



Uruguay XXI

PROMOCIÓN DE INVERSIONES,
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS

INFORME **MENSUAL** COMERCIO EXTERIOR

ABRIL 2026

TEMA DEL MES

**ACUERDO
MERCOSUR-UNIÓN EUROPEA**



RESUMEN EJECUTIVO

- En **abril de 2026**, las **solicitudes de exportación**, incluidas las zonas francas, alcanzaron **US\$ 944 millones** y marcaron una **disminución interanual de 12%**. Las exportaciones de este mes estuvieron impulsadas principalmente por las ventas de **celulosa, carne bovina, productos lácteos y concentrados de bebidas**.
- En el **acumulado del año 2026**, las **exportaciones de bienes**, incluidas las zonas francas, totalizaron **US\$ 4.122 millones**, con un **incremento interanual de 4%**.

Exportaciones uruguayas de bienes¹
Millones de dólares y variación mensual interanual (%)

Territorio	Abr-25	Abr-26	Var (%)
Aduanas	733	656	-10%
Zonas Francas (*)	337	288	-15%
Total	1.069	944	-12%

Territorio	Ene - Abr 25	Ene - Abr 26	Var (%)
Aduanas	2.687	2.869	7%
Zonas Francas (*)	1.269	1.253	-1%
Total	3.956	4.122	4%

(*) Incluye exportaciones de celulosa, concentrados de bebidas, productos farmacéuticos y granos de Nueva Palmira (cebada, colza, soja y trigo).

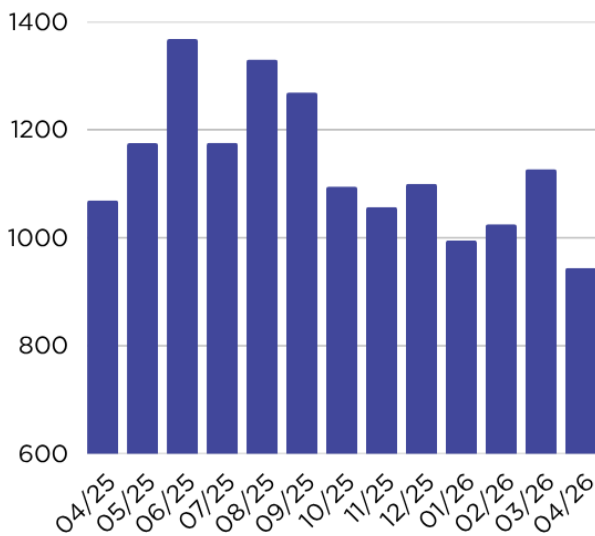
- Tema del mes:** vigencia del acuerdo Mercosur-Unión Europea.

¹ Este informe se elaboró con cifras proporcionadas por Aduanas, SIGES Nueva Palmira, Montes del Plata y UPM. Las cifras publicadas pueden diferir con las elaboradas por otros organismos debido a las diferentes metodologías de trabajo. Además, todas las cifras de este informe están sujetas a variaciones y correcciones de valor que puedan realizarse en los documentos aduaneros después de su publicación. **Nota metodológica:** a partir de mayo de 2024, las cifras de exportaciones desde zonas francas incluyen destinos finales y todas las exportaciones se computan en el momento que parten hacia los destinos (sin considerar los envíos hacia las zonas francas).

CAEN LAS EXPORTACIONES EN ABRIL DE 2026

En abril de 2026, las solicitudes de exportación totalizaron US\$ 944 millones, lo que representó una caída interanual del 12%. De esta forma, se interrumpió el ritmo de crecimiento mensual observado durante el primer trimestre, aunque el desempeño acumulado del año se mantuvo en terreno positivo.

Gráfico N°1
Exportaciones
En millones US\$



Fuente: Uruguay XXI con base en datos de Dirección Nacional de Aduanas (DNA), Montes del Plata y Sistema Nueva Palmira.

En el acumulado de enero-abril, las solicitudes de exportación aumentaron 4% en comparación con el año anterior. La carne bovina alcanzó los US\$ 837 millones

en el año, con un comportamiento similar al del año pasado. La celulosa se mantuvo en segundo lugar con US\$ 739 millones.

