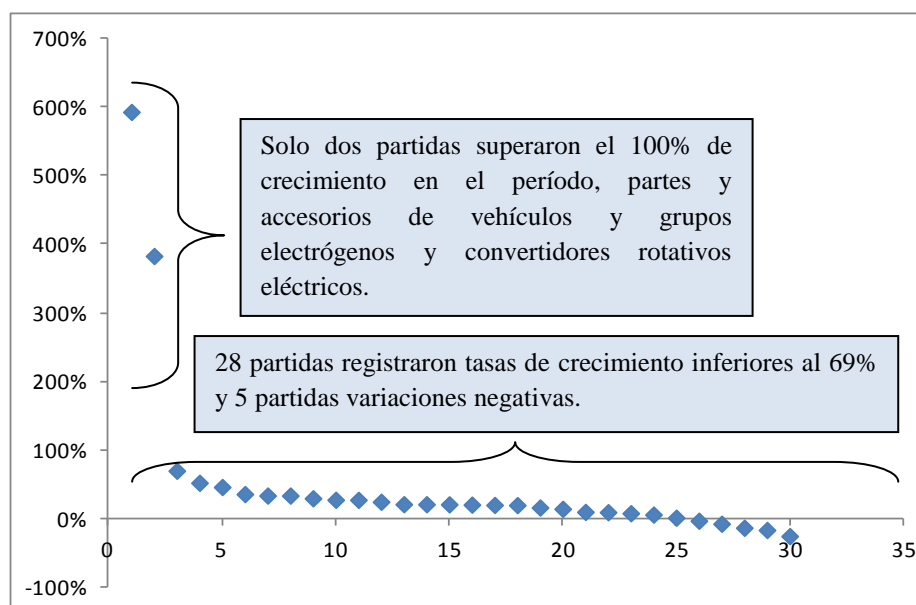
Cuadro 11 – Importaciones uruguayas desde China por Partida del S.A

