

Las relaciones comerciales entre Uruguay y China

Informe semestral | enero - junio 2017

Año 6 | N° 11

29 de setiembre de 2017



Departamento de Negocios Internacionales e Integración
Facultad de Ciencias Empresariales

Av. 8 de Octubre 2801 | Tel: 2487 2717 int. 6261 y 6267 | dnii@ucu.edu.uy | ucu.edu.uy



Universidad
Católica del
Uruguay

Contenido

1. Entorno económico y comercial de China	4
2. Comercio exterior de bienes entre Uruguay y China	7
2.1 Exportaciones primer semestre 2017	8
2.2 Importaciones primer semestre 2017	13
3. Las Cumbres Empresariales China, Latinoamérica y el Caribe	17
4. Anexo estadístico	20

Sin considerar las exportaciones desde y a través de zonas francas, la balanza comercial en bienes con China fue positiva para Uruguay en el primer semestre 2017.

La economía de China ha presentado una recuperación en el año 2017, ajustando las proyecciones de crecimiento a un 6,9%.

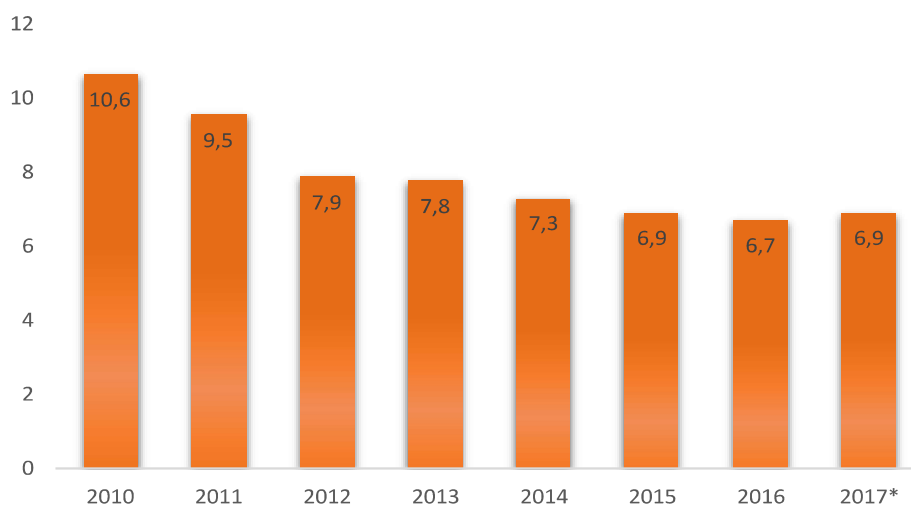
El objetivo de las cumbres China – LAC es crear un ámbito de acercamiento y conocimiento mutuo para explorar las posibilidades de incrementar los vínculos comerciales y de inversiones.

En el año 2017, la XI Cumbre Empresarial China, Latinoamérica y el Caribe (China – LAC) se realizará en Punta del Este, Uruguay, del 30 de noviembre al 2 de diciembre.

1. Entorno económico y comercial de China¹

La economía de China ha presentado una recuperación en el año 2017. Según los analistas y organismos internacionales, la previsión de crecimiento del PIB chino sería de 6,5% para el presente año, sin embargo, la realidad ha derivado en un ajuste de las proyecciones. Luego de seis años de disminución, se espera que el crecimiento del país asiático sea de un 6,9% para 2017, cifra superior al 6,7% alcanzado en 2016.

Gráfico 1 – Tasa de crecimiento del PIB de China



*Proyección

Fuente: elaboración propia en base a Banco Mundial y *World Economic Forum*.

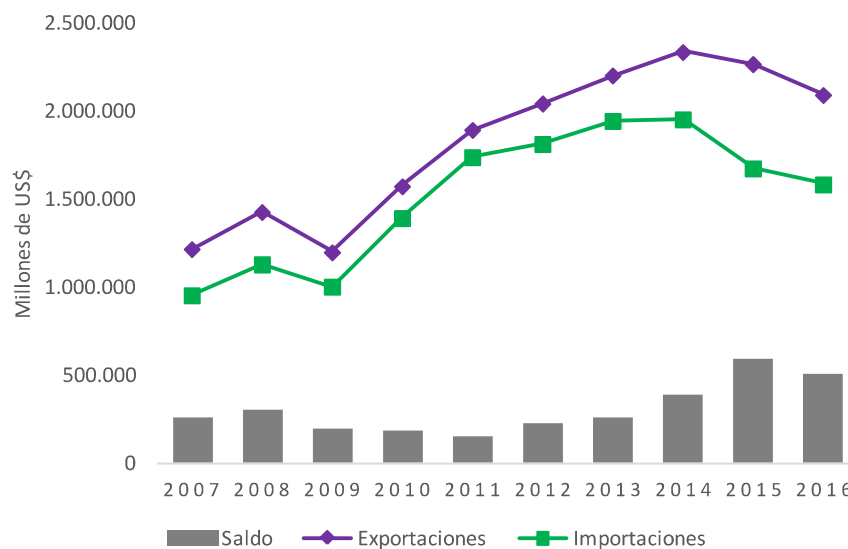
Cabe recordar que China se encuentra pasando por un proceso de profundos cambios estructurales que están llevando al país hacia una economía basada en la producción de manufacturas con alto contenido tecnológico, la potenciación de la demanda interna y la expansión del comercio de servicios, lo que deriva en un cambio de su estructura productiva. Al respecto, el profesor Stephen S. Roach (2017) del *Jackson Institute of Global Affairs*, de la *Yale University* expresó que “China parece estar pasando de una postura de adaptarse a la globalización a impulsarla”².

¹ Equipo técnico involucrado en la realización del informe: Dr. Ignacio Bartesaghi (Director), Lic. María Eugenia Pereira (Investigadora) y Lic. Natalia De María (Investigadora).

² Roach, S. (2017) “La próxima China”, en *World Economic Forum*. Disponible en: <https://www.weforum.org/es/agenda/2017/05/la-proxima-china-a6b3794b-26f8-4fa4-9b31-d025883e4122>

Si se analiza lo sucedido con el comercio de bienes de China, las exportaciones al mundo totalizaron US\$ 2.097.637 millones en 2016, mientras que las importaciones sumaron US\$ 1.587.921 millones. Si bien a partir del año 2015, tanto las colocaciones como las adquisiciones chinas han sufrido una disminución, el saldo siempre ha sido favorable para el país asiático.

