



UCU

Universidad
Católica del
Uruguay



RELACIONES COMERCIALES

URUGUAY - INDIA

Informe trimestral | abril – junio 2021
Año 7 | N° 13 – 2 de agosto de 2021

Instituto de **Negocios Internacionales**

#1

Si bien se proyectaba que India crecería en 2021, dado el desempeño económico registrado, se espera una nueva contracción lo cual ha llevado a millones de indios a la pobreza.

#2

Sin considerar zonas francas, el saldo comercial con India es deficitario para Uruguay. En el segundo trimestre de 2021, las exportaciones totalizaron US\$ 16,9 millones, mientras que las importaciones alcanzaron a US\$ 49,9 millones.

#3

En el período, los principales productos exportados fueron: madera (US\$ 14,3 millones), lana (US\$ 1,3 millones) y aluminio (US\$ 410.000). La principal empresa exportadora fue TGL Uruguay S.A. (US\$ 6,1 millones).

#4

Los principales productos importados en abril-junio, fueron: petróleo (US\$ 13,9 millones), automóviles (US\$ 9,8 millones) y transformadores eléctricos (US\$ 3 millones). La principal empresa importadora fue ANCAP (US\$ 13,8 millones).

#5

La multiplicidad cultural del país, así como la diversidad geográfica hace que no exista una estrategia única para hacer negocios en India.

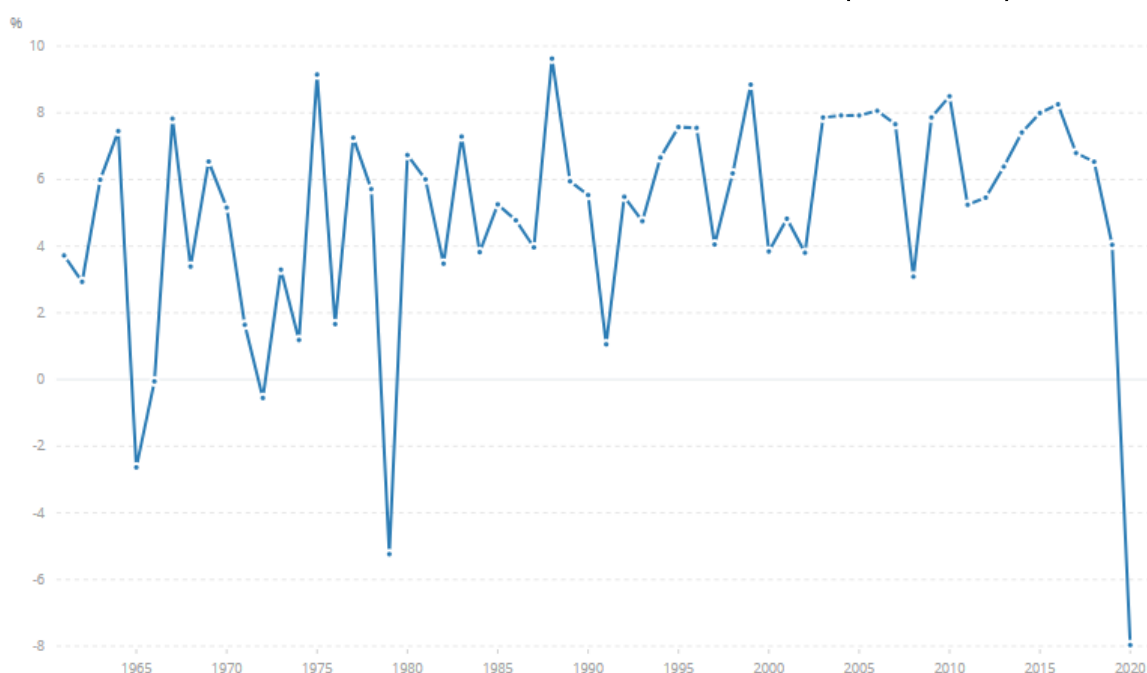
Contenido

1. Entorno económico de India	3
2. Comercio exterior entre Uruguay e India.....	4
3. Hacer negocios con India.....	9
4. Anexo estadístico.....	12

1. Entorno económico de India¹

India es la quinta economía más grande del mundo y ha sido en las últimas décadas un actor importante en el crecimiento económico mundial. Previa a la pandemia, se habían registrado tasas de crecimiento relativamente altas (entre 4% y 8%). En 2020, la economía global registró una contracción de aproximadamente 4,3% y el impacto de la crisis en India fue mayor, - 7,3%.

