



## URUGUAY EN CONTEXTO INTERNACIONAL

Servicios Globales de Exportación\*

### RESUMEN

En los últimos años, el Uruguay se ha destacado por el desarrollo de las telecomunicaciones, con la implementación de la fibra óptica, por ejemplo. Dándole ventaja, en el mercado tecnológico internacional, frente a otros países de la región y del mundo. Su posición geográfica le brinda una ubicación estratégica de destaque debido al huso horario contribuyendo a que Uruguay se desarrolle económicamente hacia la exportación de servicios globales, atrayendo a importantes empresas del mundo. Acompañado de la estabilidad política, institucional y democrática, además de contar con una fuerte seguridad jurídica para la empresa, y a la oferta de profesionales competitivos y capacitados, Uruguay se ha colocado en una posición de destaque y de excepcionalidad. Desde la óptica de las Relaciones Internacionales, se podría decir, que este desarrollo nos coloca cada vez más en la periferia del mundo, como plantea Prebisch, percibiéndolo como una dependencia de los centros económicos. Afirmando así la visión de Mazzeo de la globalización, como procesos económicos que llevan a la ampliación de los mercados, y al mismo tiempo coincidiendo con Castell quien plantea que estos procesos nos condicionan en nuestra vida diaria. Presentando así puntos positivos y negativos de esta inserción internacional a ser analizados. Palabras clave: Uruguay; Servicios Globales de Exportación; Mercado internacional.

**Elisa Lasso Ayestarán**

*elisa.lasso.ayestaran@gmail.com*

\* Trabajo presentado en las XVI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Sociales-UdelaR. Montevideo, 13, 14, 15 de setiembre de 2017

## **Introducción**

Este artículo es parte del trabajo de tesis del programa de Formación Docente de la Facultad de Derecho, de la carrera de Relaciones Internacionales, en el área de Economía. Por lo que ha sido adaptado para su presentación en las presentes Jornadas, dado que aún está en elaboración y difiere en formato, y requisitos.

En las Relaciones Internacionales, además de la tradicional diplomacia a la cual se vincula popularmente a la carrera, se encuentran la economía, el comercio, el marketing y el derecho, entre otros, todos vistos desde la óptica internacional. Es decir, desde un nivel macro y con la participación de actores que difieren por momentos a los locales o internos en los territorios nacionales.

Desde este punto de vista, se aborda la problemática que representa para la economía uruguaya la incorporación a la misma de un nuevo concepto en la comercialización internacional: los Servicios Globales de Exportación.

Este trabajo tomará como referencia la información que brinda la agencia gubernamental Uruguay XXI para posicionar al Uruguay en el mercado internacional de servicios, lo cual se considera que es de vital importancia para nuestra economía. Pero se plantearán puntos de reflexión desde la visión el proceso de Globalización como fenómeno, el cual presenta sus ventajas y desventajas a la hora de la integración económica junto a los países más desarrollados económicamente. Entendiendo como desarrollo económico la tradicional definición planteada por Samuelson (2005) como la expansión del PBI y a la producción potencial de un país. Asimismo, se tomará como marco para la reflexión la Teoría de la Dependencia desarrollada por Raúl Prebisch en el ámbito de la CEPAL.

## **Servicios Globales de Exportación**

Definidos así por la agencia gubernamental Uruguay XXI, la cual fue creada en 1996 para promover las exportaciones nacionales<sup>1</sup>. Es a partir de 2012, firmando un acuerdo con el BID que se comienza a trabajar fomentando también la exportación de servicios, determinando ciertos puntos específicos dentro del programa a desarrollar:

- Promoción de inversiones y exportaciones de servicios;

---

<sup>1</sup> Uruguay XXI; Quienes Somos – Disponible en: <http://www.uruguayxxi.gub.uy/es/uruguay-xxi/>

- Generación de capacidades para la industria de servicios;
- Actualización del marco regulatorio; y
- Apoyos a sectores específicos de alto potencial de crecimiento.<sup>2</sup>

Estos servicios forman parte de una nueva tendencia internacional de producción denominada en el documento de proyecto “Las exportaciones de servicios de América Latina y su integración en las cadenas globales de valor” de la CEPAL (2009) como Cadenas Globales de Valor (CGV), las cuales son producto de la fragmentación internacional de los procesos productivos.

