

# Las relaciones comerciales entre Uruguay y China

Informe semestral | enero - junio 2016

Año 5 | N° 9

6 de septiembre de 2016



Departamento de Negocios Internacionales e Integración  
Facultad de Ciencias Empresariales

Av. 8 de Octubre 2801 | Tel: 2487 2717 int. 6261 y 6267 | [dni@ucu.edu.uy](mailto:dni@ucu.edu.uy) | [ucu.edu.uy](http://ucu.edu.uy)



Universidad  
Católica del  
Uruguay

## Contenido

1. Entorno económico y comercial de China .....	4
2. Comercio exterior de bienes entre Uruguay y China .....	6
2.1 Exportaciones primer semestre 2016/2015 .....	7
2.2 Importaciones segundo semestre 2016/2015.....	12
3. Potencialidades en el sector agrícola.....	18
4. Entrevista al Emb. Fernando Lugris.....	20
5. Anexo estadístico .....	25

**Sin considerar las exportaciones desde y a través de zonas francas, la balanza comercial en bienes con China fue negativa para Uruguay en el primer semestre 2016.**

**De considerar dichas ventas, las que están explicadas por parte de la soja exportada a China desde Zona Franca Nueva Palmira y por la pasta de celulosa, el saldo en el período sería positivo.**

**Las importaciones agrícolas chinas aumentan a tasas más elevadas que las industriales y ganan terreno frente a las importaciones totales.**

**Los principales proveedores de China en esta categoría fueron Estados Unidos, miembros de la Unión Europea, Australia y Nueva Zelanda y algunos miembros del Sudeste Asiático. Estos últimos países han profundizado sus preferencias comerciales con China en los últimos años.**

**Como es sabido Uruguay no se encuentra negociando un acuerdo comercial con China, si bien como menciona el Embajador Fernando Lugris entrevistado para este boletín, ese no es el único instrumento para avanzar, destacando la negociación en los aspectos sanitarios y fitosanitarios, que son centrales para estimular los flujos comerciales.**

## 1. Entorno económico y comercial de China<sup>1</sup>

En el primer semestre del año 2016, según informa el *National Bureau of Statistics of China* en su informe semestral presentado en el mes de julio<sup>2</sup>, la economía china ha continuado con su crecimiento en forma moderada. Esta situación de equilibrio se da a pesar del desfavorable contexto internacional. Según las primeras estimaciones, el crecimiento del PIB se ajusta al que ya estaba previsto para el primer semestre del año de 6,7%, el cual se espera se mantenga también para el segundo semestre de 2016.

Esta cierta estabilidad del crecimiento chino ha sido un alivio para la economía mundial así como también para el gobierno del país asiático, sobre todo luego de la devaluación del yuan y los vaivenes de la bolsa china a principios de 2016, hecho que repercutió en forma directa y significativa en todos los mercados alrededor del mundo. Según el informe “Perspectivas de la economía mundial” en su edición de julio 2016, elaborado por el Fondo Monetario Internacional<sup>3</sup> (FMI), fueron más alentadoras las perspectivas a corto plazo debido al respaldo que obtuvo la política económica: política fiscal expansiva, aumento del gasto en infraestructura y un aumento del crédito.

Respecto al impacto del Brexit en la economía china, el mencionado informe expresa que este será menor debido a los bajos flujos comerciales entre Reino Unido y China. Sin embargo, se debe de tener en cuenta que si la salida de Reino Unido afecta en forma significativa al crecimiento de la Unión Europea esto repercutirá directamente en el mercado chino, considerando que este bloque es el segundo socio comercial del país asiático.

---

<sup>1</sup> Equipo técnico involucrado en la realización del informe: Dr. Ignacio Bartesaghi (Director), Lic. María Eugenia Pereira (Asistente de Investigación) y Lic. Natalia De María (Asistente de investigación).

<sup>2</sup> National Bureau of Statistics of China (2016) Informe primer semestre 2016. Disponible en: [http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/201607/t20160715\\_1377636.html](http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/201607/t20160715_1377636.html)

<sup>3</sup> Fondo Monetario Internacional (2016) Perspectivas de la Economía Mundial, Abril 2016. Disponible en: <http://www.imf.org/external/spanish/pubs/ft/weo/2016/update/02/pdf/0716s.pdf>

Por otro lado, en el mes de julio se presentó el sexto “Examen de las políticas y prácticas comerciales de China”, elaborado por la Organización Mundial del Comercio<sup>4</sup> (OMC), correspondiente al período comprendido entre los años 2014 y 2016. El informe hace referencia al crecimiento moderado ya mencionado anteriormente, llamándolo “nueva normalidad”. Asimismo explica que la fuerza del crecimiento continuó siendo la demanda interna, impulsada por la expansión del crédito y el aumento de los ingresos. Cabe recordar que el gobierno chino ha impulsado significativamente el consumo interno como parte de su estrategia, con miras a que este se convierta en un elemento fundamental para el crecimiento de China. Es así que, según el informe de la OMC, el consumo interno contribuyó en 4,6 puntos porcentuales al crecimiento del PIB chino, mientras que la inversión aportó 2,5 puntos porcentuales.

En cuanto al comercio, si bien la participación de China sigue siendo muy importante, sus exportaciones e importaciones se han reducido en el último año, quizás estas últimas también afectadas por la baja en los precios internacionales del petróleo y productos básicos. Respecto a las exportaciones, continuaron siendo los productos manufacturados los que representaron el 94% las colocaciones chinas. Por su parte, las importaciones, al ser China una pieza fundamental de las cadenas globales de valor, las adquisiciones de manufacturas representan un 64% del total, según lo expresa el mencionado informe.

El año 2016 recibe a China como país presidente y anfitrión de las reuniones en el marco del G20, lo que le dará al país una nueva notoriedad a nivel internacional. Al respecto, el presidente Xi Jinping en su discurso<sup>5</sup> en el marco de la presidencia china del G20 en diciembre de 2015, hizo referencia a que se debe construir una economía global fuerte, interconectada, incluyente e innovadora, así como explorar nuevas formas para impulsar el desarrollo. En setiembre de 2016 el país recibirá a los líderes mundiales en la 11ª Cumbre del G20, marcando el fin de su presidencia del foro internacional.

---

<sup>4</sup> OMC (2016) Examen de las políticas comerciales de China. Disponible en:  
[https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/tpr\\_s/s342\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/s342_s.pdf)

<sup>5</sup> Discurso del presidente chino Xi Jinping, diciembre de 2015. Disponible en:  
<http://www.g20.org/English/China2016/G202016/201512/P020151210392071823168.pdf>

## 2. Comercio exterior de bienes entre Uruguay y China

En el período comprendido entre enero y junio de 2016, las exportaciones uruguayas con destino al mercado chino alcanzaron los US\$ 542 millones, lo que representó una caída del 40% respecto al mismo período del año anterior. Cabe destacar que dichos valores no incluyen las colocaciones desde y a través de zonas francas instaladas en Uruguay, en particular las referidas a operaciones de soja y pasta de celulosa.<sup>6</sup>

En el caso de las importaciones, se da la misma tendencia a la baja. En el primer semestre de 2016 totalizaron US\$ 696 millones, lo que representa una variación negativa de 25% respecto al mismo período del año anterior. Tanto la disminución de las exportaciones e importaciones hacia y desde el mercado chino, acompaña la tendencia a la baja del comercio exterior uruguayo, así como también la reducción de los flujos de comercio mundiales.

### Cuadro N° 1 – Comercio bilateral de Uruguay con China

(Primer semestre 2015 – 2016, no incluye zonas francas)

	Enero - Junio		Variación
	2015	2016	
Exportaciones	896	542	-40%
Importaciones	924	696	-25%
Saldo	-27	-154	

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

El saldo comercial de Uruguay con China fue desfavorable para Uruguay, alcanzando los US\$ 154 millones, y siendo significativamente más importante que en el período de enero a junio del año 2015. De considerar las colocaciones de zonas francas el saldo sería favorable para Uruguay (se trata fundamentalmente de una porción de la soja exportada a China y de la pasta de celulosa exportada por la empresa Montes del Plata y UPM).

<sup>6</sup> Salvo mención expresa en contrario, todos los montos de exportación presentados no incorporan las colocaciones desde y a través de zonas francas instaladas en Uruguay.

### Gráfico N° 1– Comercio bilateral de Uruguay con China

(Primer semestre 2015 – 2016, no incluye zonas francas)



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Los principales productos exportados e importados continúan siendo los mismos que en el semestre anterior, destacándose en las exportaciones los productos básicos (carne, semillas y lana) y en las importaciones, bienes con un mayor contenido tecnológico (máquinas y material eléctrico, reactores nucleares y vehículos).

