

E - 330

**REUNIONES OFICIALES CON CONGRESISTAS Y
AUTORIDADES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA**

**Informe del señor Presidente de la Cámara de Representantes José
Carlos Mahía, sobre lo actuado entre los días 19 al 21 de febrero de
2018 en las ciudades de Washington D.C. y Nueva York**



Dra. VIRGINIA ORTIZ
SECRETARIA REDACTORA

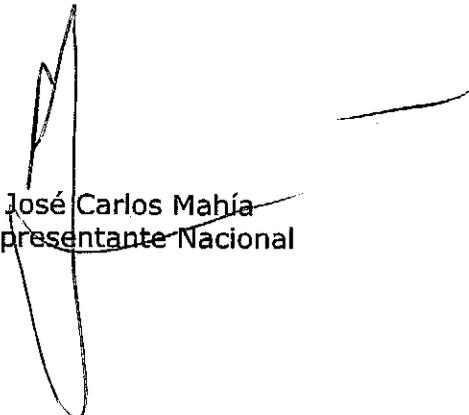
Literal P) del artículo 104 del Reglamento



Cámara de Representantes
PARTICULAR

Montevideo, 05 de abril de 2018

De acuerdo al artículo 104, literal p) del Reglamento de la Cámara de Representantes se adjunta el informe de lo actuado por el suscrito en la misión a los Estados Unidos de América, llevada a cabo entre los días 19 al 21 de febrero del corriente año.



José Carlos Mahía
Representante Nacional



REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY
CÁMARA DE REPRESENTANTES

INFORME

MISIÓN OFICIAL
DEL PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE
REPRESENTANTES Y DELEGACIÓN
A WASHINGTON D.C. Y NUEVA YORK -
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA.
(19 AL 21 DE FEBRERO DE 2018)



1.

INTEGRACIÓN DE LA DELEGACIÓN

- Representante Nacional José Carlos MAHÍA, Presidente de la Cámara de Representantes, Jefe de la Delegación.

- Sr. Oscar PIQUINELA, Secretario del Grupo Interparlamentario Uruguayo ante la Unión Interparlamentaria y Secretario de la delegación.

Asistieron a la delegación durante la misión:

- Ministro Ricardo Javier Baluga Bello, Ministro Consejero de la Embajada de Uruguay en Washington
- Funcionarios de la Embajada de Uruguay en Washington D.C.

- Ministra Pauline Davies Ambrosoni, Cónsul General de Uruguay en N. York.
- Secretaria de segunda María Lina Chaves Estevez Cónsul adjunta de Uruguay en N. York.



VISITA DEL PRESIDENTE DE LA CAMARA DE
REPRESENTANTES PROF. JOSE CARLOS MAHIA A
WASHINGTON DC Y NUEVA YORK

19 AL 21 DE FEBRERO DE 2018

AGENDA

LUNES 19 DE FEBRERO

Arribo de la Delegación a Washington

MARTES 20 DE FEBRERO

- 9:00 hs** **Reunión con Kevin O' Reilly, Director de la
Oficina de Brasil y el Cono Sur / Bureau de
Asuntos del Hemisferio Occidental del
Departamento de Estado**
- 10: 30 hs** **Reunión con José Villalvazo y equipo de
asesores legislativos del Congresista Tony
Cardenas y del Connecting the Americas
Caucus
Participacion del Congressional Research
Service**
- 13:00 hs** **Reunión con Benjamin Gedan y staff del
Wilson Center**

- 15.00 hs** **Reunión con Michael Camilleri, Director del Programa Rule of Law, Inter American Dialogue**
- 16.00 hs** **Reunión con el Director del Programa Americas del CSIS Michael Matera, el Senior Advisor Marck Schneider y equipo**
- 19: 10 hs** **Regreso a la ciudad de Nueva York.**

MARTES 20 DE FEBRERO

**Reunión con la diáspora uruguaya radicada en Nueva York.
Consulado de Uruguay en Nueva York.**

3. 1 REUNIÓN CON KEVIN O'REILLY

En horas de la mañana la delegación se traslada al Departamento de Estado a fin de mantener una reunión con el Señor Kevin O' Reilly, Director de la Oficina de Brasil y el Cono Sur / Bureau de Asuntos del Hemisferio Occidental del Departamento de Estado.

El Sr. O'Reilly agradece la visita y repasa los lazos de cooperación que históricamente ha tenido Uruguay y Estados Unidos trabajando en forma conjunta en diversas áreas.

El Presidente Mahía saluda a todos los presentes, resaltando el diálogo fluido que existe entre ambos países, recordando misiones anteriores que contribuyeron en acercar a las partes.

El Sr. O'Reilly quien resalta los valores en común que tienen ambos países, subrayando el lugar preferencial que se le da a la democracia y a que todos los actores gubernamentales, estatales y la población en general se involucren para conservarla.

El respeto de los derechos humanos como valor que trasciende las fronteras nacionales así como la autodeterminación, son elementos que identifican internacionalmente a Uruguay y esa es la línea de trabajo que siempre quiere mantener de forma bi o multilateral.

El Pte. Mahía menciona, que a nivel interno, el parlamento uruguayo en el año 2017, se ha tratado de actualizar la legislación y regulación para evitar el lavado de dinero y se prevé continuar trabajando a

inicios de la legislatura del 2018 las leyes sobre violencia de género así como una reforma del código de proceso penal. Éste último seguramente requiera un tiempo de adaptación para ver sus resultados.

El Sr. O'Reilly señala que el acuerdo de seguridad social con Uruguay, ha sido enviado días atrás a la Casa Blanca con para que luego de revisado sea remido al Congreso para su ratificación.

Concuerdan ambos que las experiencias de cada país en los diversos ámbitos sirven para aprender y retroalimentarse, y coinciden en el beneficio de mantener una comunicación fluida para sacar fruto de esos aspectos.

3.2 REUNIÓN CON JOSÉ VILLALVAZO Y ASESORES DEL CONGRESISTA TONY CÁRDENAS

Posteriormente la delegación se trasladada a fin de mantener un encuentro con el Sr. José Villalvazo y el equipo de asesores legislativos del Congresista Tony Cárdenas y del Connecting the Americas Caucus para lograr tener un acercamiento a esta forma de trabajo innovadora.

especiales como derechos humanos, democracia y seguridad que son especialmente interesantes para desarrollar con este tipo de dinámica

El Sr. Villalvazo hace un breve resumen de la actualidad del congreso estadounidense, recalcando como particular que este ciclo ha sido diferente a los anteriores, debido al número récord de congresistas que no van a buscar la reelección en su cargo.

El Congresista Cardenas se ha postulado para una posición de *leadership member for five terms or less*, que es para personas que han estado menos de 5 términos en el gobierno.

En referencia al presupuesto y su modalidad de votación, el Pte. Mahía explica a los presentes que en Uruguay cada presupuesto se vota de forma quinquenal, y es por ello que en términos generales su discusión y posterior votación suele darse en sesiones extensas.

De todos modos, cabe destacar que existen además las rendiciones de cuentas que se votan anualmente y cumplen la función de analizar lo actuado y se tiene la posibilidad de corregir el gasto.

Todos los presentes coinciden en lo importante que es nutrirse de las experiencias de otros países y para ello se deben continuar con este tipo de intercambios. Hay temas

3.3 REUNIÓN CON EL SR. BENJAMIN GEDAN Y STAFF DEL WILSON CENTER.

Sobre el mediodía se concreta una reunión entre el Sr. Benjamin Gedan y parte del staff del Wilson Center.

El Sr Gedan actualmente es becario de asuntos internacionales en el Council on Foreign Relations, becario de política pública en el Woodrow Wilson International Centre for Scholars y profesor adjunto en Johns Hopkins. Anteriormente ha sido director de Sudamérica en el Consejo de Seguridad Nacional en la Casa Blanca. Estuvo muy ligado al Uruguay ya que realizó una beca Fulbright en este país, conociendo por esta razón la realidad económica y política de nuestro país.

En referencia al Wilson Center, el staff del mismo hace un breve resumen sobre sus objetivos centrales: creado por el Congreso como el memorial viviente del presidente Woodrow Wilson, es el principal foro político nacional no partidista. Como su razón central es tratar cuestiones globales a través de la investigación independiente y el diálogo abierto, el Centro informa ideas útiles para el Congreso, la administración y la comunidad de políticas en general. En él además académicos y expertos preeminentes investigan temas de relevancia nacional e internacional.

Basándose en la idea de su creación, el centro recoge el espíritu del presidente Wilson, construyendo así un puente entre los mundos de la academia y las políticas públicas, para informar y desarrollar soluciones a los problemas y desafíos de la nación.

Actualmente están estudiando muy de cerca las migraciones internacionales, y más concretamente las migraciones regionales, en especial las que se dan desde centroamérica hacia los Estados Unidos, teniendo como objetivo la búsqueda de una mejor calidad de vida.

Wilson Center brinda información a las organizaciones y personas que colaboran en la recepción y hospitalidad de personas que vienen de los países de América Latina.

Para esto y para una vasta variedad de temas, es que se crean diversos programas e iniciativas. En lo que refiere a nuestra región actualmente existe el Programa Latinoamericano: El mismo promueve nuevas investigaciones y explora las opciones de políticas para mejorar los resultados para los ciudadanos de las Américas.