Gráfico 2 - Comercio total de bienes de China



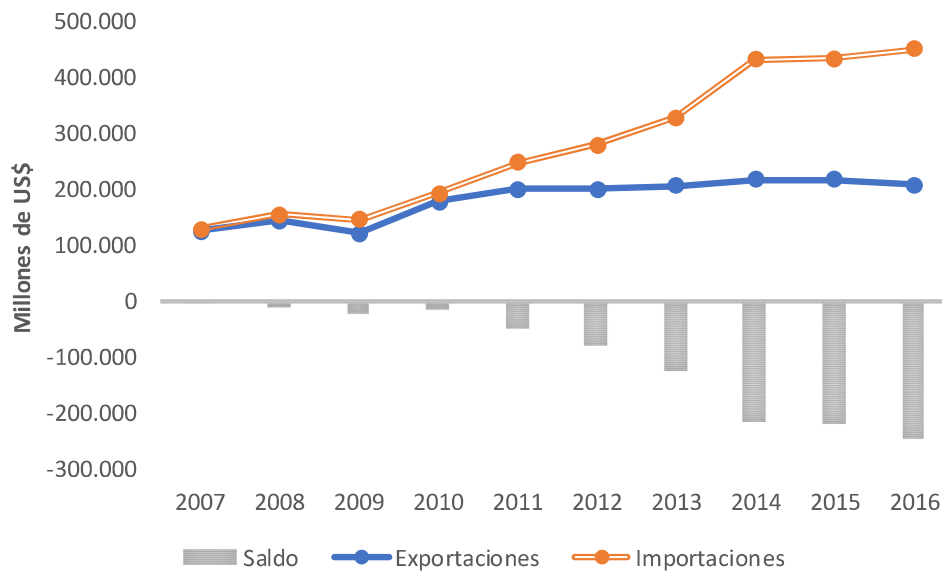
Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

En cuanto a sus socios comerciales, su principal comprador en 2016 fue Estados Unidos, representando el 18% del total de las exportaciones chinas. Le siguen en importancia la Región Administrativa de Hong Kong (14%), Japón (6%) y la República de Corea (4%), representando en conjunto el 43% del total de las colocaciones chinas.

Por su parte, las importaciones tienen como principal origen a la República de Corea con un 10% del total de las compras de China, seguida de Japón, Taiwán (Taipei Chino) y Estados Unidos con un 9% cada uno. Estos cuatro mercados representaron el 36% del total de las importaciones de China en 2016. Al respecto del comercio de China con sus socios de Asia Pacífico y Estados Unidos, es relevante recordar la relevancia de las cadenas globales de valor asiáticas, con un importante papel del comercio de bienes intermedios y servicios.

Este último ha mostrado un comportamiento distinto al de bienes. Si bien las exportaciones de servicios han seguido la misma línea presentando una disminución a partir de 2015, las importaciones han continuado incrementándose. Mientras que en 2016 las exportaciones de servicios han presentado una variación negativa de 4,2%, las importaciones mostraron un crecimiento de 3,9%.

Gráfico 3 – Comercio total de servicios de China



Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

2. Comercio exterior de bienes entre Uruguay y China

El comercio entre Uruguay y China en el primer semestre de 2017 presentó una variación positiva tanto en las exportaciones como en las importaciones. Respecto a las primeras, totalizaron US\$ 897 millones, un 44% más que en el 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. Por su parte, las adquisiciones uruguayas provenientes del mercado chino, alcanzaron los US\$ 785 millones, mostrando un aumento de 13% en relación a 2016.

Cuadro 1 – Comercio bilateral de Uruguay con China

(Primer semestre 2016 – 2017, no incluye zonas francas)

	Enero - Junio		
	2016	2017	Variación
Exportaciones	625	897	44%
Importaciones	696	785	13%
Saldo	-71	112	

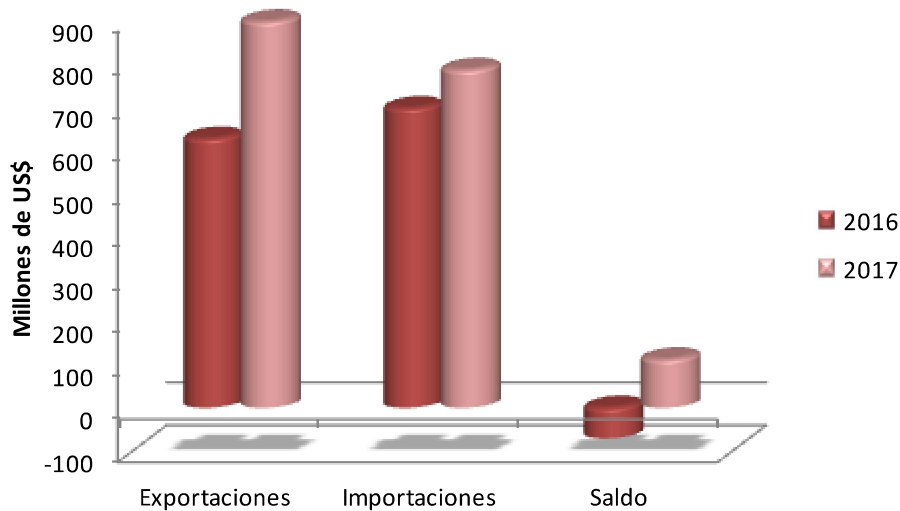
Fuente: DNII en base a SmartDATA.

En el primer semestre de 2017, el saldo del comercio de bienes entre Uruguay y China fue favorable para Uruguay, incluso sin considerar el comercio de zona francas que aumenta aún más el saldo favorable (en los primeros cinco meses de 2017 China informó compras de pasta de celulosa por un total de US\$ 230 millones, monto que no es publicado en la base de la Dirección Nacional de Aduanas).

Si bien no es habitual contar con un saldo comercial favorable con China sin computar las ventas desde y a través de zonas francas, debido al buen desempeño de las exportaciones de soja, carne y madera, se alcanzó de todas formas un superávit en el primer semestre de 2017.