En una primera etapa, este fenómeno se vio reflejado en la industria manufacturera y la producción de bienes, pero el desarrollo de las telecomunicaciones le brindó a las empresas la posibilidad, no sólo de fragmentar su producción sino también sus procesos administrativos internos, asesorías, y el propio servicio brindado por esta. A nivel de la tercerización local de los servicios, y más tarde de la deslocalización internacional de los mismos, llevando así al surgimiento de sub-cadenas en el área de los servicios.

El análisis realizado por la CEPAL en dicho documento, lleva a determinar que los países y las empresas de la región están condicionando sus economías exportadoras a la posibilidad de inserción en estas cadenas de servicios, repercutiendo en la posición exportadora en la región que tendrán como consecuencia. Esta transnacionalización de los servicios empresariales se conoce como *offshoring* por parte de los grandes corporativos, que como se mencionaba antes, descentralizan las tareas rutinarias en filiales ubicadas en terceros países o en empresas subcontratadas. En ciertos casos, la empresa matriz se dedica a la comercialización de un servicio, por ejemplo seguros de vida, seguridad informática, o ensayos clínicos, entre otros. Así, el proceso de producción del servicio puede encontrarse en diferentes puntos geográficos, como ser el sector de Marketing, I+D, CRM (*Customer Relationship Management*) entre otros. Sin embargo las decisiones estratégicas son centralizadas y enviadas a todas las empresas vinculadas, sean filiales o subcontratadas, desde la matriz.

Por otro lado, el ejercicio de la *governance* como lo denomina la CEPAL en el mismo análisis, es decir, “*el poder de decisión sobre los parámetros de las relaciones comerciales que se establecen dentro de las CGV*”, dependerá de los vínculos comerciales entre los países que son enclaves geográficos de estos servicios en las diferentes etapas de producción. Lo que

---

<sup>2</sup> Uruguay XXI; Servicios Globales de Exportación. Disponible en: <http://www.uruguayxxi.gub.uy/es/servicios-globales-de-exportacion/>

le da relevancia a la posición que ocupen los países en desarrollo dentro de las mencionadas Cadenas para un potencial desarrollo económico. De esta manera, la CEPAL propone la tipología elaborada por Gereffi y otros (2005) para caracterizar las transacciones que se establecen entre los eslabones de la cadena. En primer lugar, la complejidad de la información y la transferencia de conocimiento referente a las especificaciones de producto y proceso. En segundo lugar, las posibilidades de codificar la información y el conocimiento para ser transferida eficientemente. Y por último, en tercer lugar, la capacidad (*capability*) de los proveedores en relación a las exigencias de la transacción, es decir, la aptitud que tengan las empresas y/o profesionales subcontratados para desarrollar la parte del proceso que les fue delegada según la información y conocimiento transferido.

Esa información y conocimiento codificados en mayor o menor medida es conocido como *know-how* e implica procesos específicos y muchas veces altamente complejos, que los corporativos delegan a los subcontratados en un marco de confidencialidad requerida para su uso. Esto lleva a que las empresas subcontratadas, se especialicen en estos procesos o subprocesos transferidos.

Por su parte, la agencia Uruguay XXI teniendo como objetivo la internacionalización de la economía uruguaya desde la acción estratégica, destaca que las empresas toman la decisión de deslocalizar sus procesos basándose en las ventajas de relación costo-beneficio, la complementariedad horaria y la posibilidad de acceder a nuevos mercados desde este nuevo local geográfico. Entre otras cosas, buscan reducir costos, aumentar su eficiencia y aprovechar las diferencias laborales y tributarias. Y por otro lado, les permite a los países donde es establecido el servicio la oportunidad de desarrollo y crecimiento económico reduciendo la vulnerabilidad externa, ya que la exportación de estos servicios es más resistente a las crisis internacionales. Diversificar la oferta exportable y sus destinos, ya que se trata de un nuevo “producto” dentro de la canasta de exportaciones permitiéndole alcanzar otros mercados que quizás con productos manufacturados no podría. Así mismo, genera empleos de calidad, ya que para ser competitivo en el sector servicios se debe contar con mano de obra altamente calificada en algunas instancias de los procesos y a su vez, debe poseer una buena oferta en cantidad de esta mano de obra. Esto fomenta el aumento de la Inversión Extranjera Directa (IED) y le brinda la posibilidad de internacionalización a empresas locales de menor porte, siempre y cuando se muestren competitivas a la hora de ofrecer los servicios.