#### 2.1 Exportaciones primer semestre 2016/2015

Las exportaciones uruguayas con destino a China totalizaron US\$ 542 millones en el período comprendido entre enero y junio de 2016. Esto representa una variación negativa de 40% respecto al mismo período del año anterior, siguiendo así con la tendencia presentada en los últimos semestres. A lo largo del primer semestre de 2016 se han presentado disminuciones mensuales respecto al año 2015, siendo la más importante la registrada en el mes de abril correspondiente a un 71%.

## Cuadro N° 2 - Exportaciones uruguayas con destino a China

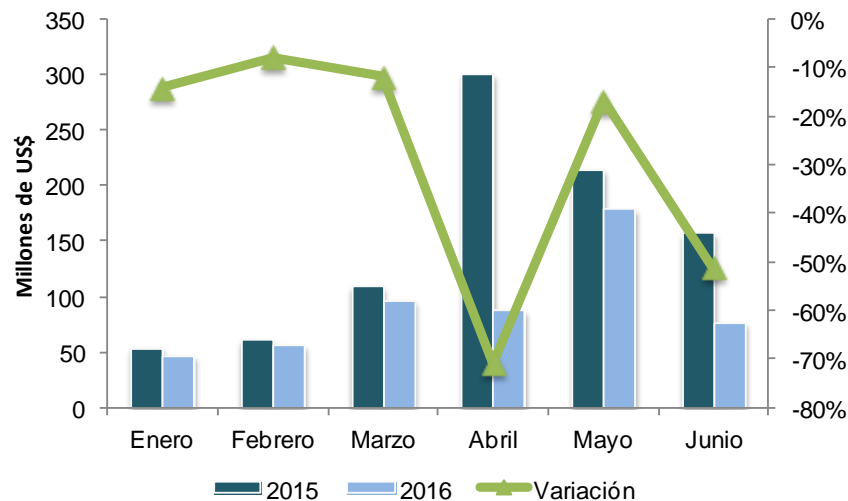
(Sin zonas francas)

Mes	Enero - Junio		Variación
	2015	2016	
Enero	54,1	46,5	-14%
Febrero	60,8	56,0	-8%
Marzo	109,2	96,2	-12%
Abril	300,5	87,6	-71%
Mayo	214,7	178,9	-17%
Junio	157,2	76,8	-51%
<b>Total</b>	<b>896</b>	<b>542</b>	<b>-40%</b>

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

## Gráfico N° 2 – Exportaciones mensuales con destino a China

(Enero – junio 2016 - 2015, en US\$ sin zonas francas)



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Carnes y despojos comestibles continuó siendo el principal producto exportado, si bien mostró una caída de 3% respecto al mismo período del año anterior. Fueron 20 las empresas exportadoras de los productos correspondientes a ese capítulo. Le sigue en importancia el capítulo 12 (semillas y frutos oleaginosos), que presentó 25 empresas exportadoras en el período, y registró una variación negativa de 62% respecto al mismo período del año anterior. Cabe destacar que en este informe no se analizan las exportaciones realizadas desde y a través de Zonas Francas.

### Cuadro N° 3 – Indicadores de las principales exportaciones uruguayas con destino a China

(Enero – junio, sin zonas francas)

Capítulo (2)	Millones de US\$ 2016	N° de empresas y los 3 principales exportadores	Variación 2016/2015	Incidencia
02-CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES.	269,0	20 empresas (Breaders & Packers, Pulsa, Frigorífico Tacuarembó)	-3%	-1%
12-SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS.	177,9	25 empresas (Cargill Uruguay, LDC Uruguay, Evera S.A.)	-62%	-33%
51-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO.	49,4	9 empresas (Tops Fray Marcos, Rantex, Lanas Trinidad)	-39%	-4%
04-LECHE Y PRODUCTOS LACTEOS.	12,0	3 empresas (Conaprole, Pili, S.A. Uruguay de exportaciones e importaciones)	12%	0%
23-RESIDUOS Y DESPERDICIOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS.	8,7	3 empresas (Cardama, Grinsol, Yarus)	-11%	0%
44-MADERA, CARBON VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA.	8,6	11 empresas (Urufor, Cia Forestal Uruguay, Caja de Jubilaciones y Pensiones Bancarias)	-12%	0%
41-PIELAS (EXCEPTO LA PELETERIA) Y CUEROS.	4,9	11 empresas (Paycueros, Curtifrance, Curtiembre París)	-51%	-1%
71-PERLAS NATURALES (FINAS)* O CULTIVADAS.	3,7	16 empresas (Le Stage, Mosselin Daniel Alencar, Pauer)	-42%	0%
03-PESCADOS Y CRUSTACEOS.	2,2	6 empresas (Pesquerías Belanova, Auk Links Uruguay, Industrias Pesqueras Vaymar S.A.)	-51%	0%
74-COBRE Y SUS MANUFACTURAS.	1,8	2 empresas (Werba, Filmetal)	29%	0%
15-GRASA Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES.	1,1	6 empresas (Frigorífico Las Piedras, Pulsa, Chiadel)	-19%	0%

\*Empresas con ventas superiores a US\$ 25.000

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

A nivel de partida arancelaria, seis productos tuvieron una participación superior al 2%. El principal producto fue el correspondiente a la partida 0202, carne bovina congelada que representó un 40% del total de las exportaciones uruguayas al mercado chino, seguido por las habas de soja, lana sin cardar y despojos comestibles de animales de la especie bovina, con una participación del 33%, 6% y 5% respectivamente. Cabe destacar que los seis productos que tienen una participación superior al 2% en el total de las colocaciones uruguayas a China, presentaron variaciones negativas respecto al mismo período del año anterior.

#### Cuadro N° 4 – Comportamiento de los principales productos exportados a China

(Sin zonas francas)

Descripción abreviada	Comportamiento primer semestre 2016/2015
0202-CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADA.	↓
1201-HABAS (POROTOS, FRIJOLES, FREJOLES)* DE SOJA (SOYA).	↓
5101-LANA SIN CARDAR NI PEINAR.	↓
0206-DESPOJOS COMESTIBLES DE ANIMALES DE LAS ESPECIES BOVINA.	↓
5105-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO, CARDADOS O PEINADOS.	↓
2301-HARINA, POLVO Y <PELLETS>, DE CARNE, DESPOJOS.	↓

\*Participaciones superiores al 2% en alguno de los dos períodos

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

El desempeño del capítulo 44 correspondiente a madera, ha presentado una tendencia a la baja en el primer semestre de 2016. Las partidas comercializadas, madera aserrada y madera en bruto, han mostrado variaciones negativas de 15% y 6% respectivamente.

#### Cuadro N° 5 – Comportamiento de las exportaciones a China del capítulo 44

Producto Descripción abreviada (4)	Enero - Junio			Cantidad de empresas exportadoras 2016
	Millones de US\$ 2015	2016	Variación 2016/2015	
4407-MADERA ASERRADA O DESBASTADA LONGITUDINALMENTE	6,1	5,2	-15% ↓	4 empresas
4403-MADERA EN BRUTO, INCLUSO DESCORTEZADA	3,7	3,4	-6% ↓	8 empresas

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Respecto a las empresas exportadoras a China (de un total de 144), solo una registró colocaciones superiores a los US\$ 40 millones. Las empresas Cargill Uruguay S.A. y LDC Uruguay S.A. fueron las principales exportadoras del rubro de granos, seguidas por el sector de la carne, destacándose Breeders & Packers Uruguay S.A., Pulsa S.A. y Frigorífico Tacuarembó S.A., todas ellas con colocaciones superiores a los US\$ 20 millones en el período analizado.

**Cuadro N° 6 – Empresas exportadoras hacia China**  
 (Sin zonas francas)

Nº de empresas	Monto de exportación	Participación sobre el total de las empresas exportadoras hacia China
1 empresas >	US\$ 40 millones	1%
60 empresas >	US\$ 1 millón	42%
91 empresas >	US\$ 100 mil	63%
144 empresas exportaron a China durante el primer semestre de 2016*		

\* Se cuentan todas las empresas que realizaron una operación de exportación.

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

## 2.2 Importaciones segundo semestre 2016/2015

Las importaciones de bienes provenientes desde el mercado chino alcanzaron los US\$ 696 millones en el primer semestre de 2016, lo que representa una variación negativa de 25% respecto al mismo período del año 2015. Si se observa lo sucedido mensualmente, salvo en mayo que se registró un aumento del 1%, el resto de los meses mostraron variaciones negativas que oscilan entre un 13% y un 39%, siendo el mes de enero el que presentó la disminución más importante.