Para el mes de abril el top cinco los complementaron los concentrados de bebidas, productos lácteos y trigo.

Cuadro N°1
Exportaciones uruguayas de bienes- Principales productos
Millones US\$ y Var. % interanual

Productos	Abr-25	Abr-26	Var %
Celulosa	223	190	-15%
Carne bovina	226	160	-29%
Concentrado de bebidas	63	71	13%
Productos lácteos	64	64	0%
Arroz	41	42	1%
Vehículos	44	41	-9%
Ganado en pie	25	34	35%
Madera y productos de madera	34	34	1%
Subproductos cárnicos	38	32	-16%
Otros	18	28	54%

Fuente: Uruguay XXI con base en datos de Dirección Nacional de Aduanas (DNA), Montes del Plata y Sistema Nueva Palmira. La incidencia de cada producto en las exportaciones acumuladas se encuentra [disponible en el ANEXO](#).

DETALLE POR PRODUCTO

La **celulosa** fue el principal producto exportado en abril, con ventas por US\$ 190 millones, lo que representó el 21% del total exportado y una caída interanual del 15%. Esta caída también respondió a una baja en el volumen exportado, el cual fue de 13% interanual, permitiendo alcanzar las 343.180

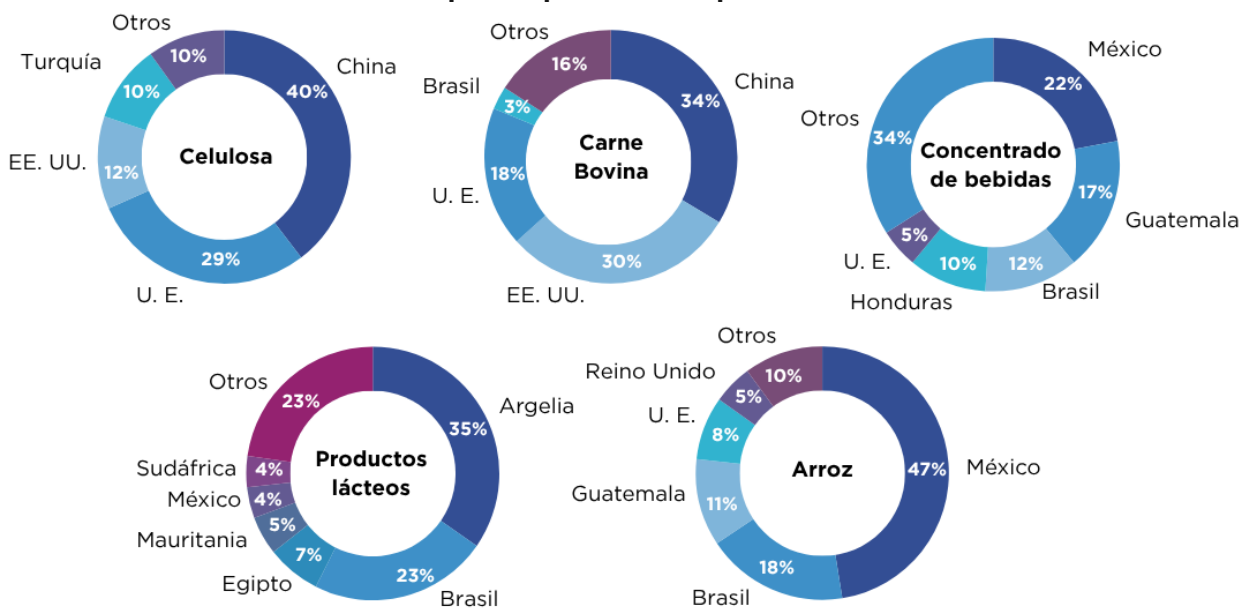
toneladas en abril. **China** se mantuvo como el principal destino, concentrando 40% de las colocaciones (US\$ 75 millones), aunque con una disminución interanual del 14%. Como destino, también sufrió una caída de 12% en el volumen exportado durante el mes de abril. La **Unión Europea** se ubicó en segundo lugar con exportaciones por US\$ 56 millones (29% del total) y una caída más pronunciada (-35%), mientras que **Estados Unidos** ocupó el tercer lugar con US\$ 22 millones (12%), registrando también una contracción (-17%). En contraste, se destacó el crecimiento de mercados alternativos como Turquía, cuyas compras aumentaron 146%, alcanzando los US\$ 18 millones y representando el 10% del total. Esta evolución se dio en un contexto internacional caracterizado por presión a la baja en los precios de la pulpa y menor presión de la demanda, especialmente desde China, principal mercado del producto. En particular, durante los primeros meses de 2026 se observaron descensos en los precios internacionales y niveles elevados de inventarios.