La agencia tipifica dos formas de vínculo según el control por parte de la matriz con la empresa subcontratada en el exterior. El Offshoring-Outsourcing, donde el servicio se

subcontrata a un proveedor extranjero; y el Captive Offshoring, donde la casa matriz establece una filial propia en el exterior.

Si se analiza desde el punto de vista del conocimiento aplicado, la agencia diferencia tres tipos de offshoring de servicios:

- *Business Process Services (BPS)*: se trata de la deslocalización de los servicios de los procesos de negocios y administración, como ser la contabilidad, RRHH y liquidación de sueldos, facturación, marketing, etc.
- *Information Technology Services (ITS)*: deslocalización de los servicios de tecnología de la información, es decir, procesamiento de datos, software y aplicaciones, etc.
- *Knowledge Process Services (KPS)*: en este caso se deslocalizan los procesos intensivos de conocimiento, I+D, consultoría especializada, etc.

Para responder a estas demandas la agencia cuenta con cuatro campos de desarrollo de servicios: Servicios Corporativos; Tecnologías de la Información; Farmacéutica y Salud; Arquitectura e Ingeniería. Para cada uno de estos dispone de una plataforma virtual de negocios donde, tanto empresas inversoras como los profesionales que buscan incorporarse a estas cadenas en los corporativos, tienen acceso a información de interés para ambas partes. Así, ofrece una bolsa de trabajo y al mismo tiempo, una serie de servicios al inversor, incluyendo facilidades para su establecimiento en el país, y fomentando la competitividad en la oferta de los servicios brindados.

De esta manera, se busca insertarse en los eslabones más altos de valor en la cadena de producción, en el proceso conocido como escalamiento o *upgrading*, en el que las empresas offshoring buscan ofrecer capital humano y servicios competitivos para alcanzar una buena posición en el mercado internacional.

### **Posicionamiento del Uruguay... ¿Excepcional?**

En este contexto de cambios en los procesos económicos, como ya fue mencionado, el Uruguay establece la agencia de gobierno Uruguay XXI para mejorar su posicionamiento en el mercado internacional de servicios. Esta agencia se viene encargando de mostrar al mundo inversor las ventajas que tenemos como país. Si observamos la descripción que se hace del Uruguay en el sitio web de la misma, encontramos las justificaciones históricamente conocidas en la región, con adaptaciones a la actualidad claro está. Entre estas, la posición geográfica estratégica entre Argentina y Brasil, el acceso a la región por proximidad a los

mercados sudamericanos (*nearshore*), la infraestructura portuaria, el dominio de idiomas, la afinidad cultural con Europa y América del Norte también es presentada como una ventaja a la hora de posicionar al país como excepcional para la captación de las inversiones. Sin duda que la estabilidad democrática y social son destacadas a la hora de ofrecer un mercado atractivo a las inversiones extranjeras, junto a la seguridad jurídica y a la mejor distribución de los ingresos en la región y al sistema impositivo único. Ofreciendo igual tratamiento a los inversores extranjeros que los nacionales con incentivos a la inversión sin discriminación alguna.

De esta manera se presentan los datos del Uruguay en resumen<sup>3</sup>:

Uruguay en síntesis	
<b>Nombre oficial</b>	República Oriental del Uruguay
<b>Ubicación geográfica</b>	América del Sur, límites con Argentina y Brasil
<b>Población</b>	3,4 millones (2013)
<b>Superficie</b>	176.215 km <sup>2</sup>
<b>Capital</b>	Montevideo
<b>Idioma oficial</b>	Español
<b>Producto Interno Bruto (PIB)</b>	US\$ 55.707 millones (2013)
<b>PIB per cápita</b>	US\$ 16.421 (2013)
<b>Esperanza de vida al nacer</b>	73 años (hombres), 79 años (mujeres)
<b>Crecimiento de la población anual</b>	0,4% (2013)
<b>Tasa bruta de natalidad</b>	14,3 cada 1.000 habitantes (2012)
<b>Tasa bruta de mortalidad</b>	9,3 cada 1.000 habitantes (2012)
<b>Alfabetización</b>	98%
<b>Principales ciudades</b>	Montevideo, Punta del Este, Salto, Rivera, Paysandú y Colonia
<b>División política</b>	19 departamentos
<b>Clima</b>	Templado y húmedo, precipitaciones homogéneas durante todo el año
<b>Moneda</b>	Peso uruguayo (1 US\$ = 22 pesos; promedio anual 2013)
<b>Sistema de pesos y medidas</b>	Sistema métrico decimal
<b>Forma de gobierno</b>	República democrática con sistema presidencial
<b>Zona horaria</b>	GMT -3:00