Cuadro N° 7 - **Importaciones uruguayas desde China**

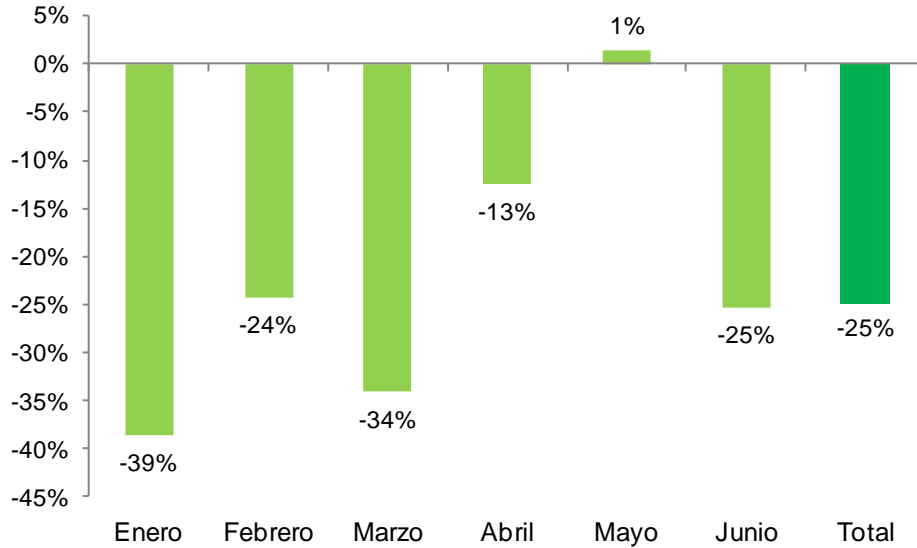
Mes	Enero - Junio		Variación
	2015	2016	
Enero	169,7	104,3	-39%
Febrero	162,3	122,9	-24%
Marzo	213,5	140,7	-34%
Abril	114,4	100,1	-13%
Mayo	116,5	118,0	1%
Junio	147,0	109,7	-25%
<b>Total</b>	<b>924</b>	<b>696</b>	<b>-25%</b>

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Las importaciones realizadas desde China a través del régimen de Admisión Temporal, cayeron 62% en el primer semestre de 2016, lo que se encuentra relacionado con el enlentecimiento de las exportaciones totales que utilizan dicho mecanismo para la compra los insumos.

### Gráfico N° 3 - Tasas de variación de las compras desde China

(Enero - junio 2016/2015)



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Computando las importaciones por Capítulo del S.A., 15 categorías han registrado compras superiores a los US\$ 10 millones. Los rubros máquinas, aparatos y materiales eléctricos (capítulo 85) explicó el 29% del total adquirido desde China, seguido por las categorías correspondientes a reactores nucleares, calderas, máquinas (capítulo 84) y vehículos automóviles (capítulo 87). Estos tres rubros representaron el 50% del total de las adquisiciones uruguayas provenientes del mercado chino. Cabe destacar que los 16 principales capítulos que registran importaciones superiores a los US\$ 10 millones han presentado variaciones negativas.

Cuadro N°8 – Importaciones uruguayas originarias de China por Capítulo del S.A.

Descripción abreviada  Capítulo (2)	Enero - Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2015	2016	2015	2016		
85-MAQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELECTRICO.	220,6	201,1	24%	29%	-9%	-2%
84-REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MAQUINAS.	141,3	103,9	15%	15%	-26%	-4%
87-VEHICULOS AUTOMOVILES, TRACTORES, VELOCIPEDOS.	99,1	41,3	11%	6%	-58%	-6%
61-PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, DE PUNTO.	47,3	38,0	5%	5%	-20%	-1%
39-PLASTICO Y SUS MANUFACTURAS.	39,5	31,8	4%	5%	-19%	-1%
62-PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR.	38,1	31,6	4%	5%	-17%	-1%
29-PRODUCTOS QUIMICOS ORGANICOS.	37,5	28,6	4%	4%	-24%	-1%
64-CALZADO, POLAINAS Y ARTICULOS ANALOGOS.	27,9	22,3	3%	3%	-20%	-1%
38-PRODUCTOS DIVERSOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS	28,7	20,1	3%	3%	-30%	-1%
94-MUEBLES, MOBILIARIO MEDICOQUIRURGICO.	28,7	19,9	3%	3%	-31%	-1%
73-MANUFACTURAS DE FUNDICION, HIERRO O ACERO.	22,8	18,3	2%	3%	-20%	0%
95-JUEGUETES, JUEGOS Y ARTICULOS PARA RECREO O DEPORTE.	13,7	12,1	1%	2%	-12%	0%
90-INSTRUMENTOS Y APARATOS DE OPTICA.	13,4	11,2	1%	2%	-16%	0%
40-CAUCHO Y SUS MANUFACTURAS.	19,5	10,9	2%	2%	-44%	-1%
31-ABONOS.	18,0	10,6	2%	2%	-41%	-1%
<b>Subtotal</b>	<b>796</b>	<b>602</b>	<b>86%</b>	<b>87%</b>	<b>-24%</b>	
<b>Resto</b>	<b>127</b>	<b>94</b>	<b>14%</b>	<b>13%</b>	<b>-26%</b>	
<b>Total</b>	<b>924</b>	<b>696</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>-25%</b>	

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

De los 16 rubros que registran adquisiciones mayores a los US\$ 10 millones se destaca el capítulo 87, correspondiente a vehículos automóviles, que si bien ocupa el tercer lugar según el valor de las importaciones, ha presentado una importante caída de 58% respecto al mismo período del año anterior, alcanzando las importaciones un valor superior a los US\$ 41 millones. Si se observa lo sucedido a nivel de partida del S.A., la fuerte disminución corresponde a la partida 8708 de partes y accesorios para vehículos automóviles, que alcanzó compras por valor de US\$ 29 millones en el primer semestre 2015, mientras que en el mismo período de 2016 no alcanzó los US\$ 6 millones. Asimismo, las partidas 8703 (automóviles para turismo y demás vehículos), 8704 (vehículos automóviles para el transporte de mercancías) y 8711 (motocicletas), que fueron las categorías que registraron mayores importaciones, sufrieron variaciones negativas superiores al 50% respecto al mismo semestre del año anterior. Esta situación se puede explicar debido a la desaceleración económica, que suele afectar de forma pronunciada la venta de automóviles en el mercado local.

### Cuadro N° 9 – Importaciones uruguayas del capítulo 87

(Incluye todo el Capítulo 87 del Sistema Armonizado, en millones de US\$)

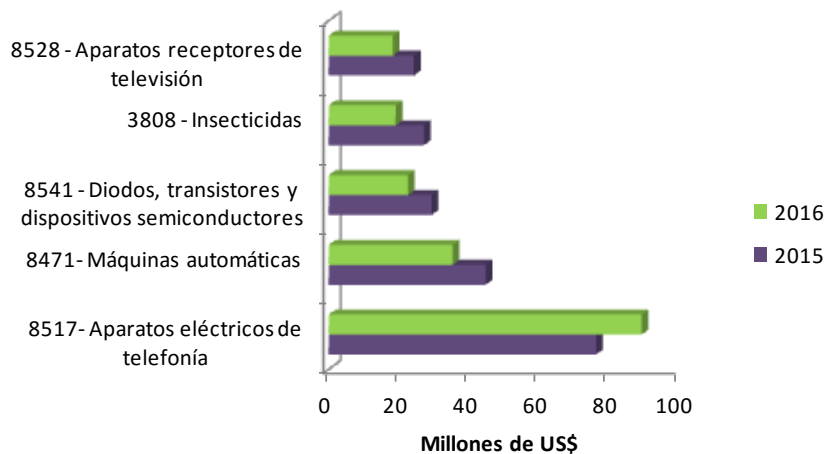
Descripción abreviada Partida (4)	Enero - Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2015	2016	2015	2016		
8703-AUTOMOVILES PARA TURISMO Y DEMAS VEHICULOS.	23,7	11,9	24%	29%	-50%	-12%
8704-VEHICULOS AUTOMOVILES PARA EL TRANSPORTE DE MERCANCIAS.	16,3	7,7	16%	19%	-53%	-9%
8711-MOTOCICLETAS (INCLUIDOS LOS CICLOMOTORES).	12,7	6,1	13%	15%	-52%	-7%
8708-PARTES Y ACCESORIOS PARA VEHICULOS AUTOMOVILES.	29,4	5,9	30%	14%	-80%	-24%
8712-BICICLETAS Y DEMAS VELOCIPEDOS.	3,1	3,1	3%	7%	-1%	0%
8701-TRACTORES.	4,6	2,2	5%	5%	-53%	-2%
8714-PARTES Y ACCESORIOS PARA VEHICULOS.	1,6	1,3	2%	3%	-21%	0%
8716-REMOLQUES Y SEMIRREMOLQUES PARA CUALQUIER VEHICULO.	1,0	1,0	1%	2%	0%	0%
<b>Subtotal</b>	<b>92</b>	<b>39</b>	<b>93%</b>	<b>95%</b>	<b>-58%</b>	
Resto	7	2	7%	5%	-68%	
<b>Total</b>	<b>99</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>-58%</b>	<b>-58%</b>

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

El gráfico presentado a continuación incorpora las principales partidas de exportación en el período, destacándose la partida 8517 correspondiente a aparatos eléctricos de telefonía, que alcanzó los US\$ 89 millones.