Partida (4) Descripción abreviada	Julio - Diciembre					
	En millones de US\$, CIF		Participación		Variación	Incidencia
	2012	2013	2012	2013	2013/2012	2013
8517-APARATOS ELECTRICOS DE TELEFONIA O TELEGRAFIA CON HILOS	77.2	84.1	8.3%	7.8%	9%	1%
8708-PARTES Y ACCESORIOS PARA VEHICULOS AUTOMOVILES	14.2	68.6	1.5%	6.4%	383%	6%
8471-MAQUINAS AUTOMATICAS PARA TRATAMIENTO O PROCESAMIENTO DE DATOS	64.5	68.0	6.9%	6.3%	5%	0%
3808-INSECTICIDAS, RATICIDAS Y DEMAS ANTIRROEDORES, FUNGICIDAS, HERBICIDAS	35.1	44.6	3.8%	4.2%	27%	1%
8703-AUTOMOVILES PARA TURISMO Y DEMAS VEHICULOS AUTOMOVILES	26.2	35.5	2.8%	3.3%	35%	1%
3907-POLIACETALES, LOS DEMAS POLIETERES Y RESINAS EPOXI, EN FORMAS PRIMARIAS	18.6	28.2	2.0%	2.6%	52%	1%
8704-VEHICULOS AUTOMOVILES PARA EL TRANSPORTE DE MERCANCIAS	22.5	26.9	2.4%	2.5%	19%	0%
8528-APARATOS RECEPTORES DE TELEVISION, INCLUSO CON APARATO RECEPTOR	28.4	24.5	3.0%	2.3%	-14%	0%
2933-COMPUESTOS HETEROCICLICOS CON HETEROATOMO(S) DE NITROGENO EXCLUSI- VAMENTE	18.8	22.7	2.0%	2.1%	20%	0%
8415-MAQUINAS Y APARATOS PARA ACONDICIONAMIENTO DE AIRE	22.7	20.9	2.4%	1.9%	-8%	0%
6402-LOS DEMAS CALZADOS CON SUELA Y PARTE SUPERIOR DE CAUCHO O PLASTICO	16.2	18.8	1.7%	1.7%	16%	0%
8711-MOTOCICLETAS (INCLUIDOS LOS CICLOMOTORES) Y VELOCIPEDOS	22.3	16.5	2.4%	1.5%	-26%	-1%
9503-LOS DEMAS JUGUETES; MODELOS REDUCIDOS Y MODELOS SIMILARES	15.7	15.1	1.7%	1.4%	-4%	0%
6204-TRAJES SASTRE, CONJUNTOS, CHAQUETAS (SACOS), VESTIDOS, FALDAS, FALDAS PANTALON	9.3	12.4	1.0%	1.2%	33%	0%
4202-BAULES, MALETAS (VALIJAS), MALETINES, INCLUIDOS LOS DE ASEO Y LOS PORTA- DOCUMENTOS	10.9	12.4	1.2%	1.2%	14%	0%
9401-ASIENTOS (EXCEPTO LOS DE LA PARTIDA 94 02), INCLUSO LOS TRANSFORMA- BLES EN CAMA	9.6	12.0	1.0%	1.1%	24%	0%
6404-CALZADO CON SUELA DE CAUCHO, PLASTICO, CUERO NATURAL O REGENERADO Y PARTE SUPERIOR	11.8	11.9	1.3%	1.1%	1%	0%
4011-NEUMATICOS (LLANTAS NEUMATICAS) NUEVOS DE CAUCHO	6.9	11.7	0.7%	1.1%	69%	1%
8443-MAQUINAS Y APARATOS DE IMPRIMIR MEDIANTE CARACTERES DE IMPRENTA, CLISES, PLANCHAS	10.1	11.1	1.1%	1.0%	9%	0%
8712-BICICLETAS Y DEMAS VELOCIPEDOS (INCLUIDOS LOS TRICICLOS PARA REPARTO), SIN MOTOR	8.7	10.5	0.9%	1.0%	21%	0%
8418-REFRIGERADORES, CONGELADORES Y DEMAS MATERIAL, MAQUINAS Y APARATOS	8.2	10.4	0.9%	1.0%	27%	0%
9403-LOS DEMAS MUEBLES Y SUS PARTES	8.2	9.8	0.9%	0.9%	19%	0%
8473-PARTES Y ACCESORIOS (EXCEPTO LOS ESTUCHES, FUNDAS Y SIMILARES)	10.8	8.9	1.2%	0.8%	-17%	0%
9405-APARATOS PARA ALUMBRADO (INCLUIDOS LOS PROYECTORES) Y SUS PARTES	6.1	8.9	0.7%	0.8%	46%	0%
8502-GRUPOS ELECTROGENOS Y CONVERTIDORES ROTATIVOS ELECTRICOS	1.2	8.6	0.1%	0.8%	593%	1%
9506-ARTICULOS Y MATERIAL PARA CULTURA FISICA, GIMNASIA, ATLETISMO, DEMAS DEPORTES	7.2	8.6	0.8%	0.8%	21%	0%
6203-TRAJES (AMBOS O TERNOS), CONJUNTOS, CHAQUETAS (SACOS), PANTALONES LARGOS	7.2	8.6	0.8%	0.8%	20%	0%
6109-<T-SHIRTS> Y CAMISETAS INTERIORES, DE PUNTO	7.9	8.5	0.8%	0.8%	7%	0%
6110-SUETERES (JERSEYS), <PULLOVERS>, CARDIGANES, CHALECOS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PUNTO	6.5	8.4	0.7%	0.8%	29%	0%
8467-HERRAMIENTAS NEUMATICAS, HIDRAULICAS O CON MOTOR INCORPORADO, INCLU- SO ELECTRICO	6.1	8.2	0.7%	0.8%	33%	0%
Sub total	519	645	56%	60%		13%
Resto	415	429	44%	40%		2%
Total general	934	1.075	100%	100%	15%	15%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

Seguidamente, se lista la dispersión en las tasas de crecimiento de las importaciones de las 30 Partidas del S.A. presentadas en el cuadro 11.

