

# EL OBSERVADOR



Academia Nacional de Economía

Academia Nacional de Economía

OPINIÓN > OPINIÓN

## El tiempo corre, es hora de jugar en la "cancha grande" del comercio mundial

Lacalle Pou fue claro en su visión de la inserción del país en el comercio internacional, pero potenciarla es un gran "debe"



Presidencia

*Presidente Lacalle Pou, vicepresidenta Beatriz Argimón y el ministro de Relaciones Exteriores Francisco Bustillo.*

Por Mathías Loira<sup>1</sup>

Tras una pandemia sin precedentes, el mundo busca reorganizarse y rearmar sus estrategias comerciales, luego de un detenimiento casi total del comercio y las cadenas de suministros durante los picos más agudos de la pandemia. Como siempre, surgieron obstáculos y desafíos, pero también oportunidades de negocios, y como nación no podemos desaprovecharlas.

Desde la asunción del nuevo gobierno a comienzos de 2020, es posible advertir un "cambio de rumbo" en materia de estrategia de inserción internacional, comercio y cooperación, pasando a una política más proactiva, con ideas y posiciones firmes, con reclamos concretos (como la flexibilización del Mercosur), así como un discurso que apunta a la liberalización de la economía y la apertura comercial con otros países, más allá del bloque natural de comercio que es el Mercosur.

Pese a las dificultades que tuvo el país para hacer frente a esta coyuntura de pandemia, también surgieron oportunidades que Uruguay supo aprovechar. Entre las más relevantes destaco la educación a distancia en los distintos niveles, permitiendo una continuación casi ininterrumpida de los cursos, facilitado además por la buena conexión a internet en todo el país, así como también el Plan Ceibal en educación primaria y secundaria. También es pertinente resaltar la consolidación del e-commerce y el avance en la utilización de medios de pagos electrónicos. Otra de las oportunidades que surgió tras la pandemia es en el sector logístico, y esto es especialmente relevante para Uruguay, ya que busca posicionarse como un hub logístico regional, tanto terrestre como marítimo. Por su ubicación geográfica estratégica, nuestro país juega un rol clave en la logística y el comercio de la región, como es el caso de Paraguay, por citar un ejemplo intra-Mercosur. Creo que Uruguay debe posicionarse internacionalmente como un país "hub" dentro del bloque, pero para ello resulta imprescindible aumentar la inversión pública en infraestructura civil, tanto a nivel terrestre -como rutas y puentes fronterizos- como también en la conectividad aérea, que es un gran "debe" del país para potenciar aún más el comercio.

El presidente Lacalle ha manifestado que "Uruguay va a jugar en la cancha grande" en referencia a los mercados en los que va a competir con productos y servicios, y estoy convencido de la pertinencia de esta afirmación, al menos considero que hay intención y voluntad política real para estrechar lazos comerciales con grandes potencias mundiales. Advierto una estrategia y discursos alineados y sostenidos en este sentido. Para que el país logre insertarse de forma óptima en mercados extranjeros pongo en consideración tres propuestas concretas:

En primer lugar, creo pertinente visibilizar y comunicar a nivel internacional el potencial de desarrollo tecnológico y productivo del país en mercados internacionales, fundamentalmente en Asia (aunque esto no excluye considerar otros mercados), lo que podría hacerse a través de la presencia en ferias internacionales. Para tener una referencia, de acuerdo con el portal de noticias Consumer (Tomaino, 2007) el 71% de los visitantes a estos eventos comparten la información que obtienen en las ferias con unas 6 personas en sus empresas, según relevamientos recientes; por esta razón entiendo tan relevante estar presentes en este tipo de eventos, a los efectos de atraer inversión extranjera al país. Un ejemplo de esto es la Expo Dubái donde nuestro país tiene presencia bajo la dirección de Uruguay XXI.

La segunda propuesta consiste en identificar, definir y potenciar los sectores económico-productivos más importantes en Uruguay en los que la tecnología tenga un impacto directo en la producción, en el corto plazo. La tecnología está impactando todos los negocios, incluso en sectores económicos más “tradicionales”, tales como la ganadería. El uso de ésta, la innovación y la mejora de los procesos para hacerlos más eficientes, llegó para quedarse y avanza muy rápidamente, potenciada aún más por la pandemia. La propuesta, pues, consiste en identificar aquellos sectores económicos en los que la tecnología vaya a tener un efecto directo en el valor agregado en el corto plazo, y comparar dicho análisis con aquellos sectores que generan más desarrollo económico en Uruguay y en los que el país tenga una ventaja competitiva.

Finalmente, para insertarse de forma óptima en mercados extranjeros, se debe enfocar, a mi criterio, los recursos y apoyos gubernamentales en las denominadas PYMES con el fin de que puedan adaptarse a la “agilidad empresarial” de la nueva normalidad y puedan aprovechar los acuerdos comerciales que posiblemente entren en vigencia en el corto plazo, como el acuerdo Mercosur-UE, o también el TLC con China. Esta propuesta tiene múltiples dimensiones y debe contar con un claro compromiso gubernamental a través de distintas agencias y entidades vinculadas a la promoción de la inversión y el emprendedurismo. Se busca impulsar la consolidación de las micro, pequeñas y medianas empresas del país y promover las exportaciones a mercados extranjeros.

Considero que el contexto y la coyuntura están dados para que el país avance significativamente en materia de inserción internacional, por lo que espero que el gobierno mantenga su posición y estrategia actual, evite potenciales “rispideces” internas y concrete acuerdos comerciales en el corto-mediano plazo.

<sup>1</sup> *Mathías Loira fue [Primer Premio Academia Nacional de Economía 2021 por su trabajo: Inserción internacional tras una pandemia sin precedentes.](#)*

Member Opinión Mathías Loira comercio mundial Uruguay

inserción internacional Academia Nacional de Economía Acuerdos comerciales TLC

Mercosur

REPORTAR ERROR