#### Gráfico N° 4 - Importaciones por Partida del S.A.

(Superiores a los US\$ 15 millones)



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

En cuanto al régimen de Admisión Temporal, los dos principales rubros adquiridos por ese régimen desde China fueron plástico y sus manufacturas y productos químicos orgánicos, los que explicaron el 72% del total importado en el primer semestre de 2016. En menor medida le siguen los extractos curtientes o tintóreos y los tejidos de punto.

Cabe destacar que salvo el rubro de extractos curtientes o tintóreos que creció un 5%, el resto presentó una disminución respecto al mismo período del año anterior. Las empresas que hicieron un uso más intensivo del régimen de Admisión Temporal fueron Cristalpet S.A., Drilltec S.A. y Leb S.A. con una participación del 30%, 8% y 7% respectivamente.

### Cuadro N° 10 – Importaciones uruguayas originarias de China en Admisión Temporal

(Por Capítulo del S.A.)

Descripción abreviada Capítulo (2)	Enero - Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2015	2016	2015	2016		
39-PLASTICO Y SUS MANUFACTURAS.	19,7	14,4	26%	48%	-27%	-7%
29-PRODUCTOS QUIMICOS ORGANICOS.	11,6	7,0	15%	24%	-40%	-6%
32-EXTRACTOS CURTIENTES O TINTOREOS.	1,1	1,2	1%	4%	5%	0%
60-TEJIDOS DE PUNTO.	0,8	0,8	1%	3%	-6%	0%
63-LOS DEMAS ARTICULOS TEXTILES CONFECCIONADOS.	0,9	0,7	1%	2%	-22%	0%
28-PRODUCTOS QUIMICOS INORGANICOS.	1,0	0,5	1%	2%	-45%	-1%
52-ALGODON.	0,7	0,5	1%	2%	-29%	0%
15-GRASA Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES.	0,5	0,5	1%	2%	-8%	0%
Subtotal	37	26	47%	86%	-30%	
Resto	41	4	53%	14%	-90%	
Total	77	30	100%	100%	-62%	-62%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

En el período de enero a junio de 2016, 4.166 empresas uruguayas importaron mercadería desde el mercado chino. Dentro de las ocho empresas que realizaron adquisiciones mayores a los US\$ 10 millones, se destaca ANTEL con compras que superaron los US\$ 35 millones y que mostró un crecimiento de 32% respecto al mismo período del año anterior. Le siguen en importancia el Centro Ceibal para el Apoyo a la Educación de la Niñez, que registró importaciones por un valor que supera los US\$ 22 millones y una variación positiva de 4%, y la empresa Carlos Gutierrez S.A. por US\$ 18 millones.

Respecto a la cantidad de empresas importadoras, de un total de 4.166, el 75% realizó compras por un valor menor a los US\$ 100 mil, lo que indica que la mayoría de las empresas adquieren bienes por bajo monto desde el mercado chino.

### Cuadro N° 11 – Empresas importadoras desde China

(Primer semestre de 2016)

Nº de empresas	Monto de importación	Participación sobre el total de empresas
8 empresas >	US\$ 10 millones	0,2%
118 empresas >	US\$ 1 millón	3%
906 empresas >	US\$ 100 mil	22%
4.166 empresas importadoras de productos provenientes de China*		

\*Se cuentan todas las empresas o agentes que hicieron una operación de importación desde China, incluyendo compras online.

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Los indicadores de las importaciones uruguayas provenientes del mercado chino muestran que tanto a nivel de capítulo, como de partida y empresa, las adquisiciones han disminuido. El indicador correspondiente a la cantidad de empresas importadoras es el que mostró mayor caída (-9%).

### Cuadro N° 12 – Indicadores de las importaciones uruguayas hacia China

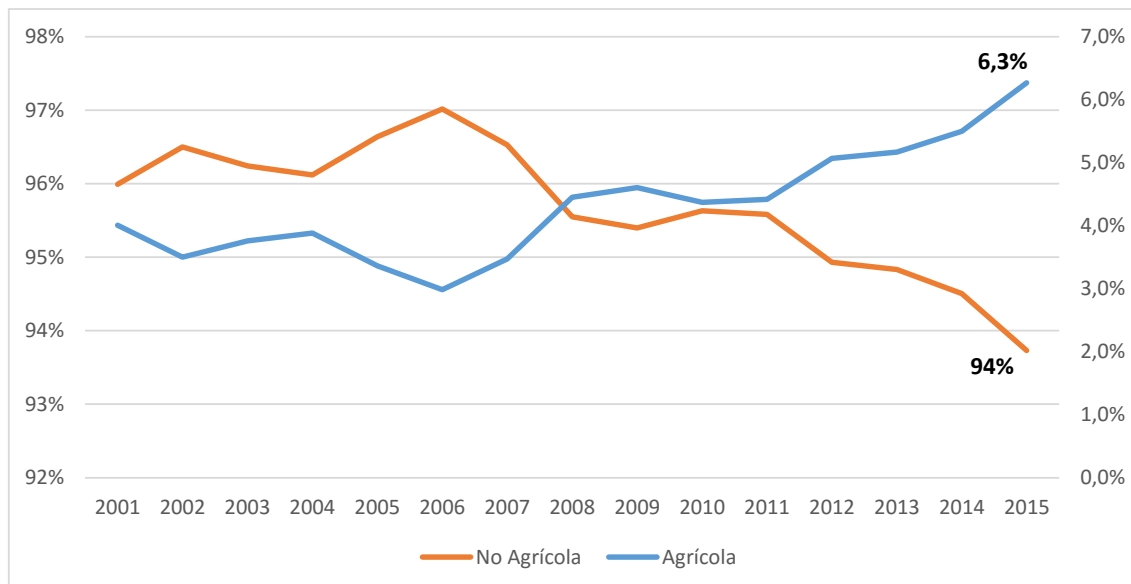
Categoría	Enero - Junio		
	Número 2015	Número 2016	Variación 2016/2015
Capítulo (impo > a US\$ 100 mil)	73	68	-7%
Partida (impo > a US\$ 50 mil)	489	459	-6%
Empresa (impo > a US\$ 50 mil)	1.516	1.377	-9%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

### 3. Potencialidades en el sector agrícola

Las importaciones chinas de productos agrícolas (considerando los capítulos 01 – 24 del Sistema Armonizado<sup>7</sup>) aumentaron a una tasa anual del 19%, mientras las no agrícolas lo hicieron al 15% entre los años 2001 - 2015. Las importaciones agrícolas de China pasaron de una participación del 4% al 6,3% entre los años mencionados.

Gráfico N° 5 – **Participación de los productos agrícolas e industriales en las importaciones totales de china**



Fuente: DNII en base a Trade Map.

Del universo de productos agrícolas, los bienes importados por China de mayor importancia en 2015 fueron:

- Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos.
- Cereales.
- Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras.
- Carne y despojos comestibles.
- Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos.

<sup>7</sup> En este caso no se extrajo el capítulo 03 del Sistema Armonizado, ni se consideraron otras excepciones establecidas por la OMC por considerarlas de escasa significación para el análisis realizado.

Entre los capítulos agrícolas más dinámicos importados por China entre el período 2001 – 2015 (superaron variaciones anualizadas del 20%), se destacaron algunos productos en donde Uruguay presenta ventajas competitivas y en algunos casos posee flujos de comercio bastante reducidos con China.

- Cereales.
- Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones.
- Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre.
- Preparaciones en base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería.
- Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural.
- Animales vivos.
- Café, té, yerba mate y especias.
- Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos.

En el cuadro presentado seguidamente se observan las importaciones chinas de productos agrícolas, identificando los principales 4 proveedores de cada categoría en 2015. Se destaca la importante presencia de Estados Unidos, algunos países europeos, Australia y Nueva Zelanda y algunos miembros de la ASEAN. La identificación de estos últimos mercados adquiere importancia para Uruguay, ya que se trata de países competidores de Uruguay y que han profundizado sus preferencias comerciales con China en los últimos años.