Gráfico 1 – Crecimiento del Producto Interno Bruto (1961-2020)



Fuente: Banco Mundial.

Los organismos internacionales habían proyectado un crecimiento en India en 2021, pero estas tasas fueron revisadas a la baja. Si bien en el primer trimestre de este año la economía creció 0,4% respecto al mismo período de 2020, Sonal Varma, economista jefe del grupo de inversión Nomura, estimó que el PIB se contraerá 1,5% en este cuarto de año.

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

Alrededor de 230 millones de indios cayeron en la pobreza debido a la pandemia el año pasado, según un estudio de la Universidad Azim Premji de Bangalore, que definió a los pobres como aquellos que viven con menos de 375 rupias (US\$ 5) al día.

Algunos países desarrollados han reaccionado ante la grave situación humanitaria y económica de India. Por ejemplo, Reino Unido envió concentradores de oxígeno y ventiladores. Estados Unidos mandó materias primas de vacunas, medicamentos, pruebas rápidas y ventiladores. Y Alemania trasladó asistencia médica y oxígeno.

La crisis india derivada de la pandemia acarrea también consecuencias geopolíticas en la región. En el contexto de la crisis, China aprovecha para ganar influencia en los países vecinos de su rival india como Sri Lanka, al que ha donado vacunas, equipos de protección, mascarillas y pruebas de diagnóstico. Estas acciones han recibido en los medios internacionales el nombre de “diplomacia de las mascarillas”.

Junto con Rusia, China ha contribuido a compensar la escasez de vacunas provocada por la incapacidad de India para suministrarlas, no solamente a Sri Lanka sino también a Nepal, Pakistán y Bangladesh, países que son parte de la llamada Nueva Ruta de la Seda china, un gran proyecto de infraestructuras concebido por Pekín para expandir sus redes comerciales.

2. Comercio exterior entre Uruguay e India

Las exportaciones, sin zonas francas, de Uruguay a India en el segundo trimestre del año, crecieron 505% y totalizaron US\$ 16,9 millones. Las importaciones también se incrementaron, pero a menor tasa, 44%.

En este período, el saldo comercial con India se mantuvo deficitario para Uruguay. El saldo negativo fue de US\$ 33 millones, levemente superior al registrado en abril-junio de 2020.

Cuadro 1 - **Saldo comercial con India**
(Sin zonas francas)

Abril - Junio

	Millones de US\$		Variación
	2020	2021	2021/2020
Exportaciones	2,8	16,9	505%
Importaciones	34,7	49,9	44%
Saldo	-31,9	-33,0	

Fuente: INI en base a SmartDATA.