La **carne bovina** fue el segundo producto de mayor valor exportado en abril, con ventas por US\$ 160 millones, lo que representó 17% del total exportado y una caída interanual de 29%. **China** se ubicó como el principal destino en ese mes, con colocaciones por US\$ 55 millones y una participación de 34%, registrando un aumento interanual de 14%. En contraste,

Estados Unidos, que había sido el principal destino en abril de 2025, redujo sus compras 50%, hasta US\$ 47 millones, y explicó 30% del total exportado. También se observaron caídas en la **Unión Europea**, con ventas por US\$ 28 millones y una contracción de 36%, así como en Brasil y Japón, con disminuciones de 20% y 12%, respectivamente. La caída mensual no respondió únicamente a un deterioro de la demanda internacional, sino también a restricciones de oferta y a una menor actividad industrial a nivel local.

Según datos del Instituto Nacional de la Carne (INAC), la faena bovina se redujo 45% interanual en abril. Esta evolución fue consistente con la evolución que la faena bovina mostró en los meses recientes, con caídas del orden de 10% interanual a comienzos de 2026. A esto se sumó un contexto de precios del ganado gordo históricamente elevados y de menor disponibilidad de ganado terminado para faena. Diversos informes indican que varias plantas redujeron su operativa debido a que los precios del ganado alcanzaron niveles difíciles de sostener para la ecuación industrial, mientras que las exportaciones de ganado bovino en pie se mantuvieron elevadas y registraron un incremento de 35% interanual en abril.

Gráfico N°2
Principales productos por destino



Porcentaje del total exportado por producto. Fuente: Uruguay XXI con base en datos de DNA, Montes del Plata y Sistema Nueva Palmira.

Las exportaciones de **concentrado de bebidas** se ubicaron en tercer lugar en abril, con una participación de 8% en las exportaciones totales de bienes y ventas por US\$ 71 millones, lo que representó un crecimiento interanual de 13%. **México** se mantuvo como el principal destino, con colocaciones por US\$ 16 millones y una participación de 22%, aunque registró una caída de 21% respecto a abril de 2025. En segundo lugar, se ubicó Guatemala, con US\$ 12 millones exportados, una participación de 17% y un aumento interanual de 19%. Brasil fue el tercer destino, con ventas por US\$ 9 millones y un crecimiento de 14%, representando 12% del total.

Los principales destinos del producto son mayoritariamente regionales, lo que refleja el rol de Uruguay como centro logístico y de distribución para América Latina en este segmento. En conjunto, los destinos de América Latina concentraron el 67% de las ventas externas del producto, con una leve caída de 3% frente a abril del año anterior. Sin embargo, el crecimiento total del rubro se explicó por el dinamismo de otros mercados no incluidos entre estos.

Las exportaciones de **productos lácteos** se ubicaron en cuarto lugar en abril, con colocaciones por US\$ 64 millones y una participación de 7% en las exportaciones totales de bienes, manteniéndose prácticamente estables respecto a abril de 2025. El rubro mostró una fuerte

diversificación geográfica, con presencia en África, América, Medio Oriente y Europa. En particular, África fue el principal destino, con ventas por US\$ 34 millones, equivalentes al 54% del total exportado del rubro. A nivel de países, **Argelia** se consolidó como el principal destino, con US\$ 22 millones y una participación de 35%, registrando un crecimiento interanual de 51%. **Brasil** se ubicó en segundo lugar, con US\$ 15 millones y una participación de 23%, aunque con una caída de 29%. También se destacaron Egipto, Mauritania y México, con participaciones de 7%, 5% y 4%, respectivamente. El desempeño estable del rubro se explicó principalmente por el crecimiento de las colocaciones hacia África, que compensó la caída observada en Brasil.