**Cuadro 13 – Importaciones chinas de bienes agrícolas**

Capítulo	Descripción	Año, miles de US\$		Participación		Variación	Principales proveedores (primeros 4 en 2015)
		2001	2015	2001	2015		
12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos.	3.343.988	39.817.320	34,3%	37,8%	19%	Brasil, Estados Unidos, Argentina y Canadá
10	Cereales.	607.388	9.349.598	6,2%	8,9%	22%	Estados Unidos, Australia, Francia y Ucrania
15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras.	775.750	7.894.883	7,9%	7,5%	18%	Indonesia, Malasia, Ucrania y Argentina
02	Carne y despojos comestibles.	598.013	6.798.207	6,1%	6,4%	19%	Australia, Brasil, Nueva Zelanda y Alemania
03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos.	1.330.929	6.335.959	13,6%	6,0%	12%	Rusia, Estados Unidos, Canadá y Nueva Zelanda
08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	367.035	6.009.606	3,8%	5,7%	22%	Tailandia, Chile, Vietnam y Filipinas
23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; ali. para animales.	638.871	4.427.217	6,5%	4,2%	15%	Estados Unidos, Perú, Chile y Tailandia
22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre.	146.205	4.281.448	1,5%	4,1%	27%	Francia, Australia, Estados Unidos y Chile
19	Prep. a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería.	93.217	3.842.636	1,0%	3,6%	30%	Holanda, Irlanda, Alemania, Singapur
04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural.	218.892	3.303.849	2,2%	3,1%	21%	Nueva Zelanda, Estados Unidos, Australia y Alemania
07	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios.	209.711	2.621.426	2,1%	2,5%	20%	Tailandia, Vietnam, Canadá e India
17	Azúcares y artículos de confitería.	376.215	2.080.132	3,9%	2,0%	13%	Brasil, Tailandia, Cuba y Australia
24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados.	267.554	1.863.737	2,7%	1,8%	15%	Zimbabue, Brasil, Estados Unidos y Zambia
21	Preparaciones alimenticias diversas.	181.590	1.788.106	1,9%	1,7%	18%	Estados Unidos, Australia, Malasia y Taipei Chino.
11	Productos de la molinera, malta, almidón y fécula, inulina, gluten de trigo.	80.703	952.465	0,8%	0,9%	19%	Tailandia, Vietnam, Holanda y Alemania
20	Prep. de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plantas.	85.187	875.068	0,9%	0,8%	18%	Estados Unidos, Brasil, Corea del Sur y Tailandia
18	Cacao y sus preparaciones.	80.250	872.210	0,8%	0,8%	19%	Italia, Malasia, Indonesia y Ghana
01	Animales vivos.	34.830	551.594	0,4%	0,5%	22%	Australia, Nueva Zelanda, Chile y Francia
05	Los demás produc. de orig. animal, no comprendidos en otros capítulos.	172.827	466.016	1,8%	0,4%	7%	Estados Unidos, Nueva Zelanda, Holanda y Dinamarca
09	Café, té, yerba mate y especias.	21.325	397.582	0,2%	0,4%	23%	Vietnam, Indonesia, Malasia y Sri Lanka
16	Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos.	14.408	239.658	0,1%	0,2%	22%	Perú, Tailandia, Corea del Sur, Taipei Chino
13	Gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales.	31.611	227.643	0,3%	0,2%	15%	Estados Unidos, Francia, India y Dinamarca
06	Plantas vivas y productos de la floricultura.	22.145	217.672	0,2%	0,2%	18%	Holanda, Japón, Tailandia y Chile
14	Materias trenzables, demás produc. de origen vegetal.	64.822	196.111	0,7%	0,2%	8%	Malasia, India, Indonesia y Turkmenistán
Total productos agrícolas y agroindustriales		9.763.466	105.410.143	100%	100%	19%	

Fuente: DNII en base a Trade Map.

Como es sabido, Uruguay no ha logrado avanzar en negociaciones comerciales con Asia Pacífico (más allá del limitado acuerdo que tiene el Mercosur con India), tratándose justamente de la zona más dinámica en términos económicos y comerciales y una de las más activas en la firma de acuerdos comerciales. El escaso dinamismo del Mercosur en su agenda externa llevó a una pérdida de preferencias relativas con China en comparación con otros mercados competidores.

Debe tenerse en cuenta que la firma de acuerdos comerciales con China no solo mejoran las condiciones de acceso (en algunos casos se enfrentan elevados niveles arancelarios en las colocaciones de bienes agrícolas), sino también se negocian capítulos sanitarios y fitosanitarios y otras certificaciones que hacen posible la colocación de las mercaderías en dicho mercado.

Atendiendo a la demanda creciente de China en alimentos procesados, es esperable que Uruguay avance en la negociación de un acuerdo comercial con China, lo que permitirá acortar la brecha en los niveles de competitividad en relación a las colocaciones de otros mercados competidores que además de preferencias arancelarias y mejores condiciones de acceso, cuentan con una mayor cercanía geográfica.

#### **4. Entrevista al Embajador Fernando Lugris**

El Embajador Fernando Lugris es un diplomático de carrera del Servicio Exterior de Uruguay. Desde marzo del año 2015 fue Coordinador Nacional de Uruguay en la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), a cargo de la Presidencia pro t mpore uruguaya, hasta que en diciembre de ese año presentó credenciales como Embajador Extraordinario y Plenipotenciario ante la República Popular China. De 2010 al presente ejerce como Presidente del Comité Intergubernamental de Negociaciones (CNI) de un acuerdo legalmente vinculante sobre Mercurio. Entre 2013 y 2015 fue Representante Permanente de Uruguay ante el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y ONU HABITAT. Es Licenciado en Relaciones Internacionales de la Facultad de Derecho de la Universidad de la República y cursó estudios terciarios en el *Presbyterian College* de Clinton, Carolina del Sur, Estados Unidos de América; en el Instituto del Servicio Exterior de la India, en Nueva Delhi, India; y en el Instituto

Artigas del Servicio Exterior, Academia Diplomática del Uruguay, donde completó su formación diplomática entre los años 1997 y 1999.

### **¿Cómo definiría el estado actual de las relaciones entre Uruguay y China?**

El estado actual de las relaciones es excelente. Ha llegado a uno de los puntos más altos desde el establecimiento de relaciones diplomáticas hace ya casi 30 años. ¿Por qué decimos que es excelente? Porque está alcanzando un momento histórico en tanto China se ha transformado en los últimos años en el primer socio comercial de Uruguay. En los primeros meses del año registramos un récord histórico de venta de carne a este país, y también constatamos el arribo de inversiones muy importantes al país. Esto viene a cristalizar una diplomacia comercial que se ha venido desarrollando en las últimas décadas pero que llega a un punto significativo en este período. También decimos que es excepcional por el nivel de las visitas políticas. En estos últimos meses hemos tenido consultas políticas entre las cancillerías a nivel de viceministros de Relaciones Exteriores, Comisión Mixta para los asuntos económicos y comerciales y el encuentro de los cancilleres de ambos países en China, en ocasión del cual se lograron dar pasos muy importantes en el sentido de multidimensionar esta relación que se torna claramente estratégica para nuestro país.

En ese sentido, cabe destacar que Uruguay está abocado hoy por hoy a la preparación de una gran misión comercial que habrá de hacerse presente en la décima edición de la cumbre empresarial China-América Latina, que tendrá lugar en el mes de octubre en la ciudad de Tangshan, donde se anunciará que la siguiente edición se realizará en Punta del Este, Uruguay. Todos estos puntos, sumados a otras áreas de la relación bilateral que se están profundizando, me llevan a concluir que estamos en un excelente momento de la relación tanto desde el ángulo político como económico, comercial, cultural y de cooperación.

### **¿A través de qué mecanismos o instrumentos comerciales entiende sería conveniente profundizar la relación entre Uruguay y China? ¿Es viable suscribir un TLC? ¿qué restricciones se enfrentarían?**

Hay una batería muy importante de instrumentos de política comercial que se pueden continuar utilizando para dinamizar esta relación comercial que ya es muy significativa y que claramente el gobierno quiere profundizar. Entre ellos se encuentran los temas

relativos a aspectos sanitarios y fitosanitarios, que son centrales al momento de poder estimular los flujos comerciales, sobre todo de un país con fuerte matriz agropecuaria, como la que presenta el Uruguay. En ese sentido, nosotros mantenemos una negociación de carácter permanente con las instituciones chinas relevantes para asegurar y mejorar las condiciones de acceso de nuestros productos en el gran mercado chino.