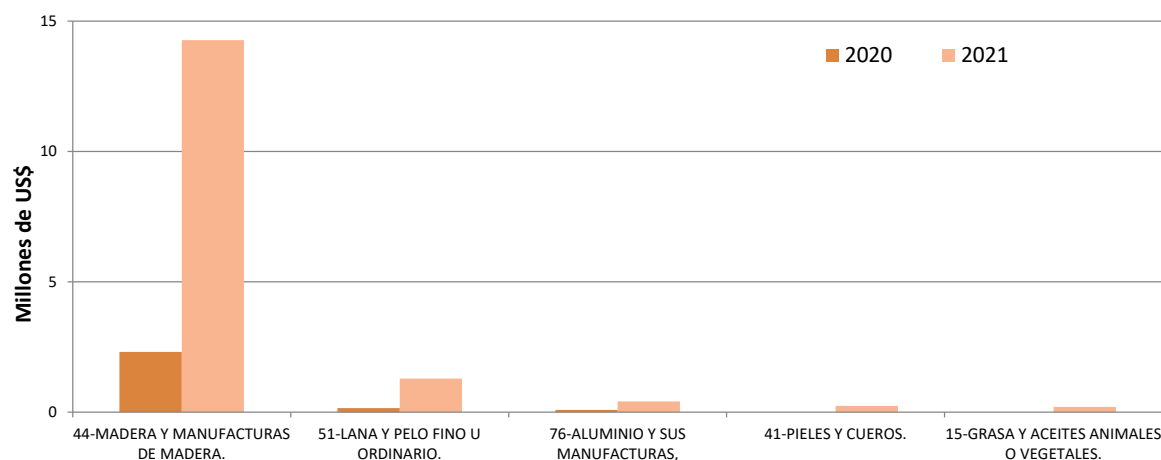
La madera fue el principal producto exportado por Uruguay a India en el segundo trimestre de 2021. Solo este producto concentró el 84% de las colocaciones con este destino. El monto exportado se incrementó 517% respecto al registrado un año atrás (pasando de US\$ 2,3 millones a US\$ 14,27 millones en el período) y este crecimiento se debe principalmente a un aumento del volumen exportado dado que las toneladas comercializadas fueron 5,2 veces superiores. El 100% de estas colocaciones correspondió a madera en bruto (partida 4403) y el 42,8% de estas ventas las concretó la empresa TGL Uruguay S.A. (US\$ 6,1 millones).

La lana, producto tradicionalmente exportado a India, se encuentra en segundo lugar (US\$ 1,3 millones), la participación fue del 8% aunque el monto exportado se incrementó notoriamente, 751%, en el segundo trimestre del año con relación al mismo período de 2020. En este período se colocó casi el 50% del total exportado en todo el año 2020. Lana sin cardar ni peinar (partida 5101) fue el principal producto exportado de este capítulo por US\$ 1,1 millones y el 92% de estas ventas fueron realizadas por la empresa TOPS Fray Marcos S.A.

En tercer lugar, se encuentra el aluminio y sus manufacturas cuya participación fue de 2% y registró también un gran incremento, 368% alcanzando US\$ 410.000 en el período, casi 39% más que lo exportado en todo 2020. La totalidad de este monto corresponde a desperdicios y desechos de aluminio (partida 7602) y el 92,6% de este monto fue exportado por la empresa WERBA S.A.

Gráfico 2 - Principales capítulos exportados

(Segundo trimestre)



Fuente: INI en base a SmartDATA.

Considerando las 10 principales partidas exportadas a India (cuadro 4), todas ellas incrementaron los montos exportados respecto al segundo trimestre de 2020 con excepción de desperdicios y desechos de plomo (partida 7802) que se ubicó en décimo lugar y se redujo 43%, la reducción en el volumen exportado fue de 49%. En el segundo trimestre de 2020 y de 2021, este producto fue colocado exclusivamente por la empresa WERBA S.A.

Se registra también alta concentración en cuanto a las empresas exportadoras. Las principales cinco empresas, concentraron el 78% de las colocaciones a India y tan solo 14 representaron el 99%. En el primer lugar del ranking se encuentra TGL Uruguay S.A. que representó el 36% de lo exportado a India en el segundo trimestre de 2021 seguida por Forestal Oriental S.A. (13%) y Compañía Forestal Uruguaya S.A. (13%). En el séptimo lugar del ranking de empresas se encuentra Tops Fray Marcos S.A., cuyas ventas a India se incrementaron 1.448%, alcanzando a US\$ 1,02 millones y se concentraron en lana esquilada, sub-partida 510121, (ver cuadro 5).