Gráfico 8 – **Dispersión del crecimiento de las importaciones por Partida del S.A.**
(Considerando las categorías que superaron compras por US\$ 8 millones en el período)



Fuente: DNII en base a SmartDATA

Por categorías económicas, los principales bienes adquiridos por Uruguay desde China fueron: productos industriales no designados en otra parte que sufren una transformación, bienes de consumo semi-durables, bienes de equipamiento y sus partes, repuestos y accesorios, bienes de equipamiento, excluyendo material de transporte y material de transporte y sus partes, repuestos y accesorios, los que llegaron a explicar el 70% del total exportado.

Por otra parte, los productos que registraron variaciones más elevadas en el período (segundo semestre 2013/2012) fueron:

- Alimentos y bebidas, productos que sufren una transformación. Principalmente destinados al consumo de los hogares.
- Material de transporte y sus partes, repuestos y accesorios. Partes, repuestos y accesorios.
- Alimentos y bebidas. Productos básicos. Principalmente destinados a la industria.
- Combustibles y lubricantes. Productos que sufren una transformación. Otros.
- Material de transporte y sus partes, repuestos y accesorios. Automóviles para el transporte de personas.

El dinamismo de algunos productos como las partes de automóviles suele ser comúnmente señalado en cualquier análisis que se realice sobre las importaciones desde China, pero el buen desempeño de las otras categorías allí señaladas, podría estar anticipando que este país empieza a ganar terreno en sectores nuevos, incluso en algunos donde Uruguay posee elevados niveles de competitividad. Este

sería el caso de algunos alimentos, tales como pescado, hongos, hortalizas, productos comestibles de origen animal, entre otros.

Cuadro 12 – Importaciones uruguayas desde China por Categorías Económicas

Por Categorías Económicas Descripción abreviada	Julio - Diciembre				
	En millones de US\$		Participación		Variación
	2012	2013	2012	2013	2013/2012
Productos industriales no designados en otra parte. Productos que sufren una transformación	219,4	229,4	23,5%	21,3%	5%
Bienes de consumo no designados en otra parte. Semi-durables	195,1	225,6	20,9%	21,0%	16%
Bienes de equipamiento y sus partes, repuestos y accesorios. Bienes de equipamiento	196,2	211,8	21,0%	19,7%	8%
Material de transporte y sus partes, repuestos y accesorios. Partes, repuestos y accesorios	31,2	93,1	3,3%	8,7%	198%
Bienes de consumo no designados en otra parte. Durables	81,4	82,3	8,7%	7,7%	1%
Bienes de consumo no designados en otra parte. No durables	67,7	79,2	7,2%	7,4%	17%
Bienes de equipamiento (excluyendo material de transporte) y sus partes, repuestos y accesorios.	47,4	44,3	5,1%	4,1%	-7%
Material de transporte y sus partes, repuestos y accesorios. Otro material de transporte. Destinado a la industria	32,3	36,3	3,5%	3,4%	12%
Material de transporte y sus partes, repuestos y accesorios. Automóviles para el transporte de personas	25,9	35,1	2,8%	3,3%	36%
Material de transporte y sus partes, repuestos y accesorios. Otro material de transporte.	32,1	28,1	3,4%	2,6%	-13%
Alimentos y bebidas. Productos que sufren una transformación. Principalmente destinados al consumo de los hogares	2,1	5,6	0,2%	0,5%	159%
Alimentos y bebidas. Productos básicos. Principalmente destinados al consumo de los hogares	1,4	1,6	0,1%	0,2%	19%
Productos industriales no designados en otra parte. Productos básicos	1,1	1,3	0,1%	0,1%	17%
Alimentos y bebidas. Productos que sufren una transformación. Principalmente destinados a la industria	0,8	0,6	0,1%	0,1%	-25%
Alimentos y bebidas. Productos básicos. Principalmente destinados a la industria	0,1	0,2	0,0%	0,0%	65%
Bienes no designados en otra parte	0,0	0,0	0,0%	0,0%	-5%
Combustibles y lubricantes. Productos que sufren una transformación. Otros	0,0	0,0	0,0%	0,0%	60%
Combustibles y lubricantes. Productos básicos	0,0	0,0	0,0%	0,0%	n/c
Combustibles y lubricantes. Productos que sufren una transformación	0,0	0,0	0,0%	0,0%	-10%
Total general	934	1.075	100%	100%	15%