Debo decir que si bien el trabajo es muy arduo y de una naturaleza técnica muy profunda, se están dando pasos muy importantes. Uruguay tiene un nivel de acceso muy importante a este mercado, que es el que está consumiendo mayor cantidad de productos - sobre todo alimenticios- a nivel global. Y éste también es el mercado que muestra que a futuro habrá de seguir consumiéndolos en forma incremental. Por supuesto que también existen otras herramientas, como la promoción del comercio, cada vez más importante para cualquier estrategia comercial. En ese sentido, esta Embajada, junto a Uruguay XXI, al INAC y a la Dirección General de Asuntos Económicos del Ministerio de Relaciones Exteriores viene desarrollando una serie de acciones de promoción comercial que resultan por demás importantes. Es el caso de la participación en las ferias promocionales más importantes de China: nosotros estimulamos así al sector privado nacional a hacerse cada vez más presente en este mercado. Sobre los acuerdos de libre comercio, usted me pregunta si son una posibilidad; claramente lo son, porque China tiene una política muy clara de negociar este tipo de acuerdos con sus socios.

Podemos citar ejemplos muy exitosos como los de Perú y Chile en Suramérica o Australia y Nueva Zelanda, para nombrar países con matrices exportadoras similares a las nuestras. Allí, China ha negociado acuerdos que yo denominaría “acuerdos integrales de comercio”, porque van mucho más allá de la mera desgravación arancelaria, ingresando en otras zonas de integración de las economías, alcanzando inclusive áreas como la cooperación científica, la facilitación del movimiento de personas, a lograr una integración como la que ha logrado, por ejemplo, Australia, que beneficiada con este tipo de acuerdos, hoy por hoy está recibiendo a más de un millón de turistas chinos.

Es decir que va mucho más allá de aspectos como el comercio de bienes, que tradicionalmente uno puede advertir en los acuerdos de libre comercio. A manera de ejemplo el número de estudiantes chinos que se encuentran cursando sus estudios en las universidades de Nueva Zelanda o Australia son otro indicador de que estos acuerdos han venido a enriquecer la dinámica comercial, pero también cultural y social. Claro

que para que estos países llegaran a la decisión de negociar este tipo de acuerdos con China fue necesario que previamente se produjera un diálogo a nivel interno, y la realización de estudios de factibilidad, que fueron los que ayudaron a tomar la decisión política de iniciar estos procesos, que en los casos que he señalado han sido muy exitosos. Como es de conocimiento público, China propuso a los países del MERCOSUR iniciar un estudio de viabilidad para la negociación de un posible acuerdo de libre comercio hace ya varios años.

**Las exportaciones uruguayas a China se encuentran altamente concentradas, ¿en qué sectores entiende Usted hay posibilidades de diversificación?**

Las exportaciones uruguayas se encuentran concentradas en aquellos rubros en los que el comercio exterior uruguayo también se encuentra concentrado. Y China es hoy, claramente, el socio fundamental para sectores como la carne, las lanas, la pulpa de celulosa, la madera y, por supuesto, la soja. Pero creemos que existen posibilidades de diversificar nuestras exportaciones, por ejemplo, en los productos lácteos que ya ingresan al mercado chino y pueden tener mejores perspectivas de crecimiento en el mediano y largo plazo. Creemos que tienen que desarrollarse acciones más agresivas de parte de nuestro sector privado en este mercado tan importante y de un crecimiento tan significativo. Hay sectores como la pesca que también podrían verse beneficiados de la enorme demanda del mercado chino. Acabamos de firmar protocolos que habilitan el ingreso de los cítricos y de arándanos, y seguimos trabajando por otras habilitaciones que no son otra cosa que nuevas posibilidades para el país.

**La competitividad de China en el sector servicios se encuentra aún muy por debajo de su potencial, ¿existen en este sentido oportunidades específicas en este sector para Uruguay?**

China también está experimentando fuertes cambios al interior de su economía buscando orientarse a los servicios. Y creemos que hay posibilidades interesantes para que allí surjan acciones de cooperación entre ambas economías. Creemos también que el sector de la logística está llamado a jugar un rol importante en esta ecuación bilateral. China, que es un gran país exportador, necesita nuevas plataformas para potenciar su

comercio en la región. Y el hecho de que Uruguay sea un nodo logístico importante - además de un país agroexportador muy significativo- es un potencial muy atractivo para los inversores chinos.

**América Latina busca ampliar la agenda con China más allá del comercio, este es el caso de las inversiones, la financiación de bancos chinos, los planes de infraestructura, entre otras áreas. ¿Coincide con la aseveración de que se está ante una nueva fase de las relaciones entre China y América Latina?, ¿es el grupo CELAC – China un espacio para avanzar en este sentido?**

China ha hecho un ofrecimiento muy importante a la CELAC en su conjunto para desarrollar una nueva forma de relacionamiento, que implica contar a China no solamente como un socio comercial de primera línea sino también como un inversor deseoso de participar sobre todo en grandes proyectos de infraestructura en la región. Creo que aquellos que evalúan a la situación actual como una nueva fase en el relacionamiento entre China y América Latina están en lo cierto. El presidente Xi Jinping ha presentado lineamientos a la CELAC en su conjunto, eligiendo este foro en tanto incluye a todos los países de América Latina y el Caribe, con una propuesta muy global, muy abarcativa, pero que también tiene sectores muy bien señalados como el de la energía, el de las telecomunicaciones, o el del transporte. China cuenta con una cantidad muy significativa de capitales, por lo cual puede realizar préstamos interesantes a los países con los cuales mantiene un buen relacionamiento, y por otra parte grandes empresas en el área de las infraestructuras que están listas para desarrollar proyectos y megaproyectos en el exterior. Es así que en otros países de América Latina vemos el desembarco de proyectos de inversión mediante la financiación de los bancos y empresas chinas. Los Juegos Olímpicos que hoy por hoy se están desarrollando en Río muestran la presencia china en algunos de nuestros países, y esta presencia, creo yo, es una presencia que seguramente llegó para quedarse.

## 5. Anexo estadístico

### Exportaciones

#### Cuadro N° 14 - Exportaciones uruguayas a China por producto

(Capítulo del S.A, mayores a US\$ 1 millón. Sin zonas francas)

Descripción abreviada Capítulo (2)	Enero - Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2015	2016	2015	2016		
02-CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES.	276,3	269,0	31%	50%	-3%	-1%
12-SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS.	473,7	177,9	53%	33%	-62%	-33%
51-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO.	81,5	49,4	9%	9%	-39%	-4%
04-LECHE Y PRODUCTOS LACTEOS.	10,7	12,0	1%	2%	12%	0%
23-RESIDUOS Y DESPERDICIOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS.	9,8	8,7	1%	2%	-11%	0%
44-MADERA, CARBON VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA.	9,8	8,6	1%	2%	-12%	0%
41-PIELAS (EXCEPTO LA PELETERIA) Y CUEROS.	10,0	4,9	1%	1%	-51%	-1%
71-PERLAS NATURALES (FINAS)* O CULTIVADAS.	6,3	3,7	1%	1%	-42%	0%
03-PESCADOS Y CRUSTACEOS.	4,4	2,2	0%	0%	-51%	0%
74-COBRE Y SUS MANUFACTURAS.	1,4	1,8	0%	0%	29%	0%
15-GRASA Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES.	1,4	1,1	0%	0%	-19%	0%
<b>Subtotal</b>	<b>885</b>	<b>539</b>	<b>99%</b>	<b>99%</b>	<b>-39%</b>	
<b>Resto</b>	<b>11</b>	<b>3</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>-75%</b>	
<b>Total</b>	<b>896</b>	<b>542</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>-40%</b>	<b>-40%</b>

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

#### Cuadro N° 15 - Exportaciones uruguayas a China por producto

(Partida del S.A., mayores a US\$ 1 millón. Sin zonas francas)