Gráfico 4 – Comercio bilateral de bienes de Uruguay con China

(Primer semestre 2016 – 2017, no incluye zonas francas)



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

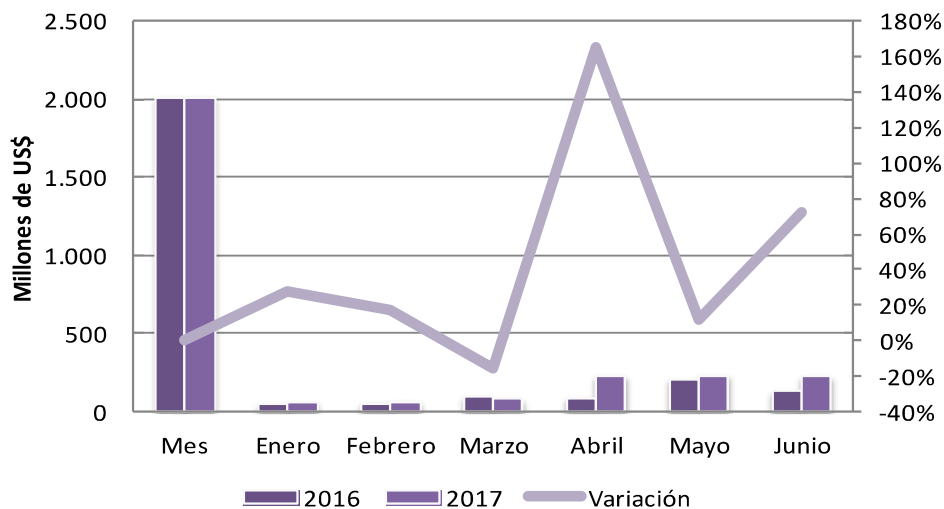
2.1 Exportaciones primer semestre 2017³

Las exportaciones uruguayas alcanzaron los US\$ 897 millones en el primer semestre de 2017, siendo el mes de marzo el único que presentó una variación negativa respecto al año anterior. El aumento de las colocaciones en China representó un 44% adicional a las registradas en el período comprendido entre enero y junio de 2016.

³ Salvo mención expresa en contrario, todos los montos de exportación presentados no incorporan las colocaciones desde y a través de zonas francas instaladas en Uruguay.

Gráfico 5 - Exportaciones uruguayas con destino a China

(Sin zonas francas)

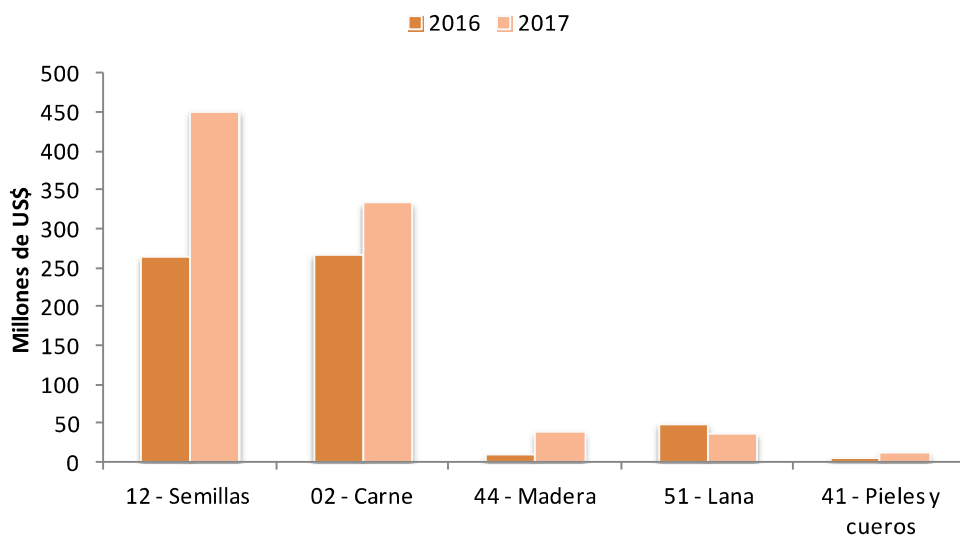


Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Las semillas y frutos oleaginosos fueron el principal producto exportado, creciendo las colocaciones uruguayas de este producto en China un 72%. Fueron 19 las empresas que exportaron semillas al mercado chino, por un valor superior a los US\$ 25.000. Le siguen en importancia la carne y la madera, presentando ambos productos variaciones positivas en el período analizado.

Gráfico 6 – Exportaciones a China por producto

(Enero – junio, sin zonas francas)



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Cuadro 2 – Indicadores de las principales exportaciones uruguayas con destino a China

(Enero – junio, sin zonas francas)

Capítulo*	Millones de US\$ 2017	N° de empresas y los 3 principales exportadores**	Variación 2017/2016	Incidencia
12-SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS.	451,1	19 empresas (Cargill, Nidera, Barraca Jorge W Erro).	72%	30%
02-CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES.	333,3	20 empresas (Breeders & Packers, Frigorífico Tacuarembó, Frigorífico Carrasco).	25%	11%
44-MADERA.	38,3	13 empresas (Muradir, Urufor, Compañía Forestal Uruguaya).	346%	5%
51-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO.	36,6	9 empresas (Tops Fray Marcos, Lanas Trinidad, Rantex).	-26%	-2%
41-PIELES (EXCEPTO LA PELETERIA) Y CUEROS.	12,2	14 empresas (JBS Leather Uruguay, Paycueros, Qiang Jianzhou).	148%	1%
23-RESIDUOS Y DESPERDICIOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS.	8,6	7 empresas (Cardama, Grinsol, Yarus).	-1%	0%
04-LECHE Y PRODUCTOS LACTEOS.	6,2	4 empresas (Conaprole, Compañía Láctea Agropecuaria Lecheros de Young, Pili).	-48%	-1%
71-PERLAS NATURALES (FINAS)* O CULTIVADAS.	3,2	18 empresas (Mosselin Daniel Alencar, Pauer, Blue Stone).	-13%	0%
74-COBRE Y SUS MANUFACTURAS.	2,1	2 empresas (Filmetal, Werba).	15%	0%
03-PESCADOS Y CRUSTACEOS.	1,3	9 empresas (Glinstar, Urexpert, Novabarca).	-40%	0%

* Capítulos con exportaciones superiores a US\$ 1 millón.







**Empresas con ventas superiores a US\$ 25.000.

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Si se analiza lo sucedido a nivel de partida del Sistema Armonizado (S.A.) las habas de soja (partida 1201) fueron el principal producto exportado al mercado chino en el primer semestre de 2017, presentando una variación positiva de 72%. Le sigue la carne bovina congelada (partida 0202) y los despojos comestibles de animales (0206), ambos productos tuvieron un aumento de 22% y 50% respectivamente. De aquellos bienes que mostraron participaciones mayores al 2%, el único que tuvo una variación positiva fue la lana sin cardar ni peinar, disminuyendo un 16% en sus colocaciones durante enero y junio de 2017, con respecto al año anterior.