Fuente: DNII en base a SmartDATA/CNCE/CIU

En el segundo semestre de 2013, un total de 165 empresas lograron importar desde China más de un millón de dólares. De este grupo, 33 explicaron el 40% del total importado en el segundo semestre de 2013.

De las primeras 15 empresas del ranking importador, tres operan en el negocio automotor (autos, utilitarios y motos), dos empresas son públicas e importan principalmente computadoras, celulares y transformadores, otra empresa privada importa celulares, tres importan agroquímicos y otros productos para el agro, dos empresa adquieren electrodomésticos y otros artículos para el hogar, dos empresas son industriales del sector del plástico (adquieren sus insumos desde China), una empresa opera en el sector de la vestimenta y por último una empresa se dedica a la venta de productos de consumo masivo.

Cuadro 13 – Importaciones uruguayas desde China por empresa

Empresa	En millones de US\$		Variación 2013/2012	Participación	
	2012	2013		2012	2013
BESINEY S.A	1,0	38,3	3702%	0,1%	3,6%
ANTEL	41,6	36,7	-12%	4,5%	3,4%
CHERY SOCMA S.A.	16,8	28,6	71%	1,8%	2,7%
CARLOS GUTIERREZ S A	23,0	26,5	15%	2,5%	2,5%
CENTRO CEIBAL	38,3	23,7	-38%	4,1%	2,2%
MOTOCICLO S A	25,3	22,5	-11%	2,7%	2,1%
CRISTALPET S A	6,5	17,1	162%	0,7%	1,6%
COMPAÑIA CIBELES S A	14,0	17,1	23%	1,5%	1,6%
TELEFONICA MOVILES DEL URUGUAY S.A	9,1	16,0	77%	1,0%	1,5%
HENDERSON Y CIA S A	14,5	14,2	-2%	1,5%	1,3%
CHIC PARISIEN S A	11,0	12,3	12%	1,2%	1,1%
TAMPA SOCIEDAD ANONIMA	11,3	11,7	4%	1,2%	1,1%
LA FORJA SOCIEDAD ANONIMA	7,7	11,1	44%	0,8%	1,0%
LEB SA	11,6	11,1	-4%	1,2%	1,0%
DECELESTE SOCIEDAD ANONIMA	11,4	11,1	-3%	1,2%	1,0%
TA TA S A	10,0	10,9	8%	1,1%	1,0%
INDUTOP S A	8,6	10,0	17%	0,9%	0,9%
TECHDATA URUGUAY SOCIEDAD ANONIMA	7,4	8,9	21%	0,8%	0,8%
JAMES SOCIEDAD ANONIMA	10,2	8,7	-15%	1,1%	0,8%
GENERAL MOTORS URUGUAY S A	0,7	7,6	937%	0,1%	0,7%
PROQUIMUR S.A.	3,8	7,6	98%	0,4%	0,7%
INCOTEL S A	6,6	7,4	13%	0,7%	0,7%
FEWIN S.A.	0,0	7,3	n/c	0,0%	0,7%
BOR S A	8,0	7,1	-12%	0,9%	0,7%
AM WIRELESS URUGUAY S A	8,5	6,9	-19%	0,9%	0,6%
NIFELCO S A	3,6	6,8	90%	0,4%	0,6%
SAUDU SOC DE AGRICULTORES UNIDOS	6,2	6,8	10%	0,7%	0,6%
LUZ DE RIO S.A.	0,0	6,5	n/c	0,0%	0,6%
P C SERVICE S.A.	4,1	6,4	57%	0,4%	0,6%
T G M S A	5,8	6,1	5%	0,6%	0,6%
ROEMMERS S A	5,9	5,9	1%	0,6%	0,6%
REMOL S.A.	2,6	5,9	125%	0,3%	0,6%
VLADIMIR KAITAZOFF S A	5,3	5,9	11%	0,6%	0,5%
Sub total	340	431		36%	40%
Resto	594	644		64%	60%
Total general	934	1.075	15%	100%	100%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