Descripción abreviada Partida (4)	Enero - Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2015	2016	2015	2016		
0202-CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADA.	245,6	240,9	27%	44%	-2%	-1%
1201-HABAS (POROTOS, FRIJOLAS, FREJOLAS)* DE SOJA (SOYA).	473,6	177,9	53%	33%	-62%	-33%
5101-LANA SIN CARDAR NI PEINAR.	52,2	32,1	6%	6%	-39%	-2%
0206-DESPOJOS COMESTIBLES DE ANIMALES DE LAS ESPECIES BOVINA.	29,1	26,4	3%	5%	-10%	0%
5105-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO, CARDADOS O PEINADOS.	27,1	15,9	3%	3%	-41%	-1%
2301-HARINA, POLVO Y <PELLETS>, DE CARNE, DESPOJOS.	9,5	8,7	1%	2%	-8%	0%
0402-LECHE Y NATA (CREMA).	1,5	7,7	0%	1%	415%	1%
4407-MADERA ASERRADA O DESBASTADA LONGITUDINALMENTE.	6,1	5,2	1%	1%	-15%	0%
7103-PIEDRAS PRECIOSAS (EXCEPTO LOS DIAMANTES) .	6,3	3,7	1%	1%	-41%	0%
4403-MADERA EN BRUTO, INCLUSO DESCORTEZADA.	3,7	3,4	0%	1%	-6%	0%
4104-CUEROS Y PIELAS CURTIDOS O <CRUST>, DE BOVINO.	5,2	2,9	1%	1%	-44%	0%
0406-QUESOS Y REQUESON.	2,3	2,5	0%	0%	9%	0%
0303-PESCADO CONGELADO, EXCEPTO LOS FILETES.	2,9	2,2	0%	0%	-25%	0%
7404-DESPERDICIOS Y DESECHOS, DE COBRE.	1,4	1,8	0%	0%	29%	0%
0204-CARNE DE ANIMALES DE LAS ESPECIES OVINA O CAPRINA.	1,6	1,6	0%	0%	0%	0%
0404-LACTOSUERO, INCLUSO CONCENTRADO O CON ADICION DE AZUCAR.	4,0	1,3	0%	0%	-67%	0%
5103-DESPERDICIOS DE LANA O PELO FINO U ORDINARIO.	2,0	1,3	0%	0%	-34%	0%
1502-GRASA DE ANIMALES DE LAS ESPECIES BOVINA, OVINA O CAPRINA.	1,4	1,1	0%	0%	-19%	0%
4107-CUEROS PREPARADOS DESPUES DEL CURTIDO O SECADO.	2,8	1,1	0%	0%	-62%	0%
<b>Subtotal</b>	<b>878</b>	<b>538</b>	<b>98%</b>	<b>99%</b>	<b>-39%</b>	
<b>Resto</b>	<b>18</b>	<b>4</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>-76%</b>	
<b>Total</b>	<b>896</b>	<b>542</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>-40%</b>	<b>-40%</b>

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

**Cuadro N° 16 - Empresas exportadoras a China**  
(Sin zonas francas)

Empresa	Enero - Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2015	2016	2015	2016		
CARGILL URUGUAY SA	95,9	51,1	11%	9%	-47%	-5%
LDC URUGUAY SA	117,1	35,8	13%	7%	-69%	-9%
BREEDERS & PACKERS URUGUAY SA	31,6	29,7	4%	5%	-6%	0%
PULSA SA	22,8	27,8	3%	5%	22%	1%
FRIGORIFICO TACUAREMBO S A	24,1	23,9	3%	4%	-1%	0%
FRIGORIFICO SAN JACINTO NIREA S A	18,8	19,0	2%	4%	2%	0%
EVERA S A C	15,2	18,9	2%	3%	24%	0%
TOPS FRAY MARCOS S A	20,6	17,9	2%	3%	-13%	0%
RONDATEL S.A.	4,7	17,8	1%	3%	280%	1%
ONTILCOR SOCIEDAD ANONIMA	17,9	17,0	2%	3%	-5%	0%
FRIGORIFICO CANELONES S A	25,4	15,4	3%	3%	-39%	-1%
FRIGORIFICO LAS PIEDRAS S A	15,4	14,1	2%	3%	-9%	0%
COOP. AGRARIA NACIONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	22,1	13,2	2%	2%	-40%	-1%
INALER S.A.	24,1	12,8	3%	2%	-47%	-1%
CLEDINOR S A	7,9	12,5	1%	2%	59%	1%
CHIADEL S A	11,2	11,9	1%	2%	6%	0%
CONAPROLE	8,6	11,6	1%	2%	35%	0%
LORSINAL S A	9,2	11,5	1%	2%	25%	0%
ESTABLECIMIENTOS COLONIA S A	9,6	10,0	1%	2%	4%	0%
ERSINAL SOCIEDAD ANONIMA	7,6	9,5	1%	2%	25%	0%
BARRACA JORGE W ERRO S A	39,8	9,3	4%	2%	-77%	-3%
BILACOR SOCIEDAD ANONIMA	8,0	9,2	1%	2%	16%	0%
SIRSIL S A	7,2	9,2	1%	2%	27%	0%
FRIGORIFICO CASA BLANCA S A FRICASSA	6,9	7,9	1%	1%	14%	0%
RANTEX S A	15,9	7,4	2%	1%	-53%	-1%
LANAS TRINIDAD S A	18,3	7,2	2%	1%	-61%	-1%
GARMET S A	15,4	6,6	2%	1%	-57%	-1%
ESTANCIAS PUPPO SOCIEDAD ANONIMA	4,8	6,4	1%	1%	33%	0%
KILAFEN S A	5,0	6,3	1%	1%	26%	0%
FRIGORIFICO CARRASCO S A	23,7	6,2	3%	1%	-74%	-2%
THOMAS MORTON S A	11,7	4,6	1%	1%	-61%	-1%
CHARBONNIER AUDI GONZALO ABEL	0,0	3,9	0%	1%	nc	nc
CHS URUGUAY S.R.L	20,0	3,9	2%	1%	-81%	-2%
URUFOR S A	4,4	3,7	0%	1%	-16%	0%
CARDAMA SA	5,2	3,6	1%	1%	-30%	0%
COSECHAS DE URUGUAY S A	6,5	3,5	1%	1%	-46%	0%
ROCALMAR SOCIEDAD ANONIMA	26,8	3,4	3%	1%	-87%	-3%
FRIGOCERRO SOCIEDAD ANONIMA	0,6	3,3	0%	1%	503%	0%
GRINSOL S A	0,9	3,3	0%	1%	279%	0%
CENTRAL LANERA URUGUAYA COOP AGRARIA DE RESPONSABILIDAD	3,7	3,1	0%	1%	-17%	0%
ALPINO LIMITADA	9,1	2,7	1%	0%	-70%	-1%
FADISOL S.A.	7,3	2,4	1%	0%	-66%	-1%
GRANICOR SOCIEDAD ANONIMA	1,5	2,4	0%	0%	64%	0%
WERBA S A	1,5	2,3	0%	0%	51%	0%
COMPAÑIA FORESTAL URUGUAYA S A	1,3	2,3	0%	0%	81%	0%
PAYCUEROS S A	5,0	2,2	1%	0%	-56%	0%
DOS CEIBOS SA	2,8	1,9	0%	0%	-31%	0%
ADM URUGUAY SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES	8,8	1,8	1%	0%	-79%	-1%
YARUS S.A.	3,0	1,8	0%	0%	-41%	0%
CAMINAGRO SOCIEDAD ANONIMA	0,8	1,8	0%	0%	130%	0%
SUCESION CARLOS SCHNECK S.A.	1,6	1,7	0%	0%	9%	0%
GLENCORE S A	3,6	1,6	0%	0%	-55%	0%
AGRO ACOPIO FERTIL SA	1,1	1,6	0%	0%	49%	0%
ULANA S A	3,0	1,6	0%	0%	-48%	0%
NIDERA URUGUAYA S A	4,3	1,5	0%	0%	-65%	0%
PLASKER S.A.	0,0	1,4	0%	0%	nc	nc
JONURY S.A	0,0	1,3	0%	0%	nc	nc
PESQUERIAS BELNOVA S A	1,1	1,2	0%	0%	14%	0%
LE STAGE S A	1,5	1,2	0%	0%	-16%	0%
ENGRAW EXPORT & IMPORT CO S A	3,0	1,0	0%	0%	-65%	0%
<b>Subtotal</b>	<b>794</b>	<b>529</b>	<b>89%</b>	<b>98%</b>	<b>-33%</b>	
<b>Resto</b>	<b>102</b>	<b>13</b>	<b>11%</b>	<b>2%</b>	<b>-87%</b>	
<b>Total</b>	<b>896</b>	<b>542</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>-40%</b>	<b>-40%</b>

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

## Importaciones

### Cuadro N° 17 - Importaciones uruguayas provenientes de China

(Partida del S.A.)