Cuadro 3 – Comportamiento de los principales productos exportados a China

(Sin zonas francas)

Descripción abreviada	Comportamiento primer semestre 2017/2016
1201-HABAS (POROTOS, FRIJOLES, FREJOLES)* DE SOJA.	
0202-CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADA.	
0206-DESPOJOS COMESTIBLES DE ANIMALES.	
5101-LANA SIN CARDAR NI PEINAR.	
4403-MADERA EN BRUTO.	
4407-MADERA ASERRADA O DESBASTADA LONGITUDINALMENTE.	

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

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

El capítulo 02 del S.A., que presentó una variación positiva de 25% en las colocaciones uruguayas al mercado chino, se vio representado principalmente por las ventas de la partida 0202, correspondiente a la carne de animales de la especie bovina congelada. La mencionada partida superó los US\$ 290 millones, correspondiendo al 87% de las exportaciones de carne a China. Por otro lado, la partida 0206 (despojos comestibles de animales de la especie bovina), totalizó US\$ 39 millones, aumentando sus ventas en un 50% en el período comprendido entre enero y junio de 2017. Este producto significó el 12% de las colocaciones de carne uruguayas al mercado chino.

Cuadro 4 – Comportamiento de las exportaciones a China del capítulo 02

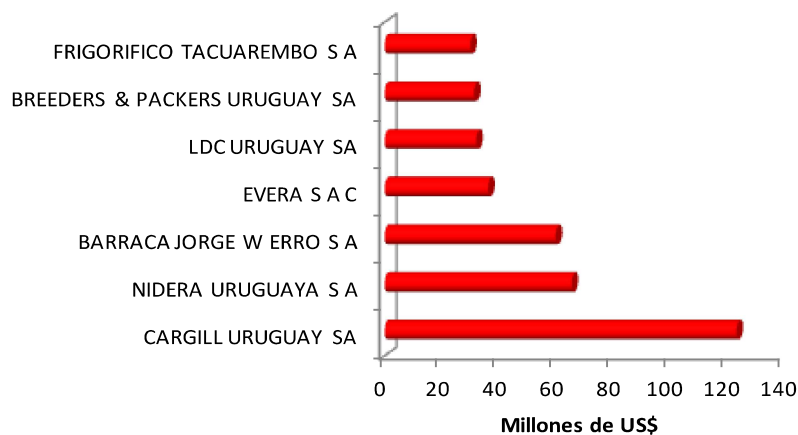
Descripción abreviada Partida	Enero - Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2016	2017	2016	2017	2017/2016	
0202-CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADA.	239,3	290,8	90%	87%	22%	19%
0206-DESPOJOS COMESTIBLES DE ANIMALES DE LAS ESPECIES BOVINA.	26,2	39,3	10%	12%	50%	5%
0204-CARNE DE ANIMALES DE LAS ESPECIES OVINA O CAPRINA, FRESCA.	1,6	3,1	1%	1%	95%	1%
0201-CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, FRESCA O REFRIGERADA.	0,1	0,1	0%	0%	-18%	0%
Total	267	333	100%	100%	25%	25%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Fueron 155 las empresas que exportaron al mercado chino en el primer semestre de 2017, siendo Cargill Uruguay S.A. la que registró el monto superior, por un valor de US\$ 124 millones. Le siguen en importancia Nidera Uruguay S.A. y Barraca Jorge W Erro S.A., siendo además estas tres empresas las principales exportadoras de semillas y frutos oleaginosos a China. En conjunto, representaron el 28% del total de las ventas al mercado chino.

Del total de las empresas que colocaron sus productos en China en el período analizado, un 38% lo hizo por un valor superior al millón de dólares, siendo solamente las tres mencionadas anteriormente las que superaron las ventas por US\$ 40 millones.

Gráfico 7 – Principales empresas exportadoras a China



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Cuadro 5 – Empresas exportadoras hacia China
(Sin zonas francas)

N° de empresas	Monto de exportación	Participación sobre el total de las empresas exportadoras hacia China
3 empresas >	US\$ 40 millones	2%
59 empresas >	US\$ 1 millón	38%
100 empresas >	US\$ 100 mil	65%
155 empresas exportaron a China en el primer semestre de 2017*		

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

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

2.2 Importaciones primer semestre 2017

Las importaciones uruguayas de productos provenientes de China alcanzaron los US\$ 785 millones en el primer semestre de 2017, mostrando un crecimiento de 13% respecto al mismo período del año anterior. Salvo en febrero, el resto de los meses presentó un aumento en comparación a 2016.

Cuadro 6 - Importaciones uruguayas desde China

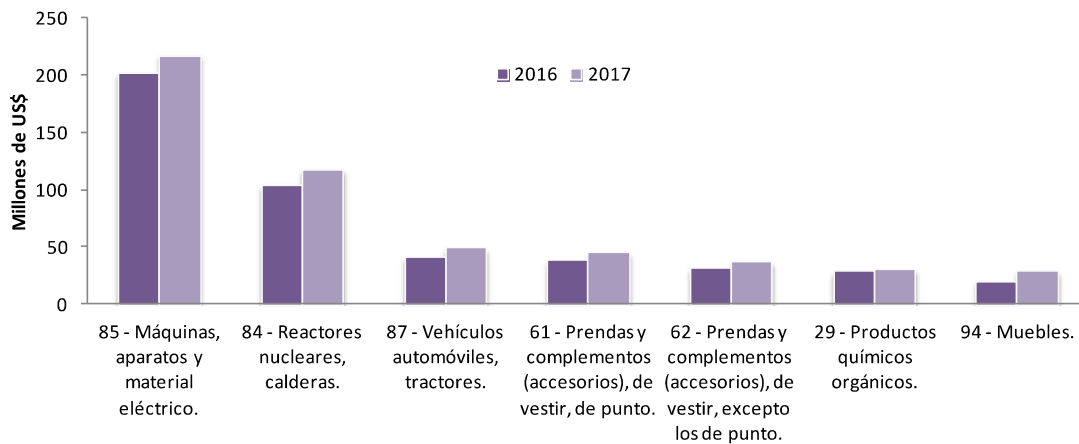
Mes	2016	2017	Variación
Enero	104	140	35%
Febrero	123	110	-11%
Marzo	141	149	6%
Abril	100	119	19%
Mayo	118	136	15%
Junio	110	130	19%
Total	696	785	13%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