Las áreas de enfoque son: la calidad de la gobernabilidad democrática, la resolución de conflictos, la seguridad ciudadana y el crimen organizado, la inclusión social y la inserción global de América Latina. El Programa de América Latina, el Instituto de México, el Instituto de Brasil y el Instituto de Canadá trabajan juntos como parte de esta iniciativa.

3.4 ENCUENTRO CON EL SR. MICHAEL CAMILLERI

En horas de la tarde se lleva a cabo el encuentro con el Sr. Michael Camilleri, Director del Programa Rule of Law, Inter American Dialogue.

Michael Camilleri es el actual director del Programa de Estado de Derecho Peter D. Bell en el Diálogo Interamericano. Además es abogado internacional y ex diplomático, sirvió en la administración andina en el Consejo de Seguridad Nacional. Cabe agregar que el Sr. Camilleri fue especialista en derechos humanos en la Organización de Estados Americanos, donde se desempeñó como asesor jurídico principal del relator especial para la libertad de expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos.

El Presidente Mahía expresa su interés en formalizar un grupo parlamentario que mantenga un vínculo más estable entre ambos países. Teniendo en cuenta el conocimiento que tiene el Sr. Camilleri en lo que refiere a derechos humanos, considera sumamente relevante trabajar de manera conjunta con él.

Actualmente en América Latina uno de los temas que está en pleno estudio son las políticas anti lavado de activos y la ley de financiamiento de partidos políticos. Al respecto de éste último, Uruguay puede informar sobre su experiencia, así como también le interesa recibir por contrapartida las observaciones o experimentaciones que tenga Estados Unidos al respecto.

Explica el Pte. Mahía que en el ámbito legislativo se están por concretar avances significativos: durante el 2018 se discutirá en la Cámara de Representantes del Uruguay la creación de una Comisión Especial sobre financiamiento de partidos políticos y su reglamentación. Por esta misma razón recavar información y puestas en práctica de un país tan importante como lo es Estados Unidos sería sumamente enriquecedor.

Toma la palabra el Sr. Camilleri, quien expresa que en el Congreso de su país se ha creado recientemente grupos de trabajo conformado por 7 u 8 congresistas para analizar diferentes temas y uno de estos grupos refiere justamente a la financiación de los partidos políticos, razón por la cual ve altamente viable un intercambio de experiencias tanto teóricas como empíricas.

3.5 REUNIÓN CON EL SR. MICHAEL MATERA, EL SENIOR ADVISOR MARCK SHNEIDER Y PARTE DEL EQUIPO.

Finalizando la agenda de la jornada se lleva a cabo una entrevista con el Director del Programa Americas del CSIS Michael Matera, el Senior Advisor Marck Schneider y equipo con la finalidad de tratar temas de actualidad.

Celebra que un presidente de la Cámara de Representantes del Uruguay haya venido para fortalecer los vínculos con los Estados Unidos, y lo importante que es poder este tipo de diálogos.

El Pte. Mahía explica a los allí presentes que las presidencias en la Cámara Baja (Diputados) en Uruguay tiene una corta duración de tan solo un año, y cada presidente decide qué temáticas enfatizar. En el caso de él se centro en lo académico y cultural, y el contacto directo, presencial con la diáspora a partir de las misiones en el exterior, para saber, escuchar sus planteos e intentar trasladarlo a los legisladores o a quien corresponda según cada caso.

Entiende como esencial el vínculo con la sociedad civil y se ha centrado en ello. Luego la próxima legislatura el siguiente presidente decidirá en qué elementos enfocarse.

El Director Shneider considera muy buenas las temáticas que ha elegido el Pte. Mahía. En el caso de Estados Unidos, y su trabajo en particular se dedica más al relacionamiento internacional que al local, y hay algunos proyectos que se están iniciando, y se podría evaluar en cual de ellos podría involucrarse Uruguay de la manera

que beneficie en mayor medida a ambos países.

Ante la pregunta del Director Shneider sobre regulación anti corrupción de partidos políticos y como se lucha ante eso en Uruguay, el Pte. Mahía expresa que en la Cámara de Diputados de Uruguay él mismo ha ingresado pocos meses atrás un proyecto que busca limitar y otorgar mayor transparencia a los partidos políticos. Dentro de ello también se involucra fuertemente la regulación de la publicidad.

Actualmente este proyecto tiene media sanción, y deberá aguardar por la decisión y la votación en la Cámara de Senadores.

Para finalizar se intercambian opiniones sobre la actualidad internacional y cómo las redes sociales afectan la veracidad de los hechos alrededor del mundo. El Director Shneider está de acuerdo sobre ello, agregando que hasta el momento no se han encontrado mecanismos para controlarlo feacientemente.

Schneider se ha reunido tiempo atrás con el Vice Ministro de Relaciones Exteriores del Uruguay, Sr. Ariel Bergamino y con el Presidente de la Junta de Transparencia, Cr. Ricardo Gil para evaluar un proyecto que involucre inicialmente a Uruguay, Chile y Colombia. El mismo está enmarcado dentro del proyecto sobre las Américas. Su principal fin es mostrar la experiencia de éstos

países sobre transparencia y anticorrupción y mostrarlo en los países del Norte. En el mismo se va a intentar involucrar al Fondo Monetario y al Banco Mundial para lograr apoyos mundiales. De hecho Nueva Zelanda y Holanda tienen gran interés en involucrarse en este tipo de intercambios.

Cabe recordar que Nueva Zelanda es el de países con mejor nivel de transparencia y les interesa mostrar su modelo al mundo y escuchar asimismo el proyecto que nosotros deseamos presentar.

Es importante destacar, según el Sr. Schneider que el proyecto es de Chile y Uruguay, con la gran posibilidad de que se una Colombia. Los Estados Unidos solamente brindan herramientas para desarrollarlo.

3.6 REUNIÓN CON LA DIÁSPORA URUGUAYA RADICADA EN NUEVA YORK

El día martes, luego de que la delegación se haya trasladado a Nueva York, se lleva a cabo un encuentro en el Consulado de Nueva York, con la diáspora uruguaya radicada en aquella ciudad.

La cónsul general Pauline Davies Ambrosoni da la bienvenida y presenta a los allí presentes: Sr. Guillermo Porchela, de Casa Uruguay quien se preocupa por recolectar y hacer llegar constantemente donaciones al Uruguay; quien también representa a la Asociación cultural Sueño Lubolo la cual colabora especialmente con los inundados y los más necesitados. Sr. Andrés Fagundes, representante del Departamento 20, la abogada Dra. Andrea Masula quien apoya y ayuda en todos los temas migratorios, quien ha tenido mucho trabajo en éste último año y el Dr. Alberto Pereda, quien es un referente en el área científica, y por último Andrea de Distrito quien coordinó esta reunión y a lo largo del año colabora con todo tipo de trámite para los uruguayos que se encuentra en Nueva York.

La Cónsul subraya la enorme dedicación y el amor que cada uno tiene por el Uruguay, siempre están atentos a las necesidades de nuestro país, haciendo todo lo posible por colaborar.

Toma la palabra el Pte. Mahía quien dedica unos minutos a recordar, como se conforma la Cámara de Representantes, y la particularidad que tiene la rotación de su presidencia con una duración breve

de un año, a diferencia de la Cámara de Senadores.

Si bien ya finaliza la presidencia del Prof. Mahía, él resalta de dicho proceso el acercamiento que ha obtenido con los uruguayos a lo largo del mundo. Estos encuentros generan, no sólo otro tipo de vínculos con los uruguayos, sino además es la mejor forma de entender y escuchar los planteos o preocupaciones de esos compatriotas. En general la característica de esas delegaciones, que fue un interés especial del Pte. Mahía, fue conformarlas siempre con legisladores pluripartidarios, esto es, que representen no solo al gobierno de turno, sino a los diferentes partidos políticos del nuestro país.

La Sra. Cónsul le da la palabra al Sr. Guillermo Porchela, quien cuenta un poco sobre la forma de trabajar de Sueño Lubolo, quien se dedica a trabajar especialmente con inundados, con Caif y con el Inau. Solicita se facilite y se promocióne la forma de trabajo de ésta asociación y que llegue a más personas en el Uruguay, especialmente para quienes más lo necesitan. De todos modos ve una mejoría en el proceso, a través de la colaboración del departamento 20.

Cabe destacar que Sueño Lubolo con lo que recolecta, envía anualmente 17 contenedores a Uruguay.

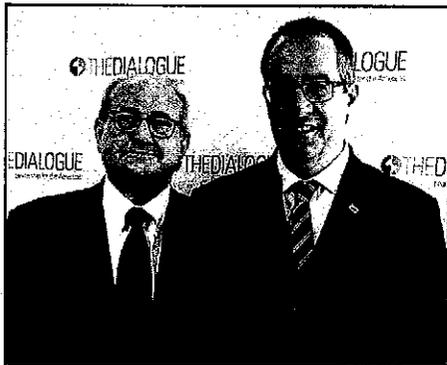
El Sr. Fagundes, trabaja en el apoyo de voto en el exterior, especialmente los uruguayos que están en norteamérica (Canadá,

México y los propios Estados Unidos) la logística, el costo intentando cambiar la imagen del uruguayo en el extranjero.

Dentro de los planteos que realizan los compatriotas está el voto en el exterior. El Pte. Mahía les explica que se está trabajando este tema en el parlamento.

También se reclama un mejor posicionamiento del Departamento 20, especialmente en el ámbito legislativo para que puedan plasmar su representación a la hora de decidir y votar diferentes cuestiones.