Como se mencionó anteriormente, uno de los productos mayormente demandados desde China son las partes y piezas automotrices, adquiridas por empresas chinas armadoras instaladas en Uruguay, caso de Chery y Besiney, más conocida por la marca Effa Motors. En importancia, le siguen los plásticos, en particular la resina importada por Cristalpet y Leb.

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

Capítulo (2) Descripción abreviada	Julio - Diciembre					
	En millones de US\$		Variación	Participación		Incidencia
	2012	2013	2013/2012	2012	2013	2013
87-VEHICULOS AUTOMOVILES, TRACTORES, VELOCIPEDOS Y SUS PARTES	10,2	59,8	487%	16,8%	49,0%	82%
39-PLASTICO Y SUS MANUFACTURAS	19,1	23,8	25%	31,4%	19,5%	8%
29-PRODUCTOS QUIMICOS ORGANICOS	15,3	12,6	-18%	25,2%	10,3%	-4%
40-CAUCHO Y SUS MANUFACTURAS	0,6	4,4	597%	1,0%	3,6%	6%
03-PESCADOS Y CRUSTACEOS, MOLUSCOS Y DEMAS INVERTEBRADOS ACUATICOS	0,1	3,2	4086%	0,1%	2,6%	5%
54-FILAMENTOS SINTETICOS O ARTIFICIALES	1,8	2,5	38%	3,0%	2,0%	1%
60-TEJIDOS DE PUNTO	1,6	2,0	27%	2,6%	1,6%	1%
85-MAQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELECTRICO, Y SUS PARTES	0,3	1,5	487%	0,4%	1,3%	2%
52-ALGODÓN	1,5	1,5	0%	2,5%	1,3%	0%
32-EXTRACTOS CURTIENTES O TINTOREOS; TANINOS Y SUS DERIVADOS	1,3	1,3	4%	2,1%	1,1%	0%
73-MANUFACTURAS DE FUNDICION, HIERRO O ACERO	0,8	1,0	29%	1,3%	0,9%	0%
15-GRASA Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES; PRODUCTOS DE SU DESDOBLAMIENTO	2,0	1,0	-51%	3,2%	0,8%	-2%
30-PRODUCTOS FARMACEUTICOS	1,8	1,0	-46%	2,9%	0,8%	-1%
28-PRODUCTOS QUIMICOS INORGANICOS; COMPUESTOS INORGANICOS U ORGANICOS	0,6	0,9	65%	0,9%	0,8%	1%
63-LOS DEMAS ARTICULOS TEXTILES CONFECCIONADOS; JUEGOS; PRENDERIA	0,8	0,8	3%	1,3%	0,7%	0%
94-MUEBLES; MOBILIARIO MEDICOQUIRURGICO; ARTICULOS DE CAMA Y SIMILARES	0,2	0,8	326%	0,3%	0,7%	1%
05-LOS DEMAS PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL	0,7	0,6	-11%	1,1%	0,5%	0%
55-FIBRAS SINTETICAS O ARTIFICIALES DISCONTINUAS	0,5	0,5	1%	0,9%	0,4%	0%
58-TEJIDOS ESPECIALES; SUPERFICIES TEXTILES CON MECHON INSERTADO; ENCAJES	0,1	0,4	211%	0,2%	0,3%	0%
76-ALUMINIO Y SUS MANUFACTURAS	0,4	0,4	-16%	0,7%	0,3%	0%
Sub total	60	120		98%	98%	
Resto	1	2		2%	2%	
Total general	61	122	101%	100%	100%	101%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