Gráfico 3 – Empresas exportadoras
(Segundo trimestre)



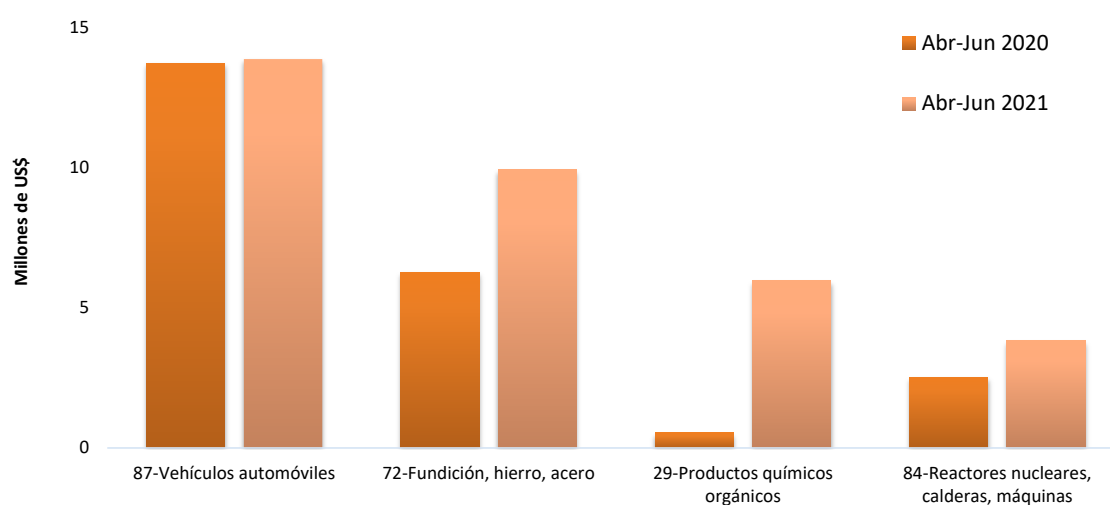
Fuente: INI en base a SmartDATA.

Las importaciones uruguayas desde India totalizaron US\$ 50 millones en el período abril-junio de 2021, este monto fue 44% mayor al registrado en el mismo período de 2020. Combustibles minerales (capítulo 27 del SA), fue el principal producto importado desde India por US\$ 13,9 millones, prácticamente el mismo monto registrado un año atrás y tuvo una participación de 28%.

Vehículos automotores (capítulo 87 del SA), fue el segundo producto en el mismo período con adquisiciones por US\$ 9,9 millones que representaron el 20% de las importaciones desde India. Además, registró un buen desempeño dado el crecimiento de 58% explicando 11% de la variación total de las importaciones (44%). A nivel de partida, estas compras se concentraron en automóviles para turismo (partida 8703), con importaciones por US\$ 7,5 millones.

En tercer lugar, se encuentran los productos laminados planos de hierro o acero (partida 7210). El monto adquirido fue US\$ 6,9 millones, creció más de 1.000% y explicó 16% del crecimiento de las importaciones. El 91% de estas adquisiciones fueron realizadas por ARMCO Uruguay S.A.

Gráfico 4 - Principales capítulos importados
(Segundo trimestre)



Fuente: INI en base a SmartDATA.

A nivel de empresas, ANCAP se encuentra en primer lugar con importaciones por US\$ 13,9 millones. Representó el 28% de lo importado desde India en el semestre. Le siguen en importancia AYAX S.A. y ARMCO URUGUAY S.A., cuyos montos fueron US\$ 7,6 millones y US\$ 5,4 millones, respectivamente y sus participaciones llegaron a 15% y 11%, respectivamente. Esta última empresa se destaca por haber tenido una variación en sus adquisiciones del 3.651% y una incidencia de 15% en la variación total dado el incremento en las compras de productos laminados planos de hierro (partida 7210). Fueron 367 empresas las que concretaron importaciones por al menos US\$ 1.000. Por otro lado, UTE representó la mayor incidencia negativa, -3%, dado que sus importaciones de transformadores eléctricos se redujeron 55%.