3.7 ARCHIVO FOTOGRÁFICO DE LA MISIÓN

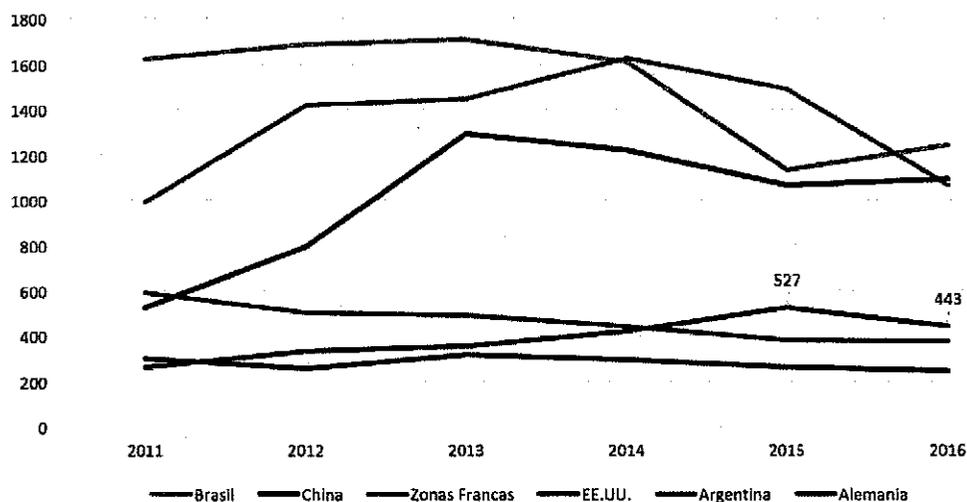


RELACIONES ECONÓMICO-COMERCIALES CON LOS EE.UU.

La relación bilateral entre Uruguay y los Estados Unidos tiene una enorme trascendencia para la economía nacional, en la medida en que integra un importante volumen de comercio de bienes, servicios, pero también de inversión extranjera directa (IED).

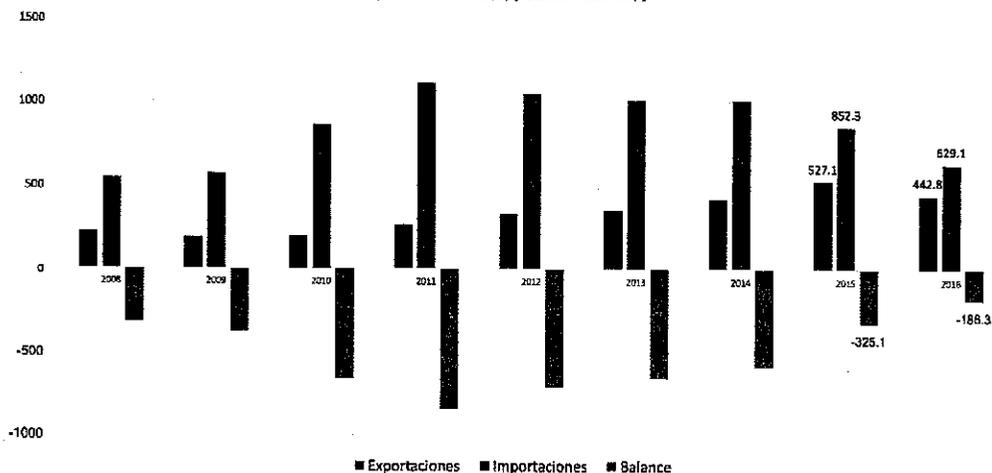
Los Estados Unidos fueron en 2016 el tercer mercado para las exportaciones nacionales, y el cuarto origen de nuestras importaciones, evidenciado que los flujos de comercio han retomado una curva de crecimiento y han vuelto a posicionar a este mercado entre los de mayor gravitación para nuestro país, después de la caída experimentada a partir de la crisis de las "sub-primes" de 2008. El crecimiento y la estabilidad frente a otros mercados como Argentina y Venezuela es elocuente. A pesar de la caída de nuestras exportaciones en los dos últimos años, las exportaciones totales de bienes uruguayos experimentaron en el 2015 un fuerte ascenso de más del 40% a los EEUU, ajustándose a la baja en 2016 en un 19%, pero aún por encima en un 25% de los valores de 2014.

Destino de las exportaciones uruguayas de bienes
(millones de U\$S) [Fuente: Trade Map]



En lo que respecta al comparativo de importaciones-exportaciones de bienes, luego de cinco años ininterrumpidos (2003-2007) de saldo positivo para Uruguay, a partir de 2008 se consolidó un saldo desfavorable para nuestro país. No obstante, desde 2012 se ha venido experimentando una moderación de esta tendencia, procesando sistemáticas reducciones del déficit comercial de Uruguay, lo que habla de la madurez y el desarrollo de la relación bilateral. Asimismo, justo es reconocer que, si integramos a este análisis la balanza comercial de servicios y la Inversión Extranjera Directa, la ecuación es bastante más equilibrada.

Comercio de bienes Uruguay-Estados Unidos
(en millones de U\$S) [Fuente: Trade Map]



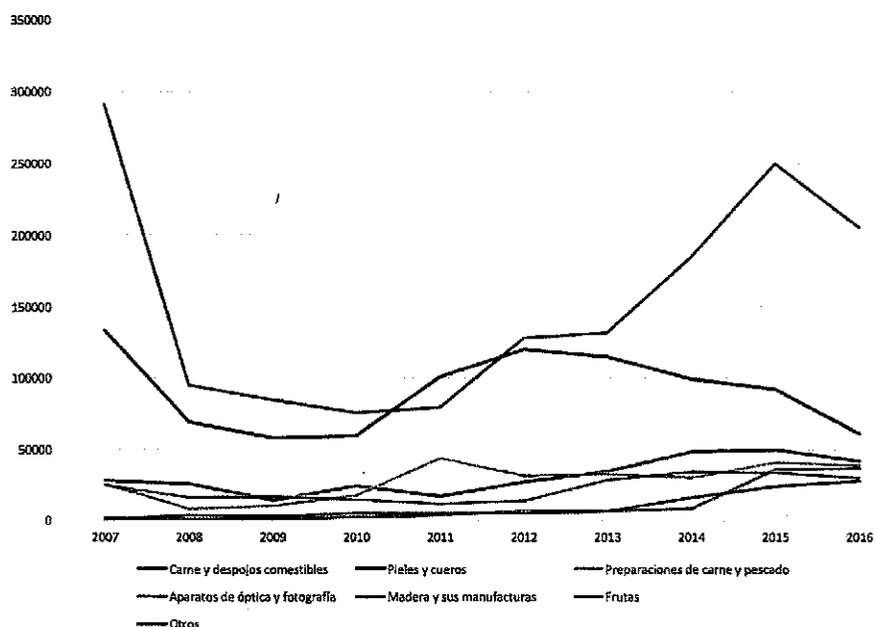
Composición por producto

Exportaciones

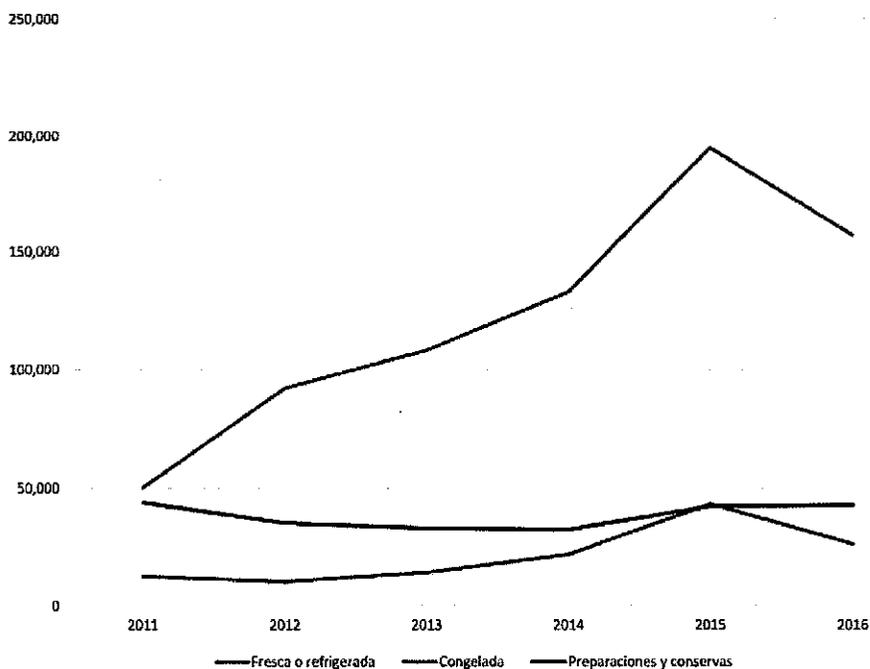
Las exportaciones de bienes se encuentran fundamentalmente concentradas en productos alimenticios y en particular en la carne bovina y sus derivados que explican más del 50% de las exportaciones totales de bienes. A estas le siguen en importancia, la celulosa, madera y derivados, cueros, aparatos médicos y cítricos, arándanos. Luego de un periodo de extraordinario crecimiento de las exportaciones en la primera década del siglo XXI, las exportaciones tuvieron una importante caída a partir del 2009 en respuesta al contexto de crisis financiera internacional iniciado a fines del 2007-2008. Mientras que las exportaciones uruguayas totales de carne retomaron una curva de crecimiento sostenido en 2010; las ventas a Estados Unidos no iniciaron un ascenso sustantivo sino hasta 2012, lo que indica que costó un par de años normalizar el flujo de comercio.