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

Empresa	Julio - Diciembre				
	En millones de US\$, CIF		Variación 2013/2012	Participación	
	2012	2013		2012	2013
BESINEY S.A	0,2	34,5	13749%	0,4%	28,2%
CHERY SOCMA S.A.	9,4	20,3	116%	15,5%	16,7%
LEB SA	11,6	11,1	-4%	19,0%	9,1%
CRISTALPET S A	5,9	10,6	80%	9,7%	8,7%
FEWIN S.A.	0,0	5,2	n/c	0,0%	4,3%
ROEMMERS S A	4,1	4,4	7%	6,8%	3,6%
MONTELUR S A	0,4	3,1	681%	0,6%	2,5%
COMPAÑIA CIBELES S A	5,5	3,0	-45%	9,0%	2,5%
DIDERAL S.A.	0,3	1,9	496%	0,5%	1,6%
GOLDEN TREE PLASTIC INDUSTRIA URUGUAY S A	1,3	1,9	45%	2,1%	1,5%
LERINUX INTERNATIONAL CORPORATION	1,9	1,5	-21%	3,1%	1,2%
CHEMINOVA URUGUAY S.A	1,0	1,5	48%	1,6%	1,2%
PINTURAS INDUSTRIALES S A	0,8	1,4	84%	1,2%	1,1%
INDIPEX SA	0,5	1,4	165%	0,8%	1,1%
ANARELA S A	1,5	1,1	-26%	2,5%	0,9%
GALTONY S A	0,0	1,1	n/c	0,0%	0,9%
LANCO S A	2,0	1,0	-51%	3,2%	0,8%
LABORATORIOS MICROSULES URUGUAY S A	1,1	1,0	-15%	1,9%	0,8%
NORDEX S A	0,7	0,9	26%	1,1%	0,7%
SOMIL S A	0,2	0,8	321%	0,3%	0,6%
SHALACO S A	0,1	0,7	880%	0,1%	0,6%
MARCOPOL TERMOPLASTICO S.A	0,2	0,7	333%	0,3%	0,6%
PROMAK S A	0,3	0,7	141%	0,5%	0,6%
DIROX S A	1,1	0,7	-32%	1,8%	0,6%
Sub total	50	110		82%	91%
Resto	11	12		18%	9%
Total general	61	122	101%	100%	100%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

En cuanto a los indicadores, mientras el número de capítulos importado se mantuvo estable, hay un crecimiento de las partidas y de las empresas importadoras, que alcanzan un número muy superior al de las exportaciones (1.623 frente a 123).

Cuadro 16 – Indicadores de las importaciones uruguayas originarias desde China

Categoría	Julio - Diciembre		Variación
	2012	2013	2013/2012
Capítulo (impo > a US\$ 100.000)	72	73	1%
Partida (impo > a US\$ 50.000)	484	503	4%
Empresa (impo > a US\$ 50.000)	1.518	1.623	7%

Fuente: DNII en base a SmartDATA

En resumen, las importaciones muestran una tasa de crecimiento que podría ser moderada si se la compara con el registro de las exportaciones, incluso mostrando un dinamismo menor que el registrado por las importaciones totales. Uno de los puntos resaltables, es la importancia cada vez mayor de las importaciones bajo el régimen de admisión temporaria, especialmente de insumos para empresas del sector automotor, plástico y farmacéutico.

Otro aspecto a resaltar de las importaciones nacionales desde este origen, tiene que ver con la relevancia que adquieren algunos productos alimenticios en las compras desde China, corrientes que no solían destacarse en las estadísticas poco tiempo atrás.

3 Entrevistas

3.1 Pedro Otegui, Presidente de la Cámara Mercantil de Productos del País (Uruguay)

1) Asumiendo que el enfriamiento de la economía china se mantendrá en los próximos años, ¿qué impactos espera para las exportaciones uruguayas?