Las exportaciones de **arroz** cerraron el top cinco de productos en abril, con ventas por US\$ 42 millones y una participación de 5% en las exportaciones totales de bienes, manteniéndose prácticamente estable en términos interanuales (+1%). El resultado se explicó por un cambio relevante en la composición de destinos: México pasó a ser el principal mercado, con US\$ 20 millones y 47% del total exportado, seguido por Brasil (US\$ 8 millones; 18%) y Guatemala (US\$ 5 millones; 11%). En términos de volumen, las colocaciones externas aumentaron de 73,8 mil toneladas en abril de 2025 a 109 mil toneladas en abril de 2026, lo que representó un crecimiento cercano a 48%.

Este aumento en cantidades, frente a un valor exportado prácticamente estable, sugiere una caída del precio promedio de exportación, en parte por el cambio en los destinos de exportación.

DESTINOS DE EXPORTACIÓN

Gráfico N°3
Principales destinos de exportación
Millones US\$ y
porcentaje del total exportado



Fuente: Uruguay XXI con base en datos de Dirección Nacional de Aduanas (DNA), Montes del Plata y Sistema Nueva Palmira.

China fue el principal destino de exportación en abril, con colocaciones por US\$ 175 millones, lo que representó 19% del total exportado y una caída interanual de 16%. Las ventas hacia este mercado se mantuvieron fuertemente concentradas en celulosa y carne bovina, que explicaron en conjunto 74% del total exportado al país asiático. La celulosa lideró las colocaciones, con US\$ 75 millones y una participación de 43%, pero con una caída de 14% respecto a abril de 2025. La siguió la carne bovina, con

US\$ 55 millones (31% del total), que aumentó 14% en términos interanuales. Otros productos relevantes fueron los subproductos cárnicos, con US\$ 13 millones y una caída de 32%; lana y tejidos, con US\$ 10 millones y un aumento de 32%; y soja, con US\$ 8 millones, que registró una disminución de 65%. En conjunto, la caída de las exportaciones hacia China se explicó principalmente por menores colocaciones de celulosa, subproductos cárnicos y soja, parcialmente compensadas por el crecimiento de la carne bovina y de lana y tejidos.

Brasil se ubicó en segundo lugar de relevancia en abril, con exportaciones por US\$ 167 millones, equivalentes al 18% del total exportado, lo que implicó una caída interanual de 15%. La contracción de las exportaciones hacia Brasil se explicó principalmente por menores ventas de productos lácteos, vehículos y margarina y aceites, parcialmente compensadas por el crecimiento de plásticos y malta. Dentro de la canasta, los principales cinco productos representaron 59% del total. El principal producto fueron los vehículos, con colocaciones por US\$ 31 millones y una participación de 19%, aunque registraron una caída de 8% respecto a abril de 2025. En segundo lugar se ubicaron plásticos y sus manufacturas, con US\$ 22 millones (13%) y un crecimiento interanual de 16%. Estuvieron seguidos por la malta, con US\$ 22 millones (13%) y un aumento de 11%; los

productos lácteos, con US\$ 15 millones (9%) y una caída de 29%; y margarina y aceites, con US\$ 10 millones (6%) y una disminución de 8%.

En tercer lugar se mantuvo la **Unión Europea**, con colocaciones por US\$ 114 millones, equivalentes al 12% del total exportado, y una caída interanual de 34%. La canasta exportadora hacia este destino presentó una elevada concentración en los dos principales productos: celulosa y carne bovina, que en conjunto sumaron US\$ 84 millones y explicaron 74% del total exportado hacia el bloque. Ambos productos registraron caídas relevantes; la celulosa pasó de US\$ 87 millones a US\$ 56 millones (-35%) y la carne bovina de US\$ 44 millones a US\$ 28 millones (-36%). En conjunto, estos dos rubros redujeron sus ventas en US\$ 47 millones respecto a abril de 2025, explicando la mayor parte de la contracción total hacia la Unión Europea. También fueron relevantes madera y productos de madera por US\$ 4 millones y lana y tejidos por US\$ 4 millones. En este contexto, desde el 1º de mayo de 2026 comenzó la aplicación provisional del Acuerdo Interino de Comercio entre Mercosur y la Unión Europea (ver tema del mes). Los efectos aún no son visibles, no obstante, será un factor relevante para monitorear en los próximos meses, especialmente en productos agroindustriales sujetos a cuotas,

preferencias arancelarias o esquemas de desgravación progresiva.