Sin perjuicio de que en 2016 se evidencia un descenso con respecto a los valores exportados en el 2015 y están muy por debajo del monto exportado en el 2005, en el que se llegó a exportar por encima de los USD 500 millones de carne y derivados a los EEUU, si tenemos en cuenta las colocaciones de los primeros cuatro meses de 2017 y las comparamos con las del mismo periodo de 2016, creemos que este año hay muy buenas perspectivas para superar las cifras del año pasado.

Exportaciones uruguayas a los Estados Unidos
en miles de US\$ (TradeMap)



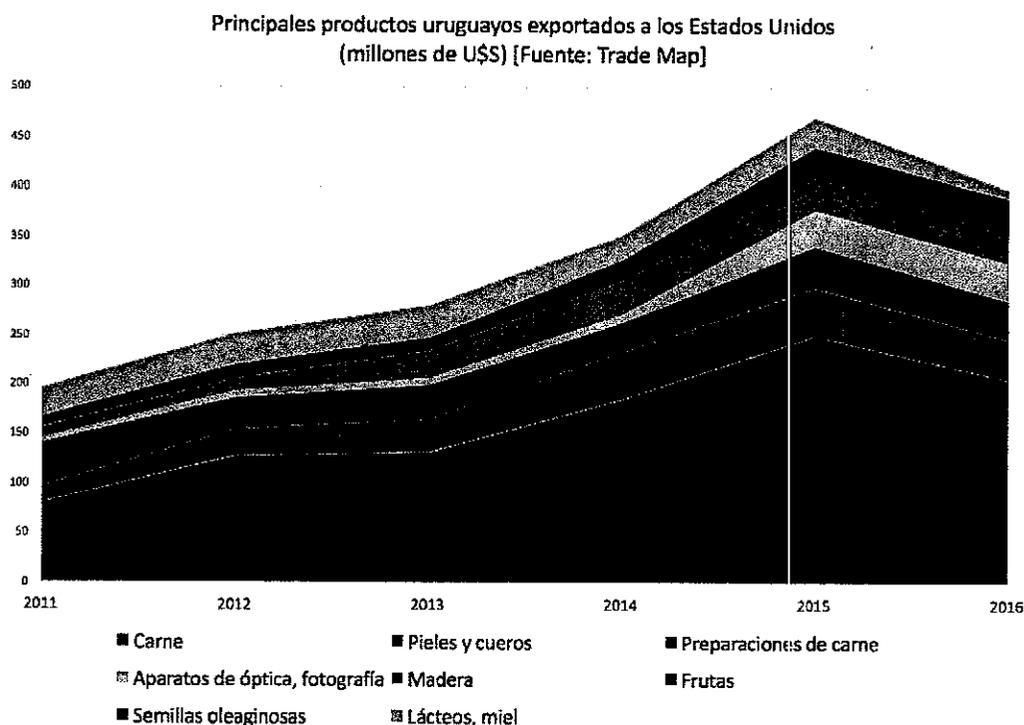
Exportaciones uruguayas de carne bovina a Estados Unidos
en miles de US\$ (U.S. Census Bureau)



Otro elemento que es posible destacar es que si integramos al análisis las posiciones del capítulo 16 que se venden a Estados Unidos -preparaciones y conservas de carne bovina- encontramos que las ventas de carne superan el 55% del total de productos exportados a ese mercado, con lo cual se ha venido consolidando una gran concentración de la oferta. Es novedoso el crecimiento estable de las ventas de preparaciones y conservas de carne bovina, lo que evidencia la existencia de una demanda promisoriosa.

Adicionalmente, cabe subrayar que, salvo la leve caída de 2016, se ha experimentado un crecimiento disímil entre las dos principales partidas de carne bovina (congelada y refrigerada).

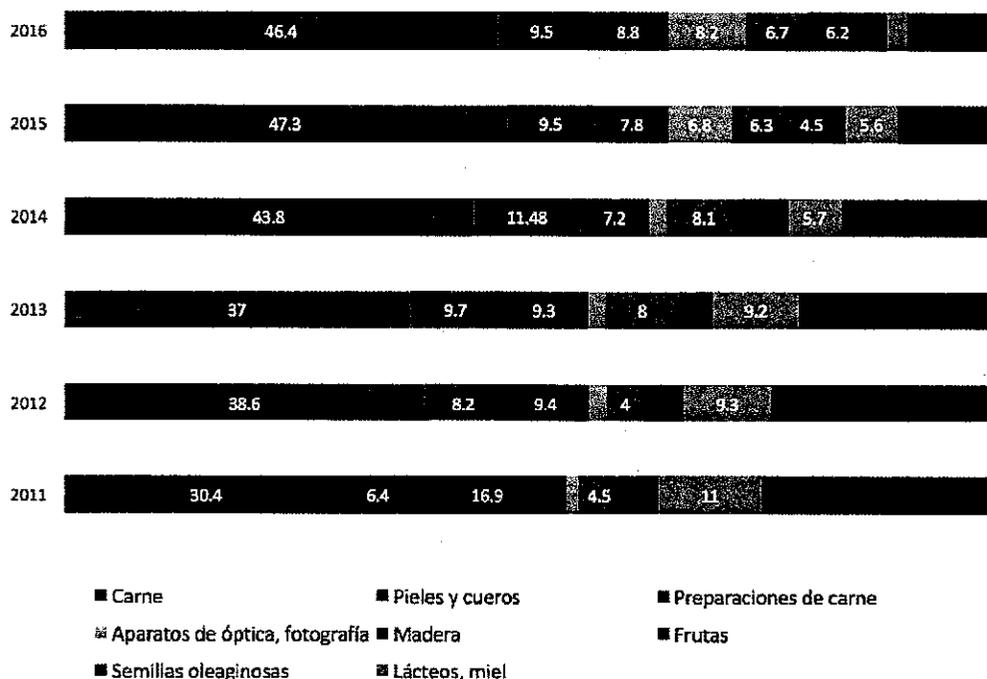
En efecto, las ventas de carne congelada demuestran un mayor dinamismo, con crecimientos mucho más acentuados que los de la carne refrigerada, que tienen valores superiores.



El resto de la canasta en 2016 se encuentra compuesta por exportaciones más o menos estables de cueros (42,2 millones de U\$S), madera (30 millones de U\$S) y frutas (27,5 millones de U\$S). Destaca en 2015 el crecimiento en la venta de aparatos médicos, que alcanzó en 2016 un total de 36,7 millones de U\$S.. Este incremento es explicado por las ventas del Centro de Construcción de Cardioestimuladores del Uruguay (CCC), que diseña y fabrica dispositivos médicos para implante y otros dispositivos electrónicos accesorios, y que en el 2014 fue adquirido por la compañía norteamericana Wilson Greatbatch Ltd. (WGT).

Por su parte, merece la atención la pérdida de dinamismo del Capítulo 04, lácteos y miel, que llegó a representar en 2011 un 11% del total exportado, reduciendo su proporción a un 2% del total en 2016, fundamentalmente por la sustancial caída de las ventas de miel y por la reducción de los precios de los quesos exportados a los EE.UU.

Principales productos uruguayos exportados a los EE.UU.
(como % del total) [Fuente: Trade Map]



Con relación a la canasta exportada se hace notar el grado de dependencia al mercado norteamericano de una serie de partidas. En este sentido, es paradigmático el caso de la 1602 - preparaciones y conservas de carne bovina-, para las que los Estados Unidos representaron el 96,5% de las ventas; los dispositivos médicos de la 9021 que en un 91% estuvieron proyectados a este mercado; y las exportaciones de arándanos, que más de la mitad tuvo como destino los Estados Unidos.

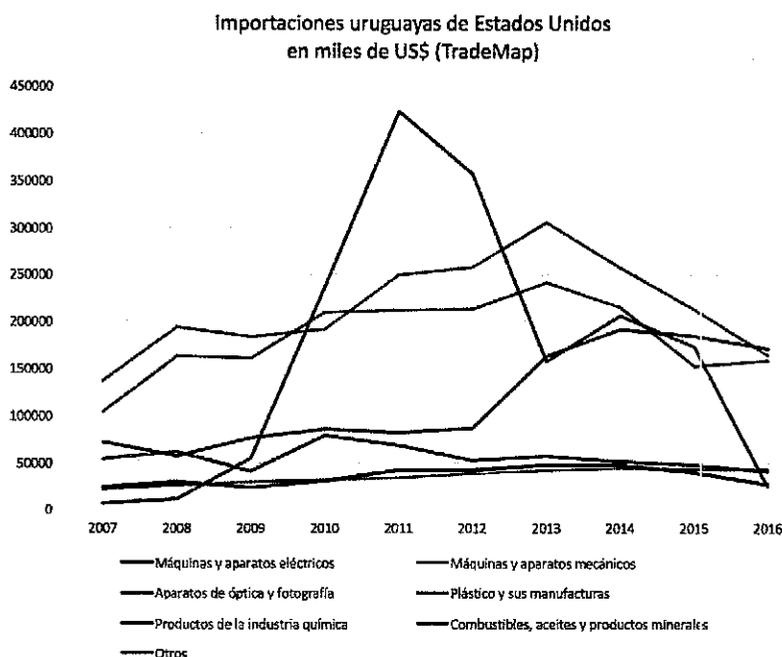
Un aspecto a tener presente es que las diez partidas más importantes de la canasta exportadora uruguaya de bienes a los Estados Unidos representaron el 84% del total vendido a este mercado, lo que evidencia una marcada concentración en pocos productos. En efecto, acompañar el crecimiento de las ventas con una mayor diversificación sería deseable en el mediano y largo plazo.