Creo que crecer al 7% por año no se debería considerar como un enfriamiento de la economía en China. Ojala otros países pudiéramos tener esas tasas de crecimiento. Lo que sí es importante, es que China pueda seguir creciendo extendida en toda su base. No debiera haber un impacto negativo para las exportaciones uruguayas, más bien es Uruguay el que debe mantener su oferta de productos de buena calidad y competitivos en el mercado internacional.

2) En los últimos años la estructura de exportación del Uruguay hacia China se ha visto modificada, en particular con nuevas corrientes de exportación en manufacturas agrícolas de mayor proceso como la carne o los lácteos. ¿Es posible visualizar que este fenómeno se expanda hacia otros bienes agrícolas?, y en ese caso, ¿cuáles?

Desde temprano en los 80' los principales rubros de exportación de Uruguay a China eran lana, cuero y pescado. Hoy los principales rubros son la soja, la celulosa y luego vienen la carne y los lácteos. Hay muchas exportaciones uruguayas a China que figuran en Zona Franca de Fray Bentos y Nueva Palmira en calidad de materia prima, pasan por allí y el producto final termina en China. Entonces, si ponemos en una lista todos los rubros tradicionales, creo que quedan pocos rubros, de los que hoy Uruguay produce en el campo, fuera de esta lista.

China es un gran comprador de alimentos y materias primas. No veo por ahora que Uruguay le venda tecnología y productos industrializados con mucho valor agregado.

3) ¿Bajo qué formato de negociación comercial cree Usted que se pueden profundizar las relaciones comerciales entre el Mercosur (Uruguay) y China?

Uruguay tiene una muy buena relación bilateral con China. China le reconoce a Uruguay que fue quien lo invitó a participar de la ronda Uruguay del GATT. Creo que este ha sido un punto de cambio muy importante para la China moderna.

El MERCOSUR primero tiene que ponerse de acuerdo en el barrio para después salir hacia el exterior. Muchos países y bloques han hecho grandes acuerdos comerciales en el mundo en los últimos años y el MERCOSUR no tiene muchos ejemplos exitosos para poder mostrar.

4) Debido a las distancias culturales entre Uruguay y China ¿Qué factores recomendaría tener en cuenta para un mayor éxito en la concreción de los negocios con este país?

No es un tema de distancia cultural. Sobre la base de conocimiento y respeto mutuo, no hay distancias.

5) De acuerdo a su percepción, ¿están los empresarios uruguayos preparados para acceder al mercado chino? De existir debilidades, ¿qué sugerencias propone para mejorar dicha preparación?

Creo que sí, y las cifras lo avalan. Exportaciones de Uruguay a China en el 2013 por 2.500 millones de dólares.

Sí destaco, que desde 1982 Uruguay ha tenido una política de Estado con China y, en todo momento ha existido una gran aproximación de los distintos gobiernos con el sector empresarial privado, teniendo siempre como objetivo de Uruguay el de mejorar y profundizar las relaciones con China.

Ojala esto se mantenga y pueda ser replicado con otros países o zonas en forma bilateral o a través del MERCOSUR.

3.2 Xulio Ríos, Director del Observatorio de la Política China (España)

1. ¿Puede explicar el lugar que ocupan las Reuniones Plenarias del PCCh en el proceso de toma de decisiones de China?

Las reuniones plenarias del Comité Central del PCCh son de gran importancia porque es el máximo órgano entre congresos y por lo tanto sus decisiones pueden alcanzar un alcance similar. De hecho, en la historia del PCCh, algunas han servido para alentar un cambio radical de política, como ocurrió en 1978 con la adopción de la reforma y apertura. Además, las terceras sesiones plenarias de cada mandato congresual acostumbra a definir horizontes programáticos. La primera tras un congreso elige al Buró Político y su Comité Permanente y algunos otros órganos centrales. La segunda, se ocupa prioritariamente de nombramientos y procedimientos. La tercera, que es el caso, debe reflejar algunas claves políticas del rumbo de la nueva dirección.