Estados Unidos se ubicó como el cuarto destino de exportación en abril, con colocaciones por US\$ 109 millones, equivalentes al 12% del total exportado, y una caída interanual de 31%. La canasta exportadora hacia este mercado se mantuvo altamente concentrada: carne bovina y celulosa sumaron US\$ 69 millones y explicaron 64%, donde el efecto fue similar al de la Unión Europea. En conjunto, ambos productos redujeron sus exportaciones en US\$ 54 millones frente a abril de 2025, explicando parte de la contracción total hacia este destino. La **carne bovina** fue el principal producto, con colocaciones por US\$ 47 millones y una participación de 44%, aunque registró una caída interanual de 50%. La siguió la celulosa, con US\$ 22 millones (20% del total) y una disminución de 17%. Otros productos relevantes fueron los subproductos cárnicos, con US\$ 11 millones; madera y productos de madera, con US\$ 10 millones; y miel, con US\$ 4 millones, que registró un crecimiento interanual de 61%.

Argentina cerró el grupo de los cinco principales destinos de exportación en abril, con colocaciones por US\$ 51 millones, equivalentes al 5% del total exportado, y un crecimiento interanual de 22%. A diferencia de otros mercados del ranking, la canasta exportadora hacia Argentina presentó una mayor diversificación: los cinco principales

productos explicaron 59% del total exportado. El principal rubro fueron los vehículos, con ventas por US\$ 9 millones y una participación de 18%, manteniéndose prácticamente estables respecto a abril de 2025. También se destacaron productos farmacéuticos, con US\$ 5 millones y una suba de 5%; y margarina y aceites, también con US\$ 5 millones, con un aumento de 2%. En conjunto, el desempeño positivo hacia Argentina respondió a mejoras moderadas en varios rubros y al fuerte incremento de categorías no tradicionales.

ENTRÓ EN VIGOR EL ACUERDO CON LA UNIÓN EUROPEA

El 1 de mayo de 2026 entró en vigor el acuerdo interino de comercio entre el Mercosur y la UE², lo que constituye un hito en la inserción internacional de Uruguay. Este acuerdo consolidó uno de los procesos de negociación más extensos y relevantes para el país, estableciendo un marco preferencial para el comercio con uno de los principales bloques económicos del mundo.

La Unión Europea representa cerca del 18% del PIB global y aproximadamente el 14% de las importaciones mundiales, además de constituir el principal origen de inversión extranjera directa en Uruguay. En este contexto, el acuerdo no solo amplió el acceso a mercados, sino que reforzó la vinculación con un socio clave en términos comerciales, de inversión y regulatorios.

Alcance y funcionamiento

En su dimensión comercial, el acuerdo estableció disciplinas amplias que abarcan acceso a mercados de bienes, servicios, inversiones, compras públicas, propiedad intelectual y desarrollo sostenible. Este enfoque integral implica que los beneficios no se limitan a la reducción de aranceles, sino que incluyen mejoras en estándares,

previsibilidad normativa y facilitación del comercio.

Uno de los elementos centrales es el esquema de liberalización arancelaria asimétrica, con una apertura más rápida del mercado europeo para las exportaciones del MERCOSUR, al tiempo que otorga mayores plazos de adaptación para las economías del bloque.

Gráfico N°4
Cronograma de desgravación del comercio de los productos del por parte de la Unión Europea.



² Texto completo en español del acuerdo [MEF](#)

La Unión Europea liberalizó aproximadamente el 73% de su comercio de forma inmediata y alcanzará cerca del 92% en un plazo de 10 años, mientras que el MERCOSUR adoptó un cronograma más gradual.