10 principales partidas exportadas por Uruguay hacia Estados Unidos 2016 [Fuente: Trade Map]		Total, en miles de U\$S	% del total	% del total exportado por UY
'0202	Carne bovina congelada	177657	40,1%	16,5%
'1602	Preparaciones y conservas de carne bovina	38730	8,7%	96,5%
'4104	Pieles y cueros curtidos	33335	7,5%	22,8%
'9021	Instrumentos y aparatos médicos	31598	7,1%	91%
'0201	Carne bovina refrigerada	25758	5,8%	6,7%
'0805	Frutos cítricos	19991	4,5%	23,3%
'4412	Madera contrachapada, madera chapada	17872	4%	33,7%
'4407	Madera aserrada o desbastada longitudinalmente	12197	2,7%	18%

'4107	Cueros preparados después del curtido o del secado	8920	2%	7%
'0810	Demás frutas frescas	7591	1,7%	51,8%
	Otros productos	69154	16%	
TOTAL	Todos los productos	442803	100%	

Importaciones

Las importaciones desde los EEUU tuvieron un notable incremento en los últimos años, alcanzando un valor cercano a los USD 1.000 millones en el 2014 impulsadas por las importaciones de generadores para energía eólica. A partir de allí, han comenzado a mostrar un moderado retroceso. Las importaciones de máquinas y aparatos eléctricos fueron el principal rubro adquirido por Uruguay en 2016 (171 millones de U\$S), dentro del que destacan las compras de la partida 8517 -Teléfonos celulares- (119 millones de U\$S). En segundo lugar, se ubicaron las máquinas y aparatos mecánicos (158 millones de U\$S), de las que la partida 8471 -Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos- fue la más relevante (49,6 millones de U\$S).



Un detalle saliente de la canasta importada por Uruguay de los Estados Unidos es su alta dependencia, en algunos bienes para los que el mercado norteamericano aparece como proveedor fundamental del país. Es el caso de las partidas 8473 -partes y accesorios para máquinas de oficina-, 3904 -Polímeros de cloruro de vinilo- y 8471 -Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos-, cuyas importaciones representaron el 73%, 67% y 62% de las compras realizadas al exterior por Uruguay. Por su volumen agregado, el caso de los celulares es igualmente relevante, significando un 42% de las importaciones uruguayas de ese producto.

A diferencia de lo que se advierte en la canasta de bienes exportados por Uruguay, el caso de los Estados Unidos es diametralmente opuesto. De hecho, en 2016, las diez principales partidas importadas por Uruguay significaron solamente el 43% del total de bienes, lo que habla de una canasta mucho más variada y diversificada.

10 principales partidas importadas por Uruguay desde Estados Unidos 2016 [Fuente: Trade Map]		Total, en miles de U\$S	% del total	% del total importado por UY
'8517	Teléfonos celulares	119164	18,9%	42,2%
'8471	Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos	49663	7,9%	61,9%
'2710	Aceites de petróleo o de mineral bituminoso	22178	3,5%	14%
'8443	Máquinas y aparatos para imprimir	14688	2,3%	38%
'3822	Reactivos para diagnóstico o laboratorio	13985	2,2%	48,1%
'9018	Instrumentos y aparatos de medicina	11841	1,8%	32,3%
'3901	Polímeros de etileno en formas primarias	11165	1,7%	21,9%
'8473	Partes y accesorios para impresoras y máquinas de oficina	10326	1,6%	73,5%
'3904	Polímeros de cloruro de vinilo	10250	1,6%	66,9%
'8477	Máquinas y aparatos para trabajar caucho o plástico	9858	1,5%	60,8%
	Otros productos	356058	57%	
TOTAL	Todos los productos	629176	100%	

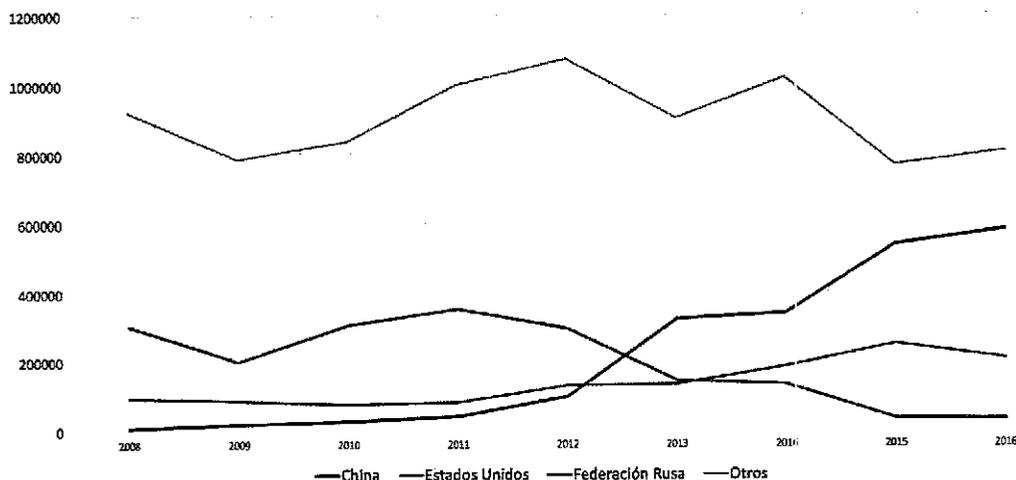
OFERTA EXPORTABLE DE BIENES, PERSPECTIVAS A FUTURO

Carne vacuna

El pasado año 2016 Uruguay exportó un total de 1456 millones de dólares de carne bovina (congelada y refrigerada) según cifras nacionales. De esa cifra, un 35% tuvo como destino China, y un 14% fue vendido a los Estados Unidos (primer y segundo mercado en importancia). En este sentido, la demanda internacional ha venido creciendo gracias al empuje de estos dos grandes mercados.

Para el caso de la carne refrigerada (la de mayor valor) el estadounidense es el principal mercado global, con una significación del 14% de las importaciones mundiales (2904 millones de dólares en 2015). Las importaciones norteamericanas de este tipo de cortes aumentaron a un promedio anual de 17,3% en el período 2012-2016. Esto demuestra que la evolución de los precios ha sido en general buena y las perspectivas de crecimiento son alentadoras. Si a esto se le suma que la balanza comercial de los Estados Unidos en lo que respecta a carne refrigerada arrojó un déficit de tan sólo 65 millones de dólares en 2016, se constata que este comercio no debería ser objeto de medidas correctivas prioritarias por parte de la nueva Administración. Según cifras de 2015, el mercado chino para este tipo de carne es muy marginal por el momento, importando tan sólo 50 millones de dólares desde Australia.

Exportaciones uruguayas de carne
(en miles de U\$S) [Fuente: Trade Map]



Para el caso de la carne congelada, los dos principales mercados son los Estados Unidos con una participación mundial de 17% en 2015 (3500 millones de dólares), y China con una significación del 11% (2271 millones de dólares). Al respecto, es llamativo el crecimiento de China, cuyas importaciones en volumen han venido aumentando a un promedio anual de 121% en el período 2011-2015. Por su parte, Estados Unidos lo ha hecho a un ritmo promedio anual del 17% en el mismo período de tiempo. La gran diferencia entre estos dos mercados estriba en el precio que los dos pagan por tonelada de carne. Mientras que en 2015 China pagó la tonelada de carne congelada a un promedio de 4861 dólares, los Estados Unidos pagaron un promedio de 5401 dólares por la misma cantidad. Cabe consignar que según cifras de los Estados Unidos correspondientes a 2016, las importaciones de carne congelada cayeron un 36% con relación a 2015, totalizando los 2235 millones de dólares. Dependiendo de la evolución del mercado chino, del que aún no se disponen de cifras en la OMC, pudo haber existido un cambio en el ranking mencionado *ut supra*.

En efecto, como es de sabido, China ha cobrado una relevancia muy importante como comprador de carne congelada uruguaya. Mientras que en 2012 las exportaciones uruguayas a China totalizaron los 71,6 millones de dólares, a los Estados Unidos fueron por valor 115 millones. En 2013 esta ecuación se modificó, ya que a China se exportó por valor 262 millones y a los Estados Unidos 116,5 millones. Esta tendencia se acentuó en los años siguientes, cerrando el 2016 con exportaciones a China por un total de 508,4 millones, y a los Estados Unidos por valor 177,6 millones. Las cantidades totales exportadas por Uruguay no variaron en forma significativa, lo que permite concluir que la depresión de los mercados de Rusia e Israel fue paulatinamente compensada con el crecimiento del mercado chino.

Sobre este asunto, esta Misión se permite llamar la atención sobre la importancia que tiene la sostenibilidad relativa del mercado norteamericano (tanto para carne congelada como refrigerada), no sólo por la superior remuneración del producto, sino por el valor estratégico que tiene este acceso desde el punto de vista sanitario. En particular, destaca su significación a la luz de la reciente autorización de Brasil para exportar, y el inminente ingreso de Argentina a partir del segundo semestre de este año.