<sup>3</sup> Cuadros extraídos de Uruguay XXI. Disponibles en:  
<http://www.smartservices.uy/innovaportal/v/860/3/innova.front/datos-pais.html>

Indicadores	2009	2010	2011	2012	2013
PBI (Var % Anual)	2,4%	8,4%	7,3%	3,7%	4,4%
PBI (Millones U\$S)	30.461	38.882	47.237	50.004	55.708
Población (Millones personas)	3,34	3,36	3,37	3,38	3,39
PBI per Cápita (U\$S)	9.107	11.584	14.017	14.792	16.421
Tasa de Desempleo- Promedio Anual (% PEA)	7,7%	7,2%	6,3%	6,5%	6,6%
Tipo de cambio (Pesos por U\$S, Promedio Anual)	22,6	20,1	19,3	20,3	20,5
Tipo de cambio (Variación Promedio Anual)	7,7%	-11,1%	-3,7%	5,2%	0,8%
Precios al Consumidor (Var % acumulada anual)	5,9%	6,9%	8,6%	7,5%	8,5%
Exportaciones de bienes y servicios (Millones U\$S)	8.711	10.719	12.868	13.398	13.603
Importaciones de bienes y servicios (Millones U\$S)	8.191	10.089	12.779	14.685	14.964
Superávit / Déficit comercial (Millones U\$S)	521	630	89	-1.287	-1.361
Superávit / Déficit comercial (% del PBI)	1,7%	1,6%	0,2%	-2,6%	-2,4%
Resultado Fiscal Global (% del PBI)	-1,7%	-1,1%	-0,9%	-2,8%	-2,4%
Formación bruta de capital (% del PBI)	20,1%	18,9%	21,1%	23,6%	23,6%
Deuda Bruta (% del PBI)	75,4%	61,4%	57,2%	62,3%	59,5%
Inversión Extranjera Directa (Millones U\$S)	1.529	2.289	2.504	2.687	2.796
Inversión Extranjera Directa (% del PBI)	5,0%	5,9%	5,3%	5,4%	5,0%

Fuente: Banco Central del Uruguay, Instituto Nacional de Estadísticas, MEF.

Esta adaptación al nuevo mercado de servicios tradicionales le ha requerido importantes inversiones en infraestructura para la recepción de los corporativos. Es así que se establecen zonas francas para la operación de estos servicios desde nuestro territorio con beneficios para las empresas que allí se encuentran. En el cuadro siguiente<sup>4</sup> se observa en línea de tiempo la evolución y desarrollo que ha tenido el régimen de zonas francas con la legislación correspondiente.