Preferencias arancelarias

El acuerdo combina dos instrumentos principales para el acceso preferencial al mercado europeo: la desgravación y los contingentes arancelarios (cuotas).

Por un lado, la desgravación implicará la reducción progresiva de aranceles hasta alcanzar niveles de 0%, en plazos que varían según el producto (inmediatos, 4, 7 o 10 años). Este esquema introduce previsibilidad, permitiendo a las empresas anticipar cuándo se materializan las mejoras en competitividad.

Por otro lado, en ciertos productos se establecieron cuotas de acceso preferencial, que permiten exportar determinados volúmenes con arancel reducido o nulo. Estas cuotas abarcan productos como carne bovina, lácteos, arroz, miel y etanol, entre otros, y en la mayoría de los casos presentan un crecimiento progresivo de la cuota en el tiempo.

La combinación de ambos instrumentos configura un proceso de apertura, donde las preferencias se acumulan en el tiempo

en función de la categoría arancelaria o contingente asignada a cada producto.

Impacto sobre las exportaciones de Uruguay a la UE

El análisis de la estructura exportadora de Uruguay hacia la Unión Europea, tomando como referencia los flujos comerciales de 2025, sugiere que el acuerdo generará un impacto positivo sobre el 55% de las exportaciones al bloque.

Gráfico N°5
Impacto de la mejora arancelaria sobre las exportaciones de Uruguay a la Unión Europea.

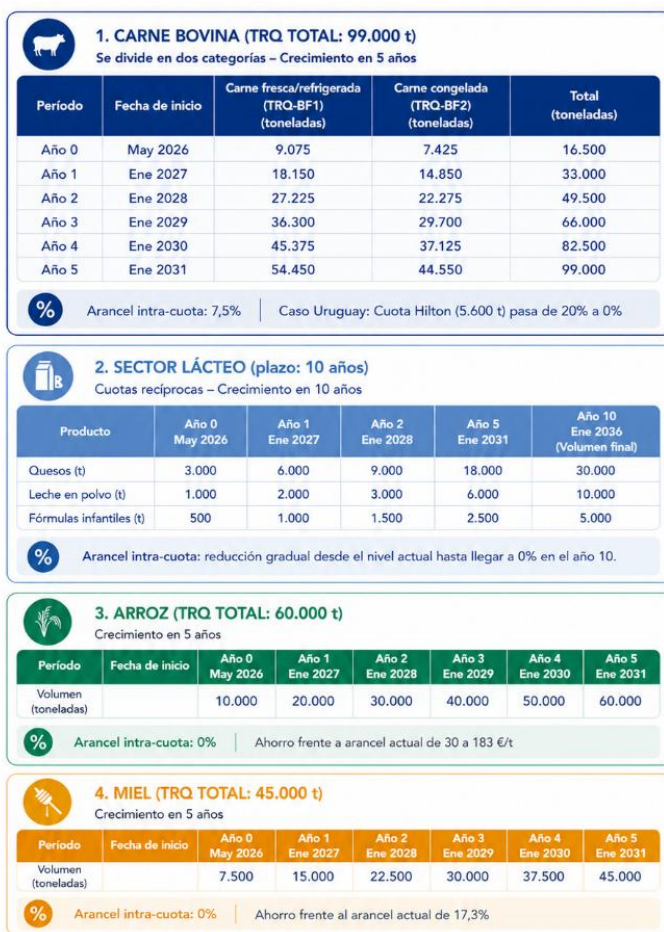


El cronograma de desgravación permite identificar sectores con mejoras en el acceso al mercado europeo.

Entre los productos con beneficios inmediatos o rápidos se destacan carne bovina, arroz, lana, aceites esenciales, cueros, frutas y determinados productos industriales, que accedieron a reducciones arancelarias desde el inicio.

En algunos productos el acuerdo definió contingentes arancelarios (cuotas), este esquema, permite ingresar una cantidad determinada de producto con arancel reducido o nulo, mientras que una vez superado ese volumen se vuelve a pagar las condiciones arancelarias generales.

