

la entrevista

ROBERTO VILLAMIL ALVAREZ

DIRECTOR EJECUTIVO DE URUGUAY XXI

Trabaja en una agencia clave para la promoción de exportaciones y la captación de inversión extranjera. Dijo que hay una clara visión en el empresario agropecuario de potenciar sus negocios exportando, y condiciones favorables para activar ideas y crear empresas que exporten o para apoyar a las que están en el mercado y deben consolidarse

ES MOMENTO PARA ACTIVAR IDEAS PARA EXPORTAR

POR JUAN SAMUELLE ■■■
DE LA REDACCIÓN DE EL OBSERVADOR

1 ¿PERCIBE EN EL EMPRESARIO DEL AGRO UNA ACTITUD DECIDIDA DE DESARROLLAR LA EXPORTACIÓN COMO ESTRATEGIA CLAVE PARA PROGRESAR?

Sí. Incluso tomamos la iniciativa de acercarnos más a las pequeñas y medianas empresas de la agropecuaria y la agroindustria. Hubo un incremento en el flujo de consultas de empresas interesadas en los servicios que Uruguay XXI ofrece a empresas con vocación de internacionalizar su actividad y participar en eventos comerciales. Y no son solo vinculadas a la producción primaria tradicional, también al área de servicios relacionada con la agroindustria, desde estancias turísticas y hoteles de campo a empresas en las cuales el capital principal es el conocimiento. También estamos trabajando junto a los ministerios de Turismo y de Ganadería, Agricultura y Pesca para ayudar a desarrollar la cría y exportación de caballos, que está cobrando una importancia creciente. Todo eso refleja que hay una clara visión del empresario del sector que en forma independiente de su tamaño o área de actividad se está interesando por darle una mayor dimensión a sus negocios mediante la exportación.

2 ¿USTEDES APOYAN –SIN COSTO– A INVERSORES EXTRANJEROS QUE EVALÚAN VENIR Y A QUIENES YA ESTÁN EN URUGUAY. ¿DE DÓNDE PROCEDEN Y EN QUÉ RUBROS BÁSICAMENTE?

Tenemos una estadística sobre las consultas de 2010, algunas de las cuales se transformaron en planes



N. GARRIDO

de trabajo para apoyar a empresas extranjeras en su instalación. La mayor demanda es de empresas manufactureras, de servicios, de producción de energía, relacionadas con la agropecuaria y especialmente con la agricultura, de inversión inmobiliaria, de minería y en otros no tan significativos. El sector con más participación está vinculado a la alimentación, sin elaborar o con algún proceso industrial. Le siguen el automotriz, la industria naval, servicios globales asociados a la exportación como los de logística y el desarrollo de centros de contacto y call centers. Independientemente de algún proyecto puntual como UPM (Finlandia), los países generadores de inversión extranjera para Uruguay más importantes por su regularidad son Argentina, España, Estados Unidos y Brasil. Orientamos a las empresas sobre las ventajas que ofrece el país para radicar inversión productiva, abarcando aspectos formales (legislación y beneficios de la Ley de Promoción de Inversiones) hasta identificar

predios para plantas, establecer vínculos con gobiernos departamentales, organismos relacionados con su temática y organizaciones empresariales sectoriales. Asesoramos sobre costos de instalación, mano de obra, energía, transporte y hasta en identificar un colegio adecuado para los hijos de quienes llegan a radicarse.

3 URUGUAY XXI POSIBILITA QUE LAS EMPRESAS DE URUGUAY ASISTAN A FERIAS Y EXPOSICIONES EN TODO EL MUNDO, ¿CÓMO ACCIONAN?

Tenemos varios programas. El más conocido es el de participación en ferias y eventos comerciales en todo el mundo, que seleccionamos porque son de áreas estratégicas desde el punto de vista comercial, definidas por los organismos competentes que son los ministerios sectoriales o por alguna entidad vinculada del gobierno. Trabajamos muy de cerca con los Ministerios de Industria, Ganadería, Agricultura y Pesca, Turismo, Economía y Relaciones Exteriores, y con las organizaciones empresariales más representativas

vinculadas al comercio exterior, que saben bien dónde hay oportunidades. Además, contamos con el programa Proexport, que apoya a empresas que tienen un proyecto de exportación y tienen poca experiencia. Los apoyamos para participar en ferias internacionales, misiones comerciales, rondas de negocios, misiones tecnológicas o en organizar misiones comerciales inversas (si les conviene invitar un potencial comprador a Uruguay). Evaluamos cada proyecto y compartimos los costos. Hay un comité con representantes de los sectores público y privado que evalúa las propuestas y determina a quien apoyar. Hemos tenido una cantidad de propuestas crecientes y el año pasado se dio más de US\$ 150 mil a empresas a nivel individual, lo que representa la mitad de la inversión total en esos proyectos, un apoyo orientado a micro, pequeñas y medianas empresas que buscan una primera experiencia exportadora o afianzarse en el mercado internacional. También ayudamos a financiar la formación en comercio exterior al personal de las empresas. Es fundamental, para que la empresa desarrolle una estructura orientada hacia el comercio exterior, que tenga gente capacitada. Y las ayudamos a diseñar páginas web, subsidiando el 50% del costo de construcción de una página completa y en dos idiomas, una herramienta de bajo costo que da buena imagen y permite a la empresa contactarse con el mundo.

4 ¿SE AVANZÓ EN POSICIONAR LA TANTAMENTADA "MARCA PAÍS"?

Sí, en los últimos dos años se hizo

ficha

Datos: Nació el 9 de mayo de 1959, en Montevideo. Es casado y tiene tres hijas. Es hincha de los clubes Peñarol y Malvín.

Profesión: Economista, egresado de la Udelar, y diplomado en estudios avanzados en la Universidad de Deusto (España). También es docente en la Universidad Católica del Uruguay.

Pasatiempos: El cine y la lectura.

un buen trabajo para reposicionar el concepto, con apoyo de un proyecto ejecutado por los Ministerios de Economía y Relaciones Exteriores, en el que estamos involucrados Uruguay XXI y el Ministerio de Turismo y Deporte. Recién se presentó un estudio de una consultora extranjera sobre la marca Uruguay Natural, que se utiliza desde hace unos 10 años, para determinar si hubo buenos resultados, si se utilizó en forma eficiente y cómo mejorar su impacto. El posicionamiento de una marca país da mucho soporte a empresas que quieren salir a comercializar bienes o servicios, sobre todo a las más chicas.

5 ¿QUÉ PERSPECTIVAS EXISTEN PARA LA PRODUCCIÓN URUGUAYA EN EL MERCADO INTERNACIONAL?

Uruguay está en un muy buen momento desde el punto de vista económico, generando nuevas corrientes exportadoras a buen ritmo. También crece la inversión extranjera y no solo en los sectores tradicionales. Actualmente existen una serie de instrumentos en la administración pública que mejoraron mucho y otros nuevos que ayudan a que las empresas encaren el desafío de internacionalizarse con menor riesgo, como los ofrecemos nosotros, la ANII, el Ministerio de Industria, el de Turismo y otros organismos públicos, además de los que ofrece el sector privado. Es buen momento para poner en práctica ideas con el objetivo de iniciarse en el proceso exportador o para que las ya exportan se consoliden en el mercado internacional.

Si sembró Nidera, coseche el mejor verano.

SUPER SOJA

SUPER PARAÍSO

SUPER MAÍCES

SUPER SORGOS

Por rendimiento y calidad, el mejor verano es Nidera.

2 916 0279 - agro@nidera.com.uy - nidera.com