Cuadro 2 - Cantidad de empresas importadoras desde India
(Segundo trimestre)

N° de empresas	Monto de importación	Participación sobre el total de las empresas importadoras desde India
1 empresas >	US\$ 10 millones	0,3%
3 empresas >	US\$ 1 millón	1%
60 empresas >	US\$ 100 mil	16%
367 empresas importaron desde India*		

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

Fuente: INI en base a SmartDATA.

3. Hacer negocios con India

En el año 2020 India se posicionó en el puesto 63 del ranking Doing Business del Banco Mundial, de 190 economías analizadas. Con más de 1.300 millones de habitantes, es el segundo mayor mercado, después de China, por cantidad de personas, lo que representa una gran oportunidad para las empresas dado el número de potenciales consumidores.

India es un país con un alto porcentaje de personas jóvenes. Se estima para que para el año 2028 la población en edad de trabajar superará a la de China, con una edad promedio de 36 años. Esta población activa cada vez más joven será una fuente de innovación en productos que se adapten a sus necesidades. Asimismo, la clase media india se encuentra en aumento, incrementando también los segmentos específicos de consumidores por categorías, como jóvenes de zonas rurales, mujeres trabajadoras urbanas, entre otros.

La multiplicidad cultural del país, así como la diversidad geográfica hace que no exista una estrategia única para hacer negocios. La gran segmentación existente requiere un conocimiento profundo de la demanda local, de sus productos y pautas de consumo, de sus aspiraciones, así como de las peculiaridades socioeconómicas y geográficas de cada uno de sus estados.

Los tiempos de maduración de los negocios suelen ser lentos, ya que suelen tener un manejo **distinto del tiempo**. Una gran porción de las empresas en India son familiares, que vienen de varias generaciones, y otra gran cantidad son del Estado, lo que puede aumentar la burocracia. Asimismo, incluso en el entorno de negocios los tiempos suelen ser flexibles, por lo cual los retrasos o esperas no deben ser considerados como una falta de respeto, asimismo respecto a la informalidad. La toma de decisiones es un proceso lento y las decisiones finales generalmente las toma la persona con más autoridad, lo que hace que los retrasos en las negociaciones sean algo común.

El **79,8%** de la población india es hindú, lo que representa a más de 1.000 millones de personas, mientras que un **14,2%** es musulmana, más de 184 millones de habitantes. La población musulmana de India es la tercera más grande del mundo detrás de Indonesia y Pakistán. Estos datos deben ser considerados a la hora de segmentar el mercado indio y seleccionar el público objetivo, considerando los gustos y preferencias de los consumidores, de acuerdo a su religión. Con relación al idioma, el inglés es el idioma de los negocios en India, no obstante, tanto el inglés como el hindi son los idiomas oficiales. Además, existen 22 idiomas reconocidos.

Oportunidades de negocios. India tiene 40 ciudades con más de un millón de habitantes, 396 ciudades con entre 100.000 y 1 millón de habitantes y 2.500 ciudades con entre 10.000 y 100.000 habitantes, por lo cual en India siempre hay que tener en cuenta lo absoluto y lo relativo, dado que lo que podría ser una ciudad chica para el país, en realidad es un mercado con una cantidad interesante de posibles consumidores.

Tradicionalmente, los dos principales centros de negocio eran las zonas metropolitanas de **Delhi y Mumbai**, lo que ha cambiado en la actualidad. En los últimos años se ha desatado una competición entre los principales estados de la India para atraer inversiones y potenciar el comercio. Mientras que las grandes metrópolis presentan problemas de congestión, las nuevas ciudades tienen un crecimiento más dinámico.

India es considerada un país con actuación sectorial estratégica: por ejemplo, se destacan las infraestructuras de transporte, entre ellas el sector ferroviario, incluyendo proyectos de red

convencional, metro y cercanías; el sector del agua; el sector industrial (maquinaria de envase y embalaje, componentes de automoción, fabricación avanzada). Asimismo, dentro del sector agroalimentario cabe mencionar los productos gourmet y la fruta, entre otros. Mientras que en el sector bienes de consumo, los productos de belleza y de cuidado personal presentan oportunidades.