En el caso de las importaciones existe una mayor diversificación ya sea a nivel de empresas como de los productos que se adquieren, los cuales tienen mayor contenido tecnológico que los exportados por Uruguay a China. Las máquinas, aparatos y material eléctrico fueron el principal producto adquirido desde el mercado chino, superando los US\$ 217 millones y representando un 28% del total de las compras desde el mencionado país. Asimismo, los productos correspondientes a los capítulos 84, 87 y 61 del S.A. (reactores nucleares, vehículos automóviles y prendas de vestir de punto) presentaron adquisiciones mayores a los US\$ 117 millones, US\$ 48 millones y US\$ 45 millones, respectivamente. Todos estos productos que contabilizaron importaciones por un valor superior a los US\$ 40 millones, registraron un aumento de sus compras en el período analizado.

Gráfico 8 – Importaciones uruguayas provenientes de China

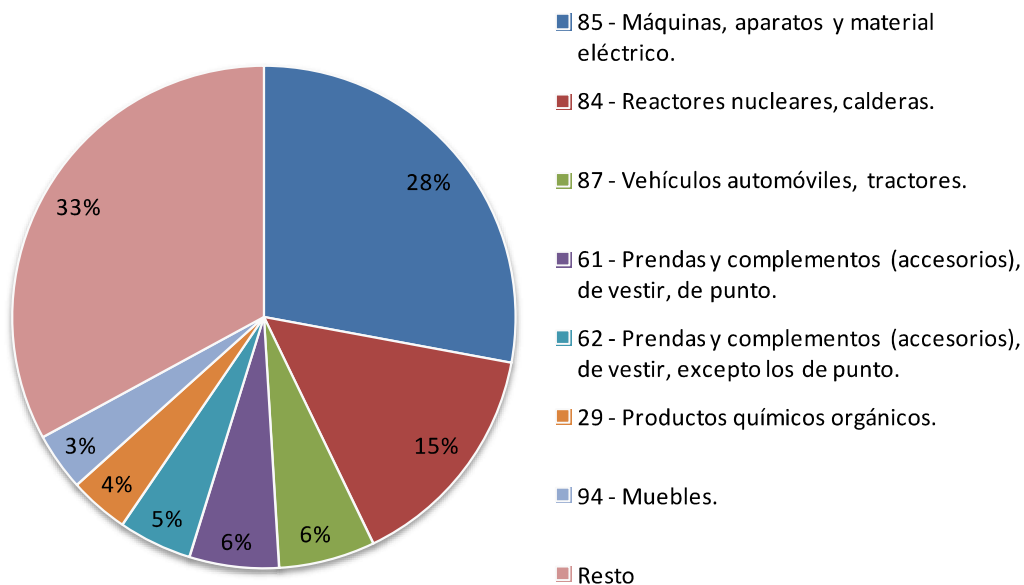
(Enero - junio 2017)



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Gráfico 9 – Participación de las importaciones desde China

(Enero - junio 2017)



Fuente: DNII en base a SmartDATA.

En cuanto al régimen de Admisión Temporal, los dos principales rubros adquiridos por ese sistema desde China fueron productos químicos orgánicos, vehículos automóviles y caucho y sus manufacturas, los que explicaron el 54% del total importado en el primer semestre de 2017.

El uso de Admisión Temporal por las empresas uruguayas totalizó US\$ 28 millones entre enero y junio de 2017, siendo un 7% inferior al mismo período del año anterior. Las empresas que hicieron mayor uso del régimen fueron Besiney S.A. que ingresó mercaderías por un valor superior a los US\$ 5 millones. Le siguen en importancia Compañía Cibeles S.A. y Montelur S.A. con adquisiciones superiores a los US\$ 2 millones cada una.

Cuadro 7 – Importaciones uruguayas originarias de China en Admisión Temporal

(Por Capítulo del S.A.)

Capítulo Descripción abreviada	Enero - Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2016	2017	2016	2017	2017/2016	
29-PRODUCTOS QUIMICOS ORGANICOS.	7,0	7,0	24%	25%	0%	0%
87-VEHICULOS AUTOMOVILES.	0,1	5,4	0%	19%	7320%	18%
40-CAUCHO Y SUS MANUFACTURAS.	0,0	2,6	0%	10%	33262%	9%
39-PLASTICO Y SUS MANUFACTURAS.	14,4	2,0	48%	7%	-86%	-42%
54-FILAMENTOS SINTETICOS O ARTIFICIALES.	0,4	1,3	1%	5%	207%	3%
32-EXTRACTOS CURTIENTES O TINTOREOS.	1,2	1,2	4%	4%	-4%	0%
84-REACTORES NUCLEARES, CALDERAS.	0,0	1,2	0%	4%	3653%	4%
28-PRODUCTOS QUIMICOS INORGANICOS.	0,5	0,8	2%	3%	54%	1%
60-TEJIDOS DE PUNTO.	0,8	0,8	3%	3%	1%	0%
30-PRODUCTOS FARMACEUTICOS.	0,4	0,7	2%	3%	61%	1%
73-MANUFACTURAS DE FUNDICION.	0,4	0,6	1%	2%	64%	1%
85-MAQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELECTRICO.	0,4	0,6	1%	2%	46%	1%
63-LOS DEMAS ARTICULOS TEXTILES CONFECCIONADOS.	0,7	0,6	2%	2%	-25%	-1%
76-ALUMINIO Y SUS MANUFACTURAS.	0,3	0,5	1%	2%	55%	1%
Sub total	27	25	90%	91%	-6%	
Resto	3	2	10%	9%	-16%	
Total	30	28	100%	100%	-7%	-7%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

En el primer semestre de 2017, 3.834 empresas uruguayas importaron mercadería proveniente del mercado chino. Fueron seis las empresas que realizaron adquisiciones mayores a los US\$ 10 millones, siendo las principales ANTEL y Carlos Gutiérrez S.A. Le siguen en importancia Centro Ceibal para el Apoyo a la Educación de la Niñez y Giacote S.A. De las 3.834 empresas que compraron bienes desde China, el 25,3% lo hicieron por valores superiores a los US\$ 100 mil, registrando la amplia mayoría de las empresas adquisiciones inferiores al mencionado monto.