Descripción abreviada Partida (4)	Enero - Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2015	2016	2015	2016		
8517-APARATOS ELECTRICOS DE TELEFONIA.	76,1	89,1	8%	13%	17%	1%
8471-MAQUINAS AUTOMATICAS PARA TRATAMIENTO.	44,7	35,3	5%	5%	-21%	-1%
8541-DIODOS, TRANSISTORES Y DISPOSITIVOS SEMICONDUCTORES.	29,3	22,5	3%	3%	-23%	-1%
3808-INSECTICIDAS, RATICIDAS Y DEMAS ANTIRROEDORES.	27,1	19,1	3%	3%	-30%	-1%
8528-APARATOS RECEPTORES DE TELEVISION.	24,3	18,2	3%	3%	-25%	-1%
6110-SUETERES (JERSEYS), <PULLOVERS>, CARDIGANES.	19,9	14,1	2%	2%	-29%	-1%
3907-POLIACETALES, LOS DEMAS POLIETERES Y RESINAS EPOXI.	21,4	13,5	2%	2%	-37%	-1%
8703-AUTOMOVILES PARA TURISMO Y DEMAS VEHICULOS.	23,7	11,9	3%	2%	-50%	-1%
8502-GRUPOS ELECTROGENOS Y CONVERTIDORES ROTATIVOS.	1,0	10,7	0%	2%	1021%	1%
6402-LOS DEMAS CALZADOS CON SUELA.	16,1	10,6	2%	2%	-34%	-1%
2933-COMPUESTOS HETEROCICLICOS CON HETEROATOMO(S).	12,1	9,7	1%	1%	-20%	0%
8503-PARTES IDENTIFICABLES COMO DESTINADAS A LAS MAQUINAS.	20,7	9,4	2%	1%	-55%	-1%
8443-MAQUINAS Y APARATOS DE IMPRIMIR MEDIANTE CARACTERES.	10,2	9,4	1%	1%	-8%	0%
8415-MAQUINAS Y APARATOS PARA ACONDICIONAMIENTO DE AIRE.	12,4	8,9	1%	1%	-28%	0%
4011-NEUMATICOS (LLANTAS NEUMATICAS) NUEVOS DE CAUCHO.	12,2	8,7	1%	1%	-29%	0%
6404-CALZADO CON SUELA DE CAUCHO, PLASTICO, CUERO NATURAL.	7,4	8,1	1%	1%	9%	0%
4202-BAULES, MALETAS (VALJAS), MALETINES, INCLUIDOS LOS DE ASEO.	8,5	8,0	1%	1%	-5%	0%
8704-VEHICULOS AUTOMOVILES PARA EL TRANSPORTE DE MERCANCIAS.	16,3	7,7	2%	1%	-53%	-1%
9503-LOS DEMAS JUGUETES; MODELOS REDUCIDOS Y MODELOS SIMILARES.	7,0	7,0	1%	1%	1%	0%
9401-ASIENTOS (EXCEPTO LOS DE LA PARTIDA 94.02).	8,0	7,0	1%	1%	-12%	0%
8516-CALENTADORES ELECTRICOS DE AGUA.	8,8	6,9	1%	1%	-22%	0%
8418-REFRIGERADORES, CONGELADORES Y DEMAS MATERIAL.	8,4	6,4	1%	1%	-24%	0%
6204-TRAJES SASTRE, CONJUNTOS, CHAQUETAS (SACOS).	8,3	6,3	1%	1%	-24%	0%
8450-MAQUINAS DE LAVAR ROPA, INCLUSO CON DISPOSITIVO DE SECADO.	5,8	6,3	1%	1%	8%	0%
8711-MOTOCICLETAS (INCLUIDOS LOS CICLOMOTORES).	12,7	6,1	1%	1%	-52%	-1%
6202-ABRIGOS, CHAQUETONES, CAPAS, ANORAKS, CAZADORAS.	6,1	6,0	1%	1%	-2%	0%
8708-PARTES Y ACCESORIOS PARA VEHICULOS AUTOMOVILES.	29,4	5,9	3%	1%	-80%	-3%
8504-TRANSFORMADORES ELECTRICOS, CONVERTIDORES ELECTRICOS.	13,7	5,9	1%	1%	-57%	-1%
3102-ABONOS MINERALES O QUIMICOS NITROGENADOS.	1,3	5,9	0%	1%	351%	0%
7308-CONSTRUCCIONES Y SUS PARTES.	5,5	5,7	1%	1%	4%	0%
9405-APARATOS PARA ALUMBRADO.	6,3	5,5	1%	1%	-13%	0%
6203-TRAJES (AMBOS O TERNOS), CONJUNTOS, CHAQUETAS (SACOS).	5,8	5,0	1%	1%	-15%	0%
<b>Subtotal</b>	<b>510</b>	<b>401</b>	<b>55%</b>	<b>58%</b>	<b>-22%</b>	
<b>Resto</b>	<b>413</b>	<b>295</b>	<b>45%</b>	<b>42%</b>	<b>-29%</b>	
<b>Total</b>	<b>924</b>	<b>696</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>-25%</b>	

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

### Cuadro N° 18– Importaciones uruguayas originarias de China

(Por empresa)

Empresa	Enero - Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2015	2016	2015	2016		
ANTEL	26,6	35,1	15%	17%	32%	5%
CENTRO CEIBAL	21,4	22,4	12%	11%	4%	1%
CARLOS GUTIERREZ S A	23,5	18,4	13%	9%	-22%	-3%
ALTO CIELO S.A.	0,0	14,8	0%	7%	nc	nc
TELEFONICA MOVILES DEL URUGUAY S.A	16,6	12,5	9%	6%	-25%	-2%
CHIC PARISIEN S A	12,9	11,3	7%	6%	-12%	-1%
CRISTALPET S A	12,1	10,8	7%	5%	-10%	-1%
ADMINISTRACION NACIONAL DE USINAS Y TRASMISIONES	14,6	10,0	8%	5%	-31%	-3%
COMPAÑIA CIBELES S A	7,0	9,0	4%	4%	29%	1%
TA TA S A	8,5	8,8	5%	4%	3%	0%
MOTOCICLO S A	9,1	8,5	5%	4%	-7%	0%
INDUTOP S A	8,9	8,1	5%	4%	-9%	0%
GLYMONT S.A.	0,0	7,7	0%	4%	nc	nc
RADITON SOCIEDAD ANONIMA	0,0	6,4	0%	3%	nc	nc
P C SERVICE S.A.	5,3	6,3	3%	3%	19%	1%
TAMPA SOCIEDAD ANONIMA	4,7	6,2	3%	3%	32%	1%
DIVINO S A	5,2	5,1	3%	3%	0%	0%
<b>Subtotal</b>	<b>177</b>	<b>202</b>	<b>19%</b>	<b>29%</b>	<b>14%</b>	
<b>Resto</b>	<b>747</b>	<b>494</b>	<b>81%</b>	<b>71%</b>	<b>-34%</b>	
<b>Total</b>	<b>924</b>	<b>696</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>-25%</b>	<b>-25%</b>

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

### Cuadro N°19 – Importaciones uruguayas originarias de China en Admisión Temporal

(Por empresa)

Empresa	Enero - Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2015	2016	2015	2016		
CRISTALPET S A	9,9	9,0	13%	30%	-9%	-1%
DRILLTEC SOCIEDAD ANONIMA	0,1	2,2	0%	8%	1397%	3%
LEB SA	8,3	2,2	11%	7%	-74%	-8%
ROEMMERS S A	4,2	1,5	5%	5%	-64%	-3%
DIROX S A	0,8	1,2	1%	4%	61%	1%
PINTURAS INDUSTRIALES S A	0,9	1,0	1%	3%	8%	0%
COMPAÑIA CIBELES S A	1,5	1,0	2%	3%	-33%	-1%
BELMOUR INVERSIONES S A	0,1	0,8	0%	3%	1144%	1%
DIDERAL S.A.	1,4	0,8	2%	3%	-46%	-1%
DARNEL PACKAGING S.A	1,3	0,8	2%	3%	-39%	-1%
CHEMINOVA URUGUAY S.A	1,3	0,6	2%	2%	-54%	-1%
PROQUIMUR S.A.	0,2	0,6	0%	2%	249%	1%
ANARELA S A	0,7	0,5	1%	2%	-25%	0%
LABORATORIOS MICROSULES URUGUAY S A	1,2	0,5	2%	2%	-58%	-1%
PROMAK S A	0,7	0,5	1%	2%	-29%	0%
FANACIF SA	0,2	0,5	0%	2%	197%	0%
LANCO S A	0,5	0,5	1%	2%	-8%	0%
<b>Subtotal</b>	<b>33</b>	<b>24</b>	<b>43%</b>	<b>81%</b>	<b>-28%</b>	
<b>Resto</b>	<b>44</b>	<b>6</b>	<b>57%</b>	<b>19%</b>	<b>-87%</b>	
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>-62%</b>	<b>-62%</b>

Fuente: DNII en base a SmartDATA.