Existen una diversidad de estados y ciudades para hacer negocios con múltiples oportunidades. Como se mencionó anteriormente, más allá de Nueva Delhi y Mumbai hay muchas otras regiones y ciudades que están siendo identificadas por empresarios como fuente de oportunidades para entablar relaciones comerciales. Entre ellos, el estado de Tamil Nadu, con su capital Chennai (7 millones de habitantes) está captando el interés de los empresarios que, en un principio, miraron hacia Bengaluru y ahora se fijan en el dinamismo de este estado. Cuenta, además, con buenos puertos y conexiones aéreas internacionales.

Otros estados con ciudades interesantes para entablar negocios son Karnataka y Telangana. El primero, con su capital, Bangalore que alberga 8,4 millones de habitantes, se ha convertido en la capital del software de la India y es sede de numerosas empresas extranjeras de tecnologías de la información y de biotecnología. Cuenta con conexiones aéreas internacionales y una vida social más parecida a la occidental. Mientras que el segundo, Telangana, con su capital Hyderabad de 6,8 millones de habitantes, es uno de los polos de desarrollo del sur de la India. Es el sexto estado en atracción de inversión extranjera, con un importante atractivo para el sector farmacéutico, ya que en él se lleva a cabo 1/3 de la producción nacional. Por ello, al querer ingresar al mercado indio, se recomienda orientar la investigación de mercado hacia otros estados y ciudades más allá de los tradicionales para hacer negocios, que también son una fuente de oportunidades y se encuentran en pleno desarrollo.

4. Anexo estadístico

Cuadro 3 – Principales capítulos exportados a India

Capítulo (2) Descripción abreviada	Abril-Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2020	2021	2020	2021	2021/2020	
44-MADERA Y MANUFACTURAS DE MADERA.	2,31	14,27	83%	84%	517%	428%
51-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO.	0,15	1,28	5%	8%	751%	41%
76-ALUMINIO Y SUS MANUFACTURAS,	0,09	0,41	3%	2%	368%	12%
41-PIELES Y CUEROS.	0,00	0,24	0%	1%	--	--
15-GRASA Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES.	0,00	0,20	0%	1%	--	--
04-LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS.	0,00	0,16	0%	1%	--	--
72-FUNDICIÓN, HIERRO Y ACERO.	0,04	0,13	1%	1%	210%	3%
78-PLOMO Y SUS MANUFACTURAS.	0,17	0,10	6%	1%	-43%	-3%
Subtotal	2,76	16,78	99%	99%	508%	502%
Resto	0,03	0,11	1%	1%	221%	3%
Total	2,79	16,89	100%	100%	505%	505%

Fuente: INI en base a SmartDATA.

Cuadro 4 – Principales partidas exportadas a India

Partida (04) Descripción abreviada	Abril-Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2020	2021	2020	2021	2021/2020	
4403-MADERA EN BRUTO, INCLUSO DESCORTEZADA.	2,23	14,27	80%	84%	539%	431%
5101-LANA SIN CARDAR NI PEINAR.	0,09	1,10	3%	7%	1194%	36%
7602-DESPERDICIOS Y DESECHOS, DE ALUMINIO.	0,09	0,41	3%	2%	368%	12%
5105-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO.	0,07	0,18	2%	1%	177%	4%
0404-LACTOSUERO.	0,00	0,16	0%	1%	--	--
1507-ACEITE DE SOJA (SOYA) Y SUS FRACCIONES.	0,00	0,13	0%	1%	--	--
7204-DESPERDICIOS Y DESECHOS, DE FUNDICIÓN, HIERRO O ACERO.	0,04	0,13	1%	1%	210%	3%
4107-CUEROS PREPARADOS DESPUÉS DEL CURTIDO O SECADO.	0,00	0,12	0%	1%	--	--
4104-CUEROS Y PIELES CURTIDOS O <CRUST>, DE BOVINO.	0,00	0,12	0%	1%	--	--
7802-DESPERDICIOS Y DESECHOS, DE PLOMO.	0,17	0,10	6%	1%	-43%	-3%
Subtotal	3	17	96%	99%	524%	502%
Resto	0	0	4%	1%	55%	2%
Total	3	17	100%	100%	505%	505%

Fuente: INI en base a SmartDATA.