Cuadro 8 – Empresas importadoras desde China

(Primer semestre de 2017)

N° de empresas	Monto de importación	Participación sobre el total de las empresas importadoras desde China
6 empresas >	US\$ 10 millones	0,2%
150 empresas >	US\$ 1 millón	4%
971 empresas >	US\$ 100 mil	25%
3.834 empresas importaron desde China*		

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

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Los indicadores de las importaciones uruguayas provenientes del mercado chino muestran que a nivel de capítulo las adquisiciones han disminuido, sin embargo, a nivel de empresa han aumentado en el primer semestre de 2017.

Cuadro 9 – Indicadores de las importaciones uruguayas hacia China

Categoría	Enero - junio		Variación
	Número 2016	Número 2017	
Capítulo (impo > a US\$ 100 mil)	76	73	-4%
Empresa (impo > a US\$ 50 mil)	1.377	1.462	6%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

3. Las Cumbres Empresariales China, Latinoamérica y el Caribe

China se ha convertido en uno de los principales socios comerciales de Latinoamérica. Este país cuenta actualmente con acuerdos de libre comercio con Chile, Perú y Costa Rica, y es uno de los principales destinos de las exportaciones, así como origen de las importaciones. El crecimiento de los flujos comerciales ha hecho que el acercamiento se empiece a evidenciar en distintos ámbitos, lo que es fomentado a través de la política exterior de China hacia América Latina.

En el último Libro Blanco para las relaciones entre China con América Latina, se señala la importancia del acercamiento de las partes a través de diferentes mecanismos, entre los que se destaca la profundización de las relaciones comerciales, la firma de nuevos acuerdos, y la ampliación de los canales de cooperación y relacionamiento entre las partes⁴. Las cumbres empresariales China – LAC son las herramientas de cooperación más importantes entre el gigante asiático con el continente latinoamericano si se considera el nivel empresarial. El objetivo de estas cumbres es crear un ámbito de acercamiento y conocimiento mutuo para explorar las posibilidades de incrementar los vínculos comerciales y de inversiones.

En el año 2017, la XI Cumbre Empresarial China, Latinoamérica y el Caribe (China – LAC) se llevará a cabo en Punta del Este, Uruguay, entre los días 30 de noviembre y 2 de diciembre. El organismo encargado de su organización es el Consejo Chino para la Promoción del Comercio Internacional (CCPIT, según su sigla en inglés), que cuenta con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y en esta oportunidad trabajará junto con Uruguay XXI.

La primera cumbre se llevó a cabo en el 2007, siendo Santiago de Chile el lugar escogido para la realización del mismo. Desde ese momento, las cumbres se han llevado adelante de forma anual de manera ininterrumpida, alternándose la sede todos los años entre una ciudad latinoamericana y una china.

⁴ Más información sobre el Libro Blanco en el boletín N°10 de las Relaciones Comerciales entre Uruguay y China:
http://ucu.edu.uy/sites/default/files/facultad/fce/dnii/Informe_China_N_10.pdf
http://ucu.edu.uy/sites/default/files/facultad/fce/dnii/Informe_China_N_10.pdf

Durante estos encuentros, las empresas asistentes pueden participar de conferencias de expertos de la región sobre diversos temas que atañen a la relación entre los dos actores, además de aprovechar los diversos espacios para mantener reuniones entre empresarios del mismo sector.

Cuadro 10 - Cumbres Empresariales China - LAC

Año	Cumbre	Tema	Ciudad
2007	I Cumbre China - LAC	-	Santiago de Chile, Chile
2008	II Cumbre China - LAC	-	Harbin, China
2009	III Cumbre China - LAC	“Reforzando la Confianza para Vencer la Crisis e Impulsando el Desarrollo Conjunto de China y América Latina”	Bogotá, Colombia
2010	IV Cumbre China - LAC	“La cooperación hace la fuerza, la armonía genera el crecimiento”.	Chengdu, China
2011	V Cumbre China - LAC	“Crecimiento Inclusivo: una Nueva Etapa en las Relaciones China-América Latina”	Lima, Perú
2012	VI Cumbre China - LAC	“La transformación de la industria y un mayor desarrollo”	Hangzhou, China
2013	VII Cumbre China - LAC	“Avanzando de la Mano con el Cambio: Ampliando la Nueva Asociación China – América Latina”	San Jose, Costa Rica
2014	VIII Cumbre China - LAC	"De cantidad a calidad. Mayor potencial de cooperación, mayor convergencia de intereses"	Changsha, China
2015	IX Cumbre China - LAC	'Nuevas oportunidades, avanzando juntos"	Guadalajara, México
2016	X Cumbre China - LAC	"Innovación y cooperación conjunta, beneficios mutuos"	Tangshan, China
2017	XI Cumbre China - LAC	"Nueva visión de la relación entre China y América Latina y el Caribe en el contexto de las iniciativas de la Ruta de la Seda"	Punta del Este, Uruguay

Fuente: elaboración propia.

El lema bajo el cual se llevará a cabo la cumbre de este año es “Nueva visión de la relación entre China y América Latina y el Caribe en el contexto de las iniciativas en la Ruta de la Seda”. La elección de este tema no es casual si se considera que Uruguay busca posicionarse en el mundo como una puerta de entrada al continente a la hora de realizar negocios.

Por otro lado, la búsqueda de una nueva estrategia de relacionamiento en un contexto en que China se involucra en este proyecto que conectará a este país con los mercados europeos y del norte de África⁵.

La elección de Uruguay como anfitrión de la XI Cumbre Empresarial China – LAC es el resultado de diversos esfuerzos por parte de este país en relación a su vínculo con China, entre lo que se puede destacar la visita del Presidente Tabaré Vázquez, la ampliación de la Embajada uruguaya en suelo chino y la apertura de un nuevo consulado en Guangzhou. Cabe señalar que los países latinoamericanos en los que se han llevado adelante las anteriores cumbres son los miembros de la Alianza del Pacífico, que cuentan con una marcada intención de acercamiento hacia la región de Asia Pacífico, además de que dos de sus miembros tienen un TLC con China. Costa Rica, que también firmó un acuerdo de libre comercio con este país fue el anfitrión de VII Cumbre.

Sin lugar a dudas, la organización de esta cumbre se muestra como una excelente oportunidad para la promoción del país, de las empresas uruguayas y de un mayor acercamiento con China.