Gráfico N°6
Principales contingentes con desgravación arancelaria



Las cuotas abarcan productos de alta relevancia para la canasta exportadora del Uruguay, entre los que se destacan carne bovina, productos lácteos, arroz y miel.

Una característica central del acuerdo es que estos contingentes no son estáticos,

sino que crecen progresivamente durante períodos de transición —generalmente de cinco años— hasta alcanzar su volumen definitivo. En el caso del sector lácteo, este horizonte es más extendido, alcanzando los diez años, y combina el aumento gradual de los volúmenes con una reducción progresiva del arancel intracuota hasta su eliminación, lo que implica que las mejoras en las condiciones de acceso se materializan de forma escalonada tanto en cantidad como en precio.

Un elemento clave en la implementación es que las cuotas fueron otorgadas al MERCOSUR como bloque, por lo que su distribución entre los países miembros aún se encuentra en proceso de definición. Mientras esta asignación no se consolida, el acceso opera bajo un mecanismo transitorio, “*first come, first served*”.

Por su parte, la cuota Hilton, un contingente específico de 5.600 toneladas de carne bovina asignado a Uruguay, mejoró de forma inmediata las condiciones de acceso al mercado europeo, al reducirse el arancel intracuota de 20% a 0%.

Las oportunidades para las MIPYMES exportadoras

Los acuerdos comerciales generan impactos heterogéneos entre empresas. Si bien establecen mejores condiciones de acceso a mercados —a través de la

reducción de aranceles y la eliminación de barreras—, su aprovechamiento efectivo no es uniforme³. En particular, la evidencia muestra que las empresas de mayor tamaño tienen una mayor capacidad para adaptarse a estos cambios y capturar sus beneficios, mientras que las mipymes enfrentan restricciones adicionales que limitan su inserción y, en particular, en mercados de alta exigencia regulatoria⁴.

Entre las principales restricciones se destacan la menor disponibilidad de información, las dificultades para interpretar normativas complejas, y los mayores costos relativos asociados al cumplimiento de requisitos técnicos, sanitarios y de certificación⁵. A esto se suman limitaciones en el acceso a redes comerciales, menor escala productiva y una menor capacidad para sostener estrategias de inserción de mediano plazo⁶.

Las mipymes en el acuerdo

Considerando la evidencia, el acuerdo Mercosur -Unión Europea incorporó un capítulo específico orientado a mipymes, con el objetivo de reducir brechas y facilitar

su participación en el comercio internacional.

Este estableció mecanismos de transparencia, simplificación de procedimientos y acceso a información relevante, permitiendo una mejor comprensión de los requisitos regulatorios, las condiciones de acceso al mercado y las oportunidades comerciales disponibles.

En este contexto, Uruguay XXI es uno de los organismos referentes para las mipymes que busquen exportar al bloque europeo.

Uruguay XXI se orientará a reducir las principales barreras de acceso mediante el desarrollo de herramientas que permitan simplificar la complejidad del acuerdo y facilitar su uso efectivo. En este marco, se está avanzando en la creación de un sitio web que integrará distintos módulos: una traducción operativa del acuerdo en lenguaje claro, sistemas de consulta de los aranceles y el cronograma de desgravación por producto, guías prácticas sobre reglas de origen y certificaciones, y herramientas

³ (World Trade Organization (WTO) (2016). World Trade Report 2016: Levelling the Trading Field for SMEs.; Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2017). Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalised Economy.).

⁴ (Melitz, Marc J. (2003). *The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity*.; Bernard, Andrew B., Jensen, J. Bradford, Redding, Stephen J. & Schott, Peter K. (2007). *Firms in International Trade*.).

⁵ (International Trade Centre (ITC) (2015). *SME Competitiveness Outlook 2015: Connect, Compete and Change for Inclusive Trade*.; World Bank (2020). *Trading for Development in the Age of Global Value Chains (World Development Report 2020)*.

Washington, DC: World Bank.).

⁶ (Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2018). *OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2018*.)

de monitoreo del comercio que permitan identificar oportunidades.