Adicionalmente, se considera especialmente importante advertir la necesidad de extremar los controles e inspecciones sanitarias y de inocuidad de los alimentos con destino a los Estados Unidos, teniendo presente el actual marco restrictivo existente, en el que cualquier elemento puede ser utilizado como argumento para restringir mercados.

Carne ovina

El comercio mundial de carne ovina (6000 millones de dólares en 2015), está compuesto en un 80% por carne con hueso y carcasas, mientras que tan sólo un 20% corresponde a carne sin

hueso. Los Estados Unidos fueron el principal mercado en 2015 con 698 millones de dólares de importaciones, un 11,5% del total mundial. Por su parte, en 2016, Estados Unidos importó 680 millones por este concepto; aun no es posible estimar su participación en el total mundial. Excluyendo a la carne de cabra, y teniendo presente solamente la carne de oveja y cordero, las estadísticas indican que el 75% de las importaciones norteamericanas son de carne ovina con hueso, mientras que el 25% restante está representado por carne sin hueso.

Al respecto, para los volúmenes de cortes con hueso, excluyendo carcasas, destacan crecimientos promedios anuales de 4% (cortes refrigerados) y 6% (cortes congelados) en el período 2011-2015. En lo que respecta a 2016, excluyendo también las carcasas, no se aprecian mayores cambios (alcanzando los 278 millones de dólares importados de cortes refrigerados, y 199 millones de cortes congelados).

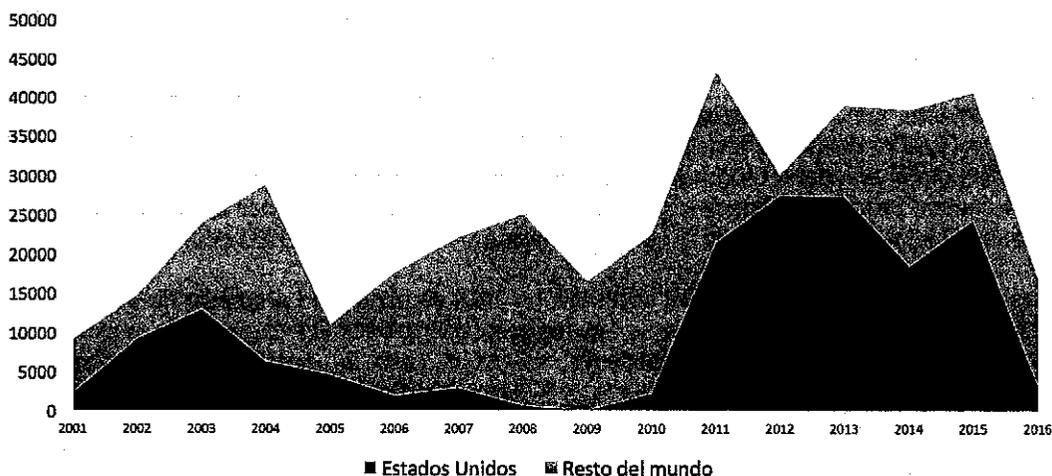
En suma, es de esperar que una apertura del mercado norteamericano logre dinamizar la producción y exportación de este tipo de cortes en Uruguay, para lo cual se seguirá trabajando desde esta misión.

Frutas y miel

Estos productos han sido muy relevantes para diversificar las exportaciones de bienes al mercado norteamericano en los últimos años. Para el caso de la miel, las ventas totales de nuestro país sufrieron una importante caída en 2016, totalizando los 16,8 millones de dólares.

Tradicionalmente, Estados Unidos constituyó el principal mercado de estas ventas al exterior (70% en 2013; 48% en 2014; 60% en 2015). No obstante, con la disminución experimentada en el último año, las colocaciones en este mercado representaron solamente un 19,4% del total (3,3 millones de dólares). Al analizar el histórico de exportaciones uruguayas de miel, es claro que el mercado estadounidense ha sido un gran motor de desarrollo. No obstante, el evidente también la necesidad de agregar mayor valor y restar así volatilidad al sector en su conjunto.

Exportaciones uruguayas de miel
(en miles de U\$) [Fuente: Trade Map]

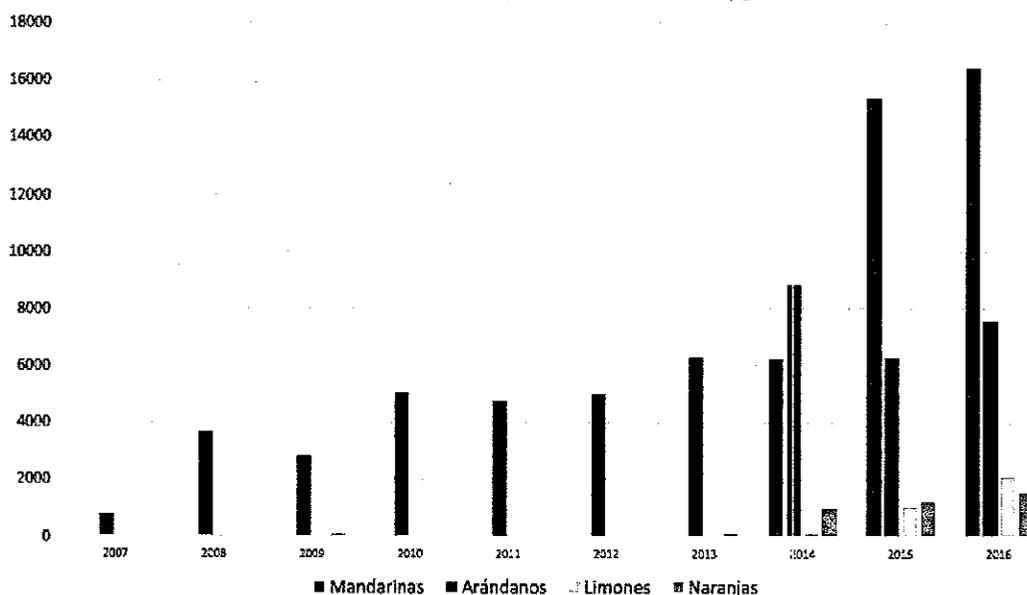


Para el caso de la posición 0810.40 (Arándanos), las ventas en 2016 recuperaron el dinamismo de años anteriores, totalizando 14,6 millones de dólares. A los Estados Unidos se exportó más de la mitad de las ventas, unos 7,5 millones de dólares. Para el caso de la posición 0805.20 (Mandarinas), que comenzaron a ser exportadas a los Estados Unidos en 2013, estas crecieron de manera exponencial, acaparando un 46% del total de mandarinas exportadas por Uruguay en 2016. La expansión de las ventas del producto en 2015 y 2016 representa una gran oportunidad para aumentar la inversión y modernización en el sector, aprovechando para desarrollar aún más la producción de limones y naranjas.

Así como ocurre en el caso de la miel, las cifras demuestran que el grado de dependencia de las exportaciones de fruta con relación al mercado norteamericano es muy elevado.

Por fortuna, las estadísticas indican que el crecimiento de la demanda en Estados Unidos es constante. Para el caso de la miel, los Estados Unidos son altamente deficitarios con respecto al mundo (397 millones de dólares de déficit, e importaciones en 2016 por valor 423 millones) y el promedio de crecimiento anual de estas importaciones ha sido del orden del 2% en los últimos cinco años. Por su parte, en el último quinquenio, las compras norteamericanas de arándanos han crecido a un ritmo promedio anual de 15% en valor, sumando importaciones por un total de 2738,5 millones de dólares en 2016.

**Exportaciones uruguayas de frutas a los Estados Unidos
(en miles de U\$S) [Fuente: Trade Map]**



Adicionalmente, aunque por debajo de los precios 2015 con los que se remuneró la producción mexicana (12,234 dólares la tonelada) y peruana (10,892 dólares la tonelada), los precios a los que se vendió el arándano uruguayo evidencian valores altos (9,964 dólares la tonelada), por lo que la cadena productiva parece estar satisfactoriamente completada por trabajo uruguayo. El arándano chileno se pagó a 5939 dólares la tonelada y el argentino a 9355 dólares.

El caso de la miel es distinto; la miel uruguayana en 2015 se pagó a un promedio de 3395 dólares la tonelada. Países de mayor porte, y en mejores condiciones de escala para negociar sus ventas, recibieron mejores remuneraciones, tal es el caso de Argentina (3847 dólares la tonelada), Brasil (3857 dólares la tonelada) y México (3940 dólares la tonelada). En efecto, las condiciones de escala del mercado uruguayo justificarían otro tipo de estrategia de inserción, que busque avanzar más en la cadena de valor, siguiendo el ejemplo neozelandés. Nueva Zelanda exportó 2098 toneladas de miel a los Estados Unidos en 2015 por valor 20,1 millones de dólares (9586 dólares la tonelada).

Como es de conocimiento, una problemática importante que debieron enfrentar los apicultores uruguayos fue la presencia de cantidades elevadas de glifosato en la miel, producto de fumigaciones en el sector agrícola, que dificultaron el acceso tanto a los Estados Unidos como a la Unión Europea en 2016. Han sido enfáticas en este sentido las declaraciones de la Sociedad Apícola Uruguaya (SAU). En suma, cualquier estrategia sería de inserción internacional de este producto debiera necesariamente tener en cuenta las sensibilidades sanitarias del sector.