⁵ Más información sobre la Franja y la Ruta de la Seda en el boletín N°7 de Relaciones Comerciales entre Uruguay y China:
http://ucu.edu.uy/sites/default/files/facultad/fce/dnii/Informe_7_Relaciones_Uruguay_China.pdf

4. Anexo estadístico

Exportaciones

Cuadro 11 - Exportaciones uruguayas a China por producto

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

Descripción abreviada	Enero - Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2016	2017	2016	2017	2017/2016	
Capítulo						
12-SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS.	263,0	451,1	42%	50%	72%	30%
02-CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES.	267,2	333,3	43%	37%	25%	11%
44-MADERA.	8,6	38,3	1%	4%	346%	5%
51-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO.	49,4	36,6	8%	4%	-26%	-2%
41-PIELES (EXCEPTO LA PELETERIA) Y CUEROS.	4,9	12,2	1%	1%	148%	1%
23-RESIDUOS Y DESPERDICIOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS.	8,6	8,6	1%	1%	-1%	0%
04-LECHE Y PRODUCTOS LACTEOS.	12,0	6,2	2%	1%	-48%	-1%
71-PERLAS NATURALES (FINAS)* O CULTIVADAS.	3,7	3,2	1%	0%	-13%	0%
74-COBRE Y SUS MANUFACTURAS.	1,8	2,1	0%	0%	15%	0%
03-PESCADOS Y CRUSTACEOS.	2,1	1,3	0%	0%	-40%	0%
Sub total	621	893	99%	100%	44%	
Resto	4	4	1%	0%	13%	
Total	625	897	100%	100%	44%	44%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Cuadro 12 - Exportaciones uruguayas a China por partida del S.A.

(Mayores a US\$ 1 millón. Sin zonas francas)

Descripción abreviada	Enero - Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2016	2017	2016	2017	2017/2016	
Partida						
1201-HABAS (POROTOS, FRIJOLES, FREJOLES)* DE SOJA.	263,0	451,1	42%	50%	72%	30%
0202-CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADA.	239,3	290,8	38%	32%	22%	8%
0206-DESPOJOS COMESTIBLES DE ANIMALES.	26,2	39,3	4%	4%	50%	2%
5101-LANA SIN CARDAR NI PEINAR.	32,1	27,0	5%	3%	-16%	-1%
4403-MADERA EN BRUTO.	3,3	23,5	1%	3%	607%	3%
4407-MADERA ASERRADA O DESBASTADA LONGITUDINALMENTE.	5,3	14,8	1%	2%	181%	2%
5105-LANA Y PELO FINO U ORDINARIO, CARDADOS O PEINADOS.	15,9	8,8	3%	1%	-45%	-1%
4104-CUEROS Y PIELES CURTIDOS O <CRUST>, DE BOVINO.	2,9	8,8	0%	1%	202%	1%
2301-HARINA, POLVO Y <PELLETS>, DE CARNE, DESPOJOS.	8,6	8,0	1%	1%	-7%	0%
0404-LACTOSUERO.	1,3	3,2	0%	0%	142%	0%
7103-PIEDRAS PRECIOSAS (EXCEPTO LOS DIAMANTES).	3,7	3,2	1%	0%	-13%	0%
0204-CARNE DE ANIMALES DE LAS ESPECIES OVINA O CAPRINA.	1,6	3,1	0%	0%	95%	0%
7404-DESPERDICIOS Y DESECHOS, DE COBRE.	1,8	2,1	0%	0%	15%	0%
0406-QUESOS Y REQUESON.	2,5	2,0	0%	0%	-19%	0%
4107-CUEROS PREPARADOS DESPUES DEL CURTIDO O SECADO.	1,1	1,6	0%	0%	54%	0%
0303-PESCADO CONGELADO.	2,1	1,2	0%	0%	-42%	0%
Sub total	611	889	98%	99%	45%	
Resto	14	8	2%	1%	-41%	
Total	625	897	100%	100%	44%	44%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Cuadro 13 - Empresas exportadoras a China
(Sin zonas francas)

Empresa	Enero - Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2016	2017	2016	2017	2017/2016	
CARGILL URUGUAY SA	76,8	123,5	12%	14%	61%	7%
NIDERA URUGUAYA S A	1,5	65,6	0%	7%	4209%	10%
BARRACA JORGE W ERRO S A	9,3	60,0	1%	7%	547%	8%
EVERA S A C	18,9	36,3	3%	4%	92%	3%
LDC URUGUAY SA	49,2	32,1	8%	4%	-35%	-3%
BREEDERS & PACKERS URUGUAY SA	29,6	31,3	5%	3%	6%	0%
FRIGORIFICO TACUAREMBO S A	23,7	30,0	4%	3%	26%	1%
ADM URUGUAY SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES	1,8	29,7	0%	3%	1542%	4%
CHS URUGUAY S.R.L	16,2	24,7	3%	3%	52%	1%
FRIGORIFICO CARRASCO S A	5,9	23,5	1%	3%	298%	3%
FRIGORIFICO SAN JACINTO NIREA S A	19,0	23,0	3%	3%	21%	1%
COOP. AGRARIA NACIONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	16,1	22,9	3%	3%	43%	1%
FRIGORIFICO LAS PIEDRAS S A	13,8	22,5	2%	3%	63%	1%
FRIGORIFICO CANELONES S A	15,4	21,2	2%	2%	37%	1%
ONTILCOR SOCIEDAD ANONIMA	16,7	20,6	3%	2%	23%	1%
RONDATEL S.A.	17,8	20,5	3%	2%	15%	0%
PULSA SA	27,6	17,9	4%	2%	-35%	-2%
KILAFEN S A	6,3	16,4	1%	2%	161%	2%
GARMET S A	1,0	15,8	0%	2%	1458%	2%
CLEDINOR S A	12,5	15,6	2%	2%	24%	0%
CHIADEL S A	11,8	15,3	2%	2%	29%	1%
ESTABLECIMIENTOS COLONIA S A	10,0	15,0	2%	2%	51%	1%
LORSINAL S A	11,5	14,2	2%	2%	24%	0%
ERSINAL SOCIEDAD ANONIMA	9,5	13,6	2%	2%	43%	1%
TOPS FRAY MARCOS S A	17,9	12,8	3%	1%	-29%	-1%
BILACOR SOCIEDAD ANONIMA	9,0	11,8	1%	1%	31%	0%
INALER S.A.	12,8	11,4	2%	1%	-11%	0%
Sub total	462	747	74%	83%	62%	
Resto	163	150	26%	17%	-8%	
Total	625	897	100%	100%	44%	44%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Importaciones

Cuadro 14 - Importaciones uruguayas provenientes de China por producto
(Capítulo del S.A.)