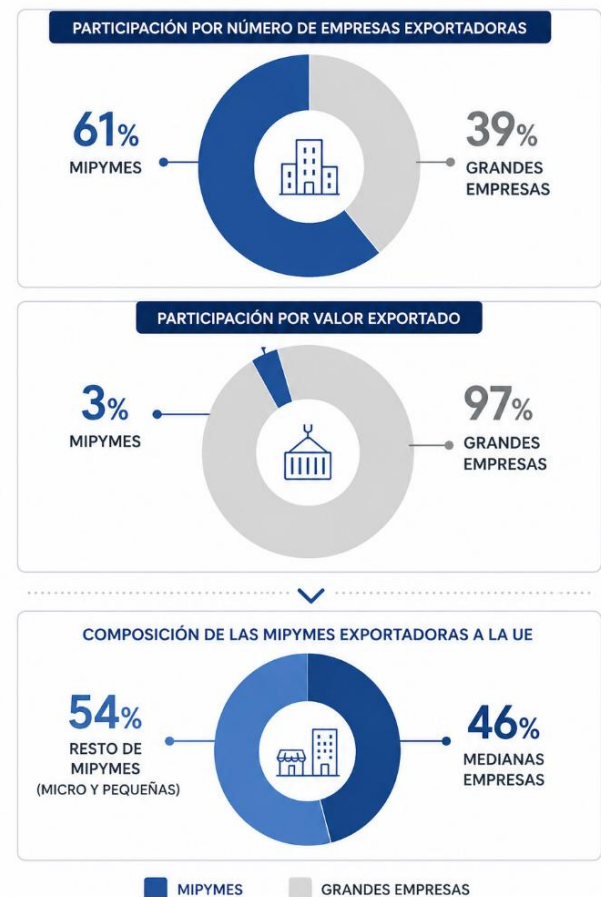
En este contexto, y previo a la entrada en vigor del acuerdo, resulta clave partir de un diagnóstico preciso sobre la inserción actual de las mipymes en el mercado europeo. Comprender este punto de partida permite dimensionar el alcance real de las mejoras en las condiciones de acceso y orientar de forma más efectiva las herramientas de apoyo. Mientras se avanza en el desarrollo de la plataforma específica para el acuerdo, Uruguay XXI continúa canalizando consultas y brindando asistencia a través del correo acuerdoue@uruguayxxi.gub.uy, con el objetivo de facilitar el acceso a información y acompañar a las empresas en este proceso de adaptación.

Punto de partida: mipymes exportadoras a la UE

La estructura de las exportaciones uruguayas hacia la Unión Europea es consistente con la evidencia internacional sobre inserción de mipymes en mercados exigentes.

En 2025, las mipymes representaron el 61% de las empresas exportadoras hacia ese destino, lo que refleja una participación relevante en términos de cantidad de firmas.

Gráfico N°7
Participación de las mipymes uruguayas exportadoras de bienes a la UE



No obstante, esta participación es significativamente menor al peso que tienen estas empresas en el total exportador del país (83%), lo que indica que el mercado europeo presenta mayores barreras de entrada en comparación con otros destinos.

Esta brecha se amplía al analizar el valor exportado. Las mipymes explicaron apenas el 3% de las exportaciones hacia la Unión Europea, frente a un 5% en el total exportado por Uruguay. Es decir, su participación no solo es menor en términos

relativos, sino también en su capacidad de capturar valor en este mercado.

Al interior del universo mipymes, se observa además una concentración en empresas de mayor tamaño relativo. Las empresas medianas son el 46% de las mipymes que exportan hacia la UE, lo que sugiere que la escala —incluso dentro del segmento— es un factor determinante para competir en destinos más exigentes.

Desde el punto de vista sectorial, la inserción de las mipymes se concentra en nichos específicos, particularmente en agroalimentos diferenciados (Vinos, frutas, miel) y algunos segmentos industriales (farmacéuticos, químicos, vestimenta). En estos casos, la estrategia no se basa en volumen, sino en diferenciación, calidad y agregado de valor.



Uruguay XXI

PROMOCIÓN DE INVERSIONES,
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS



www.uruguayxxi.gub.uy



info@uruguayxxi.gub.uy



UruguayXXI



UruguayXXI