2. Dada la aprobación del vigésimo segundo Plan Quinquenal (2011 – 2015) por parte de la Asamblea Popular China, ¿qué relación existe entre los resultados de la Reunión Plenaria del PCCh con lo establecido en el Plan? En el área económica, ¿es esperable se contemplen ajustes a lo ya establecido en el primer documento?

Los efectos principales de la III Sesión Plenaria se apreciarán en el próximo Plan quinquenal, no en el actual, que fue instado por la anterior dirección y en otro contexto. Diríamos que su impulso está prácticamente agotado aunque muchos de sus objetivos están pendientes de realización y balance. Pero las claves de la reunión de noviembre de 2013 tendrán su reflejo en el Plan 2016-2020, una vez que la comisión creada para impulsar la nueva ola de reformas vaya pormenorizando en su diseño. Tendrá gran importancia porque debe permitir alcanzar los ambiciosos objetivos fijados por la nueva dirección hacia 2020-2022, cuando se cumpla el primer centenario del PCCh (2021). Por otra parte, más que ajustes en el Plan vigente se avanzará a través de políticas específicas y complementarias en los órdenes prioritarios.

3. La apertura económica planteada en el marco de la Reunión Plenaria del PCCh, ¿permite avizorar que China se está transformando en una economía de mercado?

La “Decisión”, como le dicen en China, atribuye un papel de mayor significación al mercado. No obstante, la planificación seguirá existiendo. China es una economía con mercado, no equiparable en todos sus extremos a una economía de mercado similar a la vigente en los países occidentales. No olvidemos que China sigue siendo heterodoxa en muchos aspectos, un híbrido sistémico no solo en lo político sino también en lo social y económico. Sí asistiremos a procesos más o menos intensos de desministerialización, de quiebra de los monopolios estatales, de promoción de regímenes de propiedad mixta donde antes solo era pública, de presencia del sector privado en los sectores antaño definidos como estratégicos y reservados al Estado-Partido, etc. La idea central es que hay holgura suficiente para facilitar una mayor participación del sector privado sin que ello obligue al PCCh a renunciar al control político del rumbo económico.

- 4. En los últimos años y debido a las transformaciones internas que están siendo impulsadas por el gobierno chino, las expectativas de concretar negocios en China han ido en ascenso. ¿Qué oportunidades es esperable surjan para los inversores extranjeros como resultados de las decisiones tomadas?**

El signo esencial de las nuevas reformas es el de una mayor apertura al sector privado, tanto nacional como internacional, de forma que muchos sectores en los que anteriormente no se contemplaba ahora sí se admite y promueve, con el complemento de una promesa de mayor ligereza en los controles administrativos. La Zona de Libre Comercio de Shanghai experimenta ese proceso, pero ya hay una docena de peticiones de otras tantas zonas en la mesa del Consejo de Estado. El impulso a la urbanización abre igualmente muchas oportunidades en una segunda línea de ciudades. Se abre un proceso de ebullición de nuevas normativas y cambios que conviene seguir de cerca y de forma especialmente atenta para posicionarse adecuadamente.

- 5. Una de las resoluciones planteadas en la plenaria del PCCh tiene que ver con el incentivo de las inversiones chinas en el exterior. Este fenómeno, que parcialmente ya es notorio en América Latina, ha generado un debate sobre el impacto que dichas inversiones tienen en el desarrollo industrial de esta región, ¿considera posible que China se convierta en un socio estratégico para el desarrollo de América Latina?**

Creo que ese escenario interesa a ambas partes. Y la creación de ese Foro CELAC-China marca un punto de inflexión. América Latina tiene una gran oportunidad apostando por una estrategia que vaya más allá de su condición general de proveedora de materias primas. A China también le interesa promover otras dinámicas de desarrollo que consoliden mercados de consumo para sus productos. Hay mucho potencial para la convergencia y la complementariedad, desechando las prácticas más controvertidas que han marcado algunos momentos de la explosión inicial de los intercambios. Esa interacción también puede incentivar la integración en América Latina.