Descripción abreviada Capítulo	Enero - Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2016	2017	2016	2017	2017/2016	
85-MAQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELECTRICO.	201,2	217,2	29%	28%	8%	2%
84-REACTORES NUCLEARES, CALDERAS.	103,9	117,7	15%	15%	13%	2%
87-VEHICULOS AUTOMOVILES, TRACTORES.	41,3	48,7	6%	6%	18%	1%
61-PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, DE PUNTO.	38,0	45,2	5%	6%	19%	1%
62-PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, EXCEPTO LOS DE PUNTO.	31,6	37,2	5%	5%	18%	1%
29-PRODUCTOS QUIMICOS ORGANICOS.	28,6	30,2	4%	4%	6%	0%
94-MUEBLES; MOBILIARIO MEDICOQUIRURGICO.	19,9	29,2	3%	4%	47%	1%
73-MANUFACTURAS DE FUNDICION, HIERRO O ACERO.	18,3	24,2	3%	3%	32%	1%
64-CALZADO, POLAINAS Y ARTICULOS ANALOGOS; PARTES DE ESTOS ARTICULOS.	22,3	23,8	3%	3%	7%	0%
38-PRODUCTOS DIVERSOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS	20,1	22,4	3%	3%	12%	0%
39-PLASTICO Y SUS MANUFACTURAS.	31,8	21,5	5%	3%	-33%	-1%
31-ABONOS.	10,6	18,6	2%	2%	76%	1%
40-CAUCHO Y SUS MANUFACTURAS.	10,9	16,4	2%	2%	50%	1%
95-JUEGUETES.	12,1	15,4	2%	2%	27%	0%
90-INSTRUMENTOS Y APARATOS DE OPTICA.	11,2	11,1	2%	1%	-1%	0%
63-LOS DEMAS ARTICULOS TEXTILES CONFECCIONADOS.	5,8	10,5	1%	1%	82%	1%
Sub total	608	689	87%	88%	13%	
Resto	88	95	13%	12%	8%	
Total	696	785	100%	100%	13%	13%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Cuadro 15 – Importaciones uruguayas originarias de China
(Por empresa)

Empresa	Enero - Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2016	2017	2016	2017	2017/2016	
ADMINISTRACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (ANTEL)	35,1	33,8	5%	4%	-4%	0%
CARLOS GUTIERREZ S A	18,4	20,2	3%	3%	9%	0%
CENTRO CEIBAL PARA EL APOYO A LA EDUCACION DE LA NIÑEZ	22,4	15,6	3%	2%	-30%	-1%
GIACOTE SOCIEDAD ANONIMA	0,0	15,3	0%	2%	nc	nc
TELEFONICA MOVILES DEL URUGUAY S.A	12,5	13,7	2%	2%	10%	0%
JOLIPARK SOCIEDAD ANONIMA	0,0	12,9	0%	2%	nc	nc
INDUTOP S A	8,1	9,8	1%	1%	21%	0%
COMPAÑIA CIBELES S A	9,0	9,4	1%	1%	5%	0%
PEDRO MACCIO Y CIA SOCIEDAD ANONIMA	4,0	8,7	1%	1%	118%	1%
CHIC PARISIEN S A	11,3	8,6	2%	1%	-23%	0%
TA TA S A	8,8	8,2	1%	1%	-7%	0%
DECELESTE SOCIEDAD ANONIMA	3,6	7,1	1%	1%	94%	0%
BESINEY S.A	1,4	6,9	0%	1%	396%	1%
COLIDIM SOCIEDAD ANONIMA	0,0	6,7	0%	1%	nc	nc
MOTOCICLO S A	8,5	6,4	1%	1%	-25%	0%
JAMES SOCIEDAD ANONIMA	3,7	6,2	1%	1%	70%	0%
LABTECH S.A.	3,7	6,1	1%	1%	64%	0%
P C SERVICE S.A.	6,3	6,0	1%	1%	-6%	0%
LA FORJA SOCIEDAD ANONIMA	3,4	5,8	0%	1%	71%	0%
TAMPA SOCIEDAD ANONIMA	6,2	5,7	1%	1%	-9%	0%
SAMMEL S A	3,4	5,7	0%	1%	68%	0%
GRANDES TIENDAS MONTEVIDEO S A	2,1	5,5	0%	1%	159%	0%
DIVINO S A	5,1	5,5	1%	1%	7%	0%
AM WIRELESS URUGUAY S A	4,6	5,4	1%	1%	18%	0%
DICANO SOCIEDAD ANONIMA	0,0	5,3	0%	1%	nc	nc
PROQUIMUR S.A.	3,4	5,1	0%	1%	51%	0%
Sub total	185	245	27%	31%	33%	
Resto	511	539	73%	69%	6%	
Total	696	785	100%	100%	13%	13%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.

Cuadro 16 – Importaciones uruguayas originarias de China en Admisión Temporaria

(Por empresa)

Empresa	Enero - Junio					
	Millones de US\$		Participación		Variación	Incidencia
	2016	2017	2016	2017	2017/2016	
BESINEY S.A	0,0	5,4	0%	19%	nc	nc
COMPAÑIA CIBELES S A	1,0	2,5	3%	9%	148%	5%
MONTELUR S A	0,1	2,2	0%	8%	2348%	7%
DIROX S A	1,2	1,3	4%	5%	8%	0%
LABORATORIOS MICROSULES URUGUAY S A	0,5	1,1	2%	4%	126%	2%
ANIKTO S.A	0,0	1,1	0%	4%	nc	nc
PINTURAS INDUSTRIALES S A	1,0	1,0	3%	4%	4%	0%
GOLDEN TREE PLASTIC INDUSTRIA URUGUAY S A	0,2	1,0	1%	4%	342%	3%
MARCOPOL TERMOPLASTICO SOCIEDAD ANONIMA	0,2	1,0	1%	4%	523%	3%
ROEMMERS S A	1,5	1,0	5%	3%	-35%	-2%
DIDERAL S.A.	0,8	1,0	3%	3%	23%	1%
Sub total	6	19	22%	67%	188%	
Resto	23	9	78%	33%	-61%	
Total	30	28	100%	100%	-7%	-7%

Fuente: DNII en base a SmartDATA.