Cuadro 5 – Principales empresas exportadoras a India

Empresa	Abril-Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2020	2021	2020	2021	2021/2020	
TGL URUGUAY S.A.	0,00	6,11	0%	36%	--	--
FORESTAL ORIENTAL S.A.	0,75	2,25	27%	13%	201%	54%
COMPAÑIA FORESTAL URUGUAYA S.A.	0,74	2,20	26%	13%	197%	52%
FIDEICOMISO 9090/2019	0,00	1,32	0%	8%	--	--
FIDEICOMISO 54498/2016	0,00	1,31	0%	8%	--	--
FIDEICOMISO 724/2013	0,75	1,09	27%	6%	46%	12%
TOPS FRAY MARCOS S.A.	0,07	1,02	2%	6%	1448%	34%
WERBA S.A.	0,28	0,57	10%	3%	105%	11%
ENGRAW EXPORT & IMPORT CO S.A.	0,00	0,18	0%	1%	--	--
CONAPROLE	0,00	0,16	0%	1%	--	--
SMART COMMODITIES S.R.L.	0,00	0,13	0%	1%	--	--
PAYCUEROS S.A.	0,00	0,12	0%	1%	--	--
AROCENA ORTIZ DE TARANCO IGNACIO S.A.	0,00	0,12	0%	1%	--	--
FILMETAL S.A.	0,00	0,10	0%	1%	--	--
Subtotal	3	17	92%	99%	547%	505%
Resto	0	0	8%	1%	0%	0%
Total	3	17	100%	100%	505%	505%

Fuente: INI en base a SmartDATA.

Cuadro 6 – Principales capítulos importados desde India

Descripción abreviada Capítulo	Abril-Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2020	2021	2020	2021	2021/2020	
27-COMBUSTIBLES MINERALES.	13,7	13,9	40%	28%	1%	0%
87-VEHÍCULOS AUTOMÓVILES.	6,3	9,9	18%	20%	58%	11%
72-FUNDICIÓN, HIERRO Y ACERO.	0,5	6,0	2%	12%	1014%	16%
29-PRODUCTOS QUÍMICOS ORGÁNICOS.	2,5	3,8	7%	8%	51%	4%
84-REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MÁQUINAS.	0,6	2,4	2%	5%	278%	5%
39-PLÁSTICO Y SUS MANUFACTURAS.	1,5	1,6	4%	3%	10%	0%
54-FILAMENTOS SINTÉTICOS O ARTIFICIALES.	0,4	1,5	1%	3%	255%	3%
63-LOS DEMAS ARTÍCULOS TEXTILES CONFECCIONADOS.	0,7	1,4	2%	3%	86%	2%
85-MÁQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO	2,0	1,3	6%	3%	-36%	-2%
30-PRODUCTOS FARMACÉUTICOS.	0,5	1,2	2%	2%	112%	2%
61-PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, DE PUNTO.	0,1	0,6	0%	1%	347%	1%
40-CAUCHO Y SUS MANUFACTURAS.	0,3	0,6	1%	1%	112%	1%
32-EXTRACTOS CURTIENTES O TINTÓREOS.	0,3	0,6	1%	1%	65%	1%
38-PRODUCTOS DIVERSOS DE LAS INDUSTRIAS QUÍMICAS	0,1	0,6	0%	1%	615%	1%
28-PRODUCTOS QUÍMICOS INORGÁNICOS.	0,8	0,5	2%	1%	-37%	-1%
57-ALFOMBRAS Y DEMÁS REVESTIMIENTOS PARA EL SUELO, DE MATERIA TEXTIL.	0,1	0,5	0%	1%	715%	1%
62-PRENDAS Y COMPLEMENTOS.	0,2	0,4	1%	1%	118%	1%
55-FIBRAS SINTÉTICAS O ARTIFICIALES DISCONTINUAS.	0,3	0,3	1%	1%	1%	0%
33-ACEITES ESENCIALES Y RESINOIDES.	0,1	0,3	0%	1%	113%	0%
94-MUEBLES; MOBILIARIO MÉDICO QUIRÚRGICO.	0,1	0,2	0%	0%	151%	0%
73-MANUFACTURAS DE FUNDICIÓN, HIERRO O ACERO.	1,2	0,2	4%	0%	-80%	-3%
34-JABÓN, AGENTES DE SUPERFICIE ORGÁNICOS.	0,1	0,2	0%	0%	58%	0%
69-PRODUCTOS CERÁMICOS.	0,1	0,2	0%	0%	71%	0%
59-TELAS IMPREGNADAS, RECUBIERTAS, REVESTIDAS O ESTRATIFICADAS.	0,2	0,2	1%	0%	-1%	0%
64-CALZADO, POLAINAS Y ARTÍCULOS ANÁLOGOS.	0,1	0,2	0%	0%	161%	0%
Sub total	33	49	95%	97%	47%	45%
Resto	2	1	5%	3%	-21%	-1%
Total	35	50	100%	100%	44%	44%