Madera

La exportación de productos de madera uruguaya a los Estados Unidos se concentra fundamentalmente en dos posiciones, la 4407 (Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incluso cepillada, lijada o unida por los extremos, de espesor superior a 6 mm) y la 4412 (Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar).

Por la 4407 se exportaron al mercado norteamericano 12,1 millones de dólares en 2016 (un 18% del total), mientras que de la 4412 se vendieron 17,8 millones de dólares (un 34% del total colocado en el exterior).

A este respecto, es importante subrayar que la demanda norteamericana de la 4407 es fuerte, creciendo en los últimos cinco años a un promedio anual de 13,5% en valor; las importaciones totales en 2016 fueron por valor 6813 millones de dólares, y un 85% fue abastecido por Canadá.

Por su parte, las importaciones estadounidenses de la posición 4412 alcanzaron los 2847,6 millones de dólares en 2016, evidenciando en los últimos cinco años un crecimiento promedio anual de 10% en valor. En este sentido, el 49,6% de las importaciones fueron provenientes de China.

La demanda de ambas posiciones alberga perspectivas alentadoras para la industria nacional, especialmente en cuanto al impacto que podría tener una guerra comercial con China para el comercio de la posición 4412, en la que el país asiático es el principal proveedor por amplio margen.

Cueros

La exportación de productos derivados de pieles y cueros a los Estados Unidos se concentra básicamente en dos posiciones, la 4104 (Cueros y pieles curtidos o «crust», de bovino o de equino, depilados, incluso divididos, pero sin otra preparación), y la 4107 (Cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pieles apergaminados, de bovino o equino, depilados, incluso divididos, excepto los de la partida 41.14).

En 2016 por la 4104 se exportó a los Estados Unidos un total de 33,3 millones de dólares (23% del total colocado en el exterior), mientras que de la 4107 se vendieron 8,9 millones de dólares (7% del total). Tanto en el año 2015 como en el 2016, Uruguay ocupó el quinto puesto como mercado abastecedor del capítulo 41 de la nomenclatura para los Estados Unidos.

Con relación a la demanda norteamericana, se evidencia una sólida tendencia de crecimiento en cuanto a la 4104. En 2015 se importó por valor 103,9 millones de dólares; el principal proveedor fue Italia, con un 70% del mercado. En el último quinquenio el incremento promedio anual de estas importaciones fue de 24% en términos de valor.

En lo que respecta a la posición 4107, si bien la tendencia es un poco menor, es igualmente incremental. Los Estados Unidos importaron por valor 570,4 millones en 2016, creciendo en los últimos cinco años a un promedio anual de 3,5% medido en valor. En este rubro es particularmente importante la competencia de Brasil (segundo proveedor del mercado), que exportó anualmente en el último quinquenio por valores superiores a los 100 millones de dólares.

La demanda en ambos casos es promisoría para el desarrollo de la industria local.

Posiciones adicionales en base a crecimiento de la demanda

Se llama la atención sobre la demanda de posiciones con gran crecimiento en los Estados Unidos a efectos de explorar oportunidades de comercio:

0511.99 - Residuos de pieles y cuero; y desechos de animales utilizados como alimentos para animales o ingredientes en tales comidas. Por esta posición los Estados Unidos importaron por valor 507,2 millones de dólares en 2016 y el comercio ha crecido en los últimos cinco años a tasas anuales de 4% en valor. Los principales mercados abastecedores son China (25%); México (17,5%) y Brasil (10,7%).

0304 - Filetes y demás carne de pescado (incluso picada). Las importaciones norteamericanas totalizaron los 5636,5 millones de dólares en 2016 (arrojando un déficit comercial de 4450,7 millones de dólares en su comercio con el mundo). El incremento anual en valor en los últimos cinco años promedió el 3%. Chile fue el principal abastecedor con un 27% del mercado en 2016, seguido por China con un 23%.

2203 - Cerveza de malta. Las importaciones de esta posición han crecido a un ritmo promedio anual de 7% en términos de valor, superando en 2016 los 5 mil millones de dólares; lo que indica un patrón de consumo en ascenso. Este mercado de cervezas importadas se encuentra dominado por México (62,5% del total), seguido de referentes europeos como Países Bajos, Bélgica e Irlanda. No obstante, en 2016, un total de 62 países exportaron al mercado norteamericano por valores superiores a los cien mil dólares; esto da una idea de la diversidad existente en términos de oferta.

Oportunidades comerciales

El Instituto Uruguay XXI identificó en su de junio 2016 un grupo de 64 sub-partidas con potencial de crecimiento a los Estados Unidos, ¹ en base al Índice de Complementariedad Comercial (ICC). Estos productos se concentran en los sectores de elaboración de productos alimenticios, bebidas, fabricación de sustancias y productos químicos, y fabricación de productos textiles y prendas de vestir.

A fines ilustrativos, esta Misión presenta a continuación un detalle del tratamiento arancelario brindado a las 64 sub-partidas de referencia, desglosadas según la nomenclatura norteamericana. En efecto, las diferencias al analizar las posiciones a ocho dígitos son elocuentes, lo que resulta ilustrativo del potencial existente si se adapta el producto a las características descriptas en el mercado de destino.

SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS DE LOS EE.UU. (SGP)

A fines del 2015 el Presidente de los EE.UU. comunicó oficialmente que partir del 1º de enero de 2017 Uruguay dejaría de beneficiarse de las preferencias del Sistema General de Preferencias Comerciales (SGP), en virtud de haber alcanzado un nivel de renta alta según las estadísticas del Banco Mundial.

Las exportaciones de Uruguay dentro de este sistema alcanzaron en el 2015 el 14,26% (USD 86 millones) de las exportaciones totales a los EE.UU. y representan el 0,9 % de las exportaciones totales del país. Dentro de ellas se destacan:

- o Cueros USD 37 millones
- o Madera contrachapada USD 20 millones
- o Carne procesada USD 19 millones
- o Quesos USD 6 millones

Los tres principales productos exportados por Uruguay al amparo del SGP: cueros, conservas de carne y madera contrachapada según el informe de la Asesoría de Política Comercial del MEF de marzo de 2015, parecen no tener mayores dificultades para enfrentar el retiro de las preferencias en virtud de que los aranceles para esos productos son de medios a bajos de entre

¹ <http://www.uruguayxxi.gub.uy/informacion/wp-content/uploads/sites/9/2016/07/Estados-Unidos-Jun-2016-Uruguay-XXI.pdf>

1,4% (conservas de carne) a 8% (madera contrachapada). En el caso, de los quesos el arancel NMF que debería abonarse a 15% para el queso tipo italiano que es el de mayor significación.

Efecto en principales productos

Principales productos exportados bajo SGP	Exportaciones 2016 (Millones de dólares)	Arancel promedio a pagar
Cueros	37.1	2,8%
Madera y sus manufacturas	25.9	8%
Preparaciones carne bovina	19.3	2%
Queso tipo italiano	5.8	15%
Piedras semipreciosas	2.2	10,5%
Agentes de superficie para limpieza	1.5	4%
Preparaciones para productos de panadería o pastelería	0.85	8,5%
Preparaciones y conservas de pescado	0.47	15% (caviar)
Grasa de lana	0.42	2,4%

2) INVERSIONES

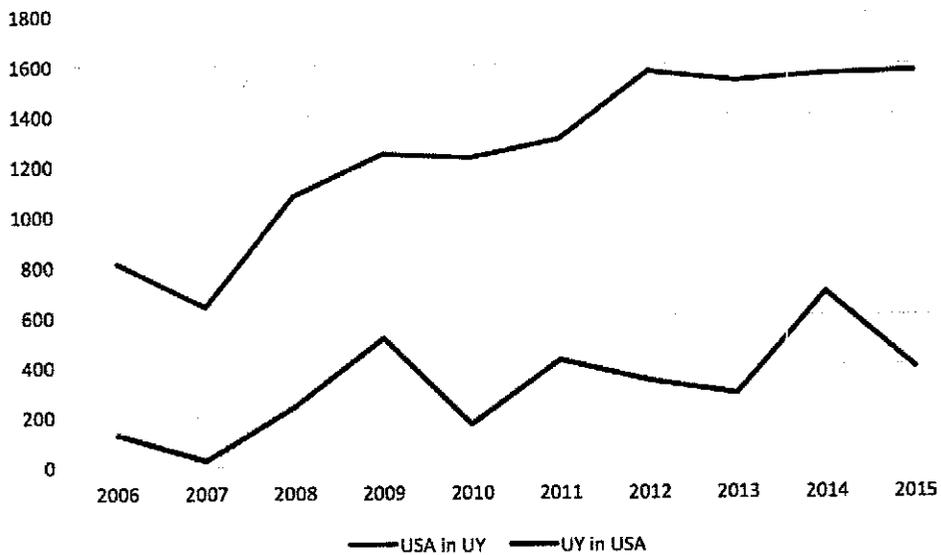
EE.UU. es uno de los inversores más importantes en el Uruguay y tiene una gravitación insoslayable en la economía nacional.

Según las estadísticas del BCU para lo que es la posición de Inversión Extranjera Directa (IED), Estados Unidos se ubicaría como el cuarto origen de este stock. La IED implica el involucramiento activo en un proceso productivo, la asunción de responsabilidades con el presente, pero también con el futuro del país. En efecto, las empresas norteamericanas evidencian un significativo nivel de confianza en la estabilidad macroeconómica del Uruguay y prueba de ello es su activa presencia en el entramado empresarial local.