Fuente: INI en base a SmartDATA.

Cuadro 7- Principales empresas importadoras desde India

Descripción abreviada	Abril-Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2020	2021	2020	2021	2021/2020	
Capítulo	2020	2021	2020	2021	2021/2020	
ANCAP.	13,7	13,9	39%	28%	1%	1%
AYAX S.A.	4,8	7,6	14%	15%	57%	8%
ARMCO URUGUAYA S.A.	0,1	5,4	0%	11%	3651%	15%
OLIVA GARDEN S.A.	0,2	0,8	1%	2%	235%	2%
UTE.	1,7	0,8	5%	2%	-55%	-3%
ICLOS URUGUAY S.A.	0,2	0,7	1%	1%	194%	1%
LABORATORIOS MICROSULES URUGUAY S.A.	0,3	0,7	1%	1%	151%	1%
INTERAGROVIAL S.A.	0,2	0,6	0%	1%	252%	1%
JUAN CAVAJANI S.A.	0,3	0,6	1%	1%	79%	1%
HIERROSUR S.R.L.	0,0	0,5	0%	1%	N/A	N/A
TRAXPALCO S.A.	0,0	0,5	0%	1%	N/A	N/A
TORNOMETAL S.A.	0,2	0,5	1%	1%	190%	1%
MEGALABS URUGUAY S.A.	1,1	0,5	3%	1%	-56%	-2%
SERVIAM S.A.	0,0	0,5	0%	1%	N/A	N/A
PERTILCO S.A.	0,4	0,5	1%	1%	N/A	N/A
INSALCOR S.A.	0,2	0,4	0%	1%	148%	1%
CORPORACIÓN DE MAQUINARIA S.A.	0,2	0,4	0%	1%	119%	1%
CRISTALPET S.A.	0,7	0,4	2%	1%	-51%	-1%
DIROX S.A.	0,7	0,4	2%	1%	-49%	N/A
LEB S.A.	0,4	0,3	1%	1%	-23%	N/A
DALSICAR S.A.	0,1	0,3	0%	1%	264%	N/A
DULARI S.R.L.	0,1	0,3	0%	1%	263%	N/A
SERVIMEDICS.A.	0,1	0,3	0%	1%	183%	1%
ICU VITAS.A.	0,3	0,3	1%	1%	4%	0%
MURRY S.A.	0,0	0,3	0%	1%	3298%	1%
TEXTIL LA PAZ S.A.	0,2	0,2	1%	0%	30%	0%
BARLINCO S.A.	0,0	0,2	0%	0%	N/A	N/A
SURF S.A.	0,0	0,2	0%	0%	N/A	N/A
Subtotal	26	38	76%	76%	45%	34%
Resto	8	12	24%	24%	41%	10%
Total	35	50	100%	100%	44%	44%

Fuente: INI en base a SmartDATA.