Según estadísticas del *Bureau of Economic Analysis* (Departamento de Comercio de los Estados Unidos), la inversión extranjera directa de los Estados Unidos en Uruguay ascendió en 2015 a 1572 millones de dólares; su nivel más alto en la última década. Por su parte, la agencia norteamericana también reporta información sobre los activos totales en Uruguay de fuentes de los EE.UU. desde el año 2009, registrando un total de USD 10.082: millones de dólares en 2014 (último año del que se dispone de datos).

A su vez, esta misma fuente reporta que las empresas multinacionales de afiliación mayoritaria de origen americano facturaron en 2014 en Uruguay por un total de U\$S 3.837 millones.

Foreign Direct Investment (millions of U\$) [Source: BEA-USDC]



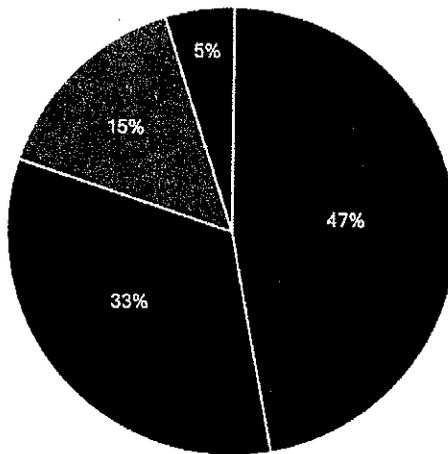
Majority-owned Foreign Affiliates of U.S. Multinational Enterprises in Uruguay (Total assets in millions of U\$) [Source: BEA-USDC]



Según nuestras estimaciones, las compañías de origen norteamericano en Uruguay rondarían las doscientas, aunque sabemos por las razones expuestas, que los listados no son taxativos. De este total, en base a datos proporcionados por Uruguay XXI, un 47% corresponde a empresas de servicios (incluido turismo), un 33% a compañías de comercio, un 15% a firmas dedicadas a la industria y tan sólo un 5% representa al sector del agro.

Empresas norteamericanas en Uruguay
por sector de actividad
en % [según datos de Uruguay XXI]

De

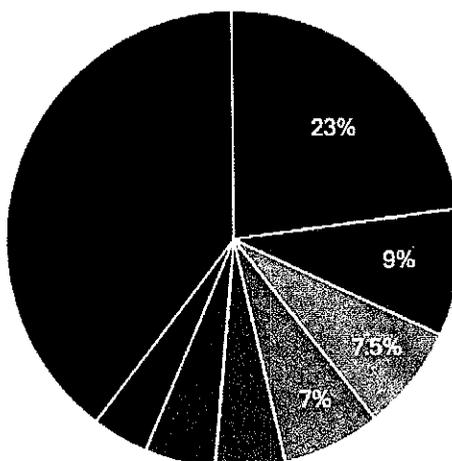


■ Servicios ■ Comercio ■ Industria ■ Agro

acuerdo a datos proporcionados por la COMAP (Comisión de Aplicación de la Ley de Inversiones), en 2016 se recomendó al Poder Ejecutivo la promoción de un total de ocho proyectos de inversiones de origen norteamericano, que en suma significan 84,2 millones de dólares; en mayor medida vinculados al desarrollo del sector industrial y del sector energético.

Si tomamos como referencia un parámetro alternativo, podemos hablar de las inversiones de portafolio, que involucran el movimiento de capitales financieros. A este respecto, según las últimas cifras disponibles de BCU, correspondientes a 2014, de un total de activos valuados en 4,793 millones de dólares, un 23% pertenecía a entidades o personas de los Estados Unidos. Este guarismo es el más alto, siendo los Estados Unidos el principal país, seguido en segundo lugar por Luxemburgo, con tan sólo un 9% de ese total. Adicionalmente, del conjunto de esas inversiones de cartera en 2014, un 94% se encontraba denominado en dólares, con lo cual puede argumentarse que la trascendencia del vínculo bilateral tiene correlatos que exceden la mera relación comercial y de inversiones.

Valor total de inversión de portafolio
por país de origen
en % [según datos de BCU-Año 2014]



■ United States ■ Luxembourg ■ United Kingdom ■ Brazil ■ Netherlands ■ Canada ■ Sweden ■ Others

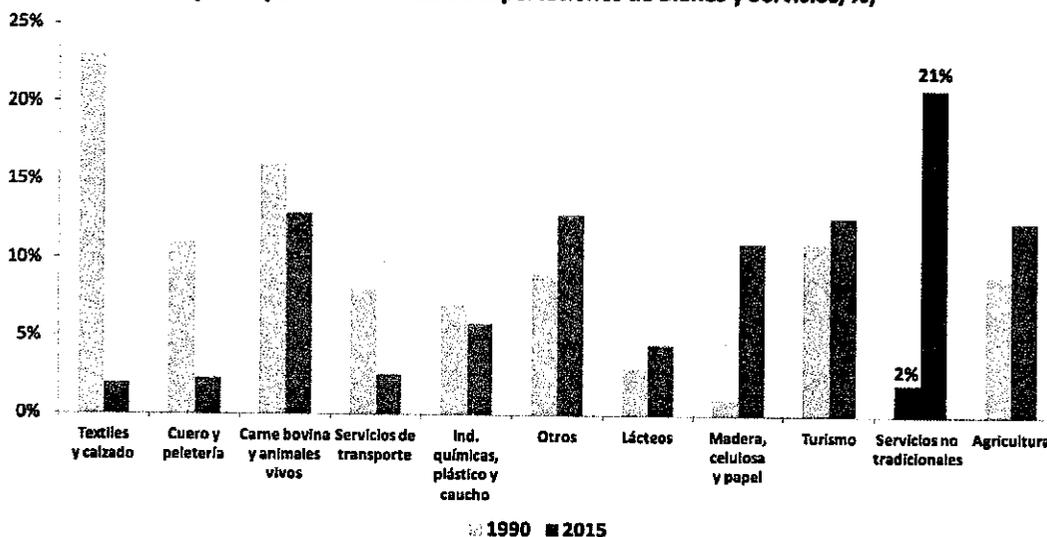
3) COMERCIO DE SERVICIOS

Si bien la información estadística en materia de comercio bilateral de servicios no nos permite determinar con exactitud la magnitud de este comercio, es notoria la relevancia de las exportaciones de este sector a los EEUU. No obstante, algunas estadísticas conservadoras nos pueden dar una idea de la relevancia que tienen los Estados Unidos y lo vital que se ha convertido la industria de servicios no tradicionales en Uruguay.

Excluyendo a los servicios tradicionales (transporte internacional y turismo), tenemos un segmento de servicios generalmente catalogado como "no tradicional" que reúne una serie de actividades de sumo valor y en las que nuestro país se ha ido especializando. Entre otras cosas, sabemos según datos de la UNCTAD para 2015, que Estados Unidos es el principal mercado demandante de estos servicios no tradicionales a escala global, absorbiendo un 11% del comercio total.

Sabemos también que para Uruguay es una industria en constante expansión, desde hace por lo menos diez años. De acuerdo a estimaciones del Instituto Uruguay XXI, las exportaciones uruguayas de estos servicios (que integran actividades varias, como servicios creativos, servicios financieros, servicios empresariales y tecnologías de la información, entre otros) representaron un 21% del total de divisas que ingresaron al país en 2015 por concepto de exportaciones. En efecto, agregando esta diversidad de sectores bajo la denominación de "servicios no tradicionales" se estima que son el principal rubro externo, sobrepasando a las divisas percibidas por otros sectores históricamente centrales, como el turismo o las ventas de carne bovina.

**Gráfico N°3 – Estructura de la oferta exportable uruguaya
(Participación en el total de exportaciones de Bienes y Servicios, %)**



Fuente: Uruguay XXI en base a BCU, DNA, DGI y Área de Zonas Francas (MEF).

Por las razones expuestas *ut supra*, resulta complejo dar una idea de la magnitud de este comercio según el país de destino de dichas exportaciones. Sin embargo, sabemos que la gravitación del mercado norteamericano es central para muchas de las compañías del rubro. Según datos de la Cámara Uruguaya de Tecnologías de la Información (CUTI), el mercado estadounidense representa aproximadamente el 40% de las exportaciones del sector TIC, que se estiman en el entorno de los 380 millones de dólares anuales. Siguiendo esta lógica, bien puede aseverarse que luego de la carne bovina, el segundo rubro exportable al mercado de Estados Unidos son las TICs.

Adicionalmente, es importante destacar la expansión de los llamados Centro Corporativos Regionales (CCR) que están formados por una dependencia que oficia de "hub regional" de la empresa, o bien se compone de un proveedor internacional de servicios para una serie de clientes en el exterior. Estas operaciones, que cuentan con equipos de al menos veinte personas, asumen distintos segmentos de tareas y funciones, habiendo casos en los que integran dos o más combinaciones de las siguientes: centros de trading, centros TIC, centros de Investigación y Desarrollo, centros de distribución regional, centros de servicios compartidos, entre otros. Dentro de este segmento, se estima que cerca del 30% de las firmas instaladas en Uruguay corresponde a compañías estadounidenses, como es el caso de Citi, Lexmark, McDonald, RCI y Sabre.