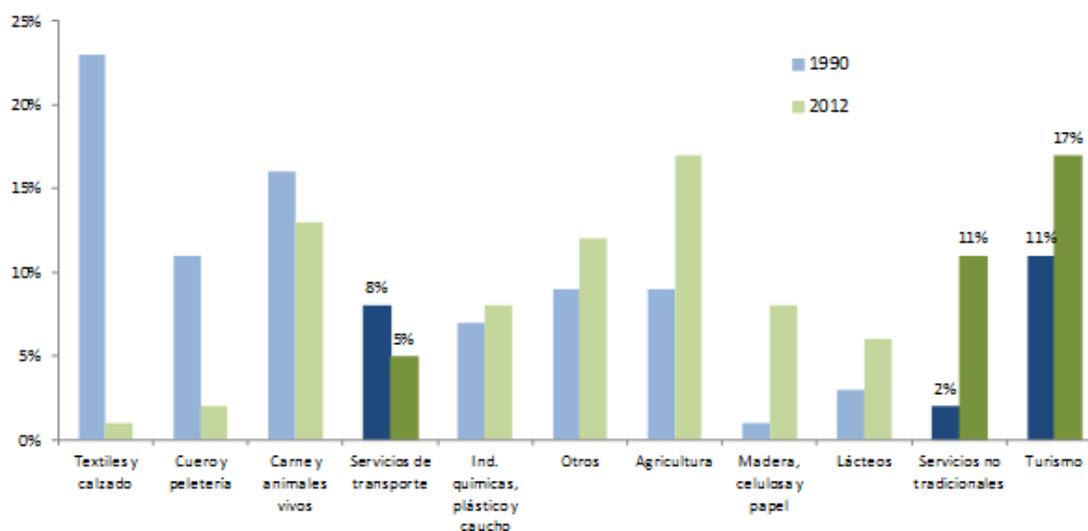


<sup>4</sup> Extraído de Uruguay XXI. Disponible en: <http://www.smartservices.uy/innovaportal/v/1515/3/innova.front/operadores-de-zonas-francas.html>

De las cuales se destacan cuatro que actualmente engloban la mayor cantidad de corporativos transnacionales de servicios exportables:

- **Aguada Park:** Donde se ubican empresas de desarrollo de software, call centers, BPO y servicios compartidos, financieros, profesionales y compañías de trading: APAC Customer Services Inc., Globant, MercadoLibre, Corporación Navíos, Banco Itaú, Teyma y Sabre Holdings, Travel Leaders.
- **Parque de las Ciencias:** Concentra compañías farmacéuticas y de biotecnología, y aquellas que dan servicios de apoyo a estas industrias. Principales clientes: Mega Pharma, Eriochem, Selenin
- **ZonaAmerica:** Principalmente compañías de tecnologías de la información: TCS, Verifone, Bantotal y Lynkos, y empresas de consultoría (Ferrere Internacional, PwC, Deloitte, BDO, KPMG. Otras empresas instaladas en el sector BPO/KPO son: Sabre Holdings, Despegar.com, Ocwen, Seprona, Assist Card, Brilox, Godana, CTC2, CISA, AIVA y Group RCI.
- **World Trade Center Free Zone:** En este centro empresarial se han establecido los corporativos de asesoramiento financiero y estudios profesionales de diversa índole: PwC, Deloitte, TCI Delivery Center, Estudios Energéticos Consultores, Catalent Uruguay, Baker Tilly, Latinbroker, Willis Towers Watson, MVD Consulting, Bragard & Durán, Galante & Martins Internacional, Trillonario.com, Contract Global Services

Se añaden datos del cambio estructural de la oferta exportable del Uruguay, mostrando el crecimiento y la participación de los servicios globales de exportación no tradicionales, es decir, excluyendo al turismo y transporte. Para el 2015, los servicios no tradicionales representaban un 21% de participación en la matriz exportable uruguaya.



Fuente: Uruguay XXI en base a BCU, MEF y Censo ZZFF 2010.

A su vez, presenta datos de la mano de obra disponible, o capital humano capacitado para el desempeño de estos servicios, destacando el alto grado educativo de la población así como la alta tasa de alfabetización (98%). Al tiempo que se hace énfasis en la calidad de vida de la población, según diferentes rankings de la región.

	Técnico o equivalente	Licenciatura o equivalente
<b>General</b>		
Número de Instituciones Educativas en el Área Metropolitana	42	36
Total Estudiantes	12.000	150.000
Total de ingresos nuevos de estudiantes	No disponible	23.000
Total egreso anual de pregrado	No disponible	8.000
<b>Estudios relacionados con BUSINESS SERVICES</b>		
Total de facultades / centros de estudios	12	20
Total de estudiantes matriculados	3.200	77.000
Total de ingresos anuales	No disponible	11.800
Total de egreso anual	No disponible	4.200
<b>Otros</b>		
Total de facultades / centros de estudios	4	7
Total estudiantes en estudios relacionados TIC	3.400	10.000
Total ingresos anual en estudios relacionados TIC	No disponible	1.500
Total egreso anual en estudios relacionados TIC	No disponible	350

Áreas de conocimiento	Ingresados	Egresados	Matriculados
Administración	2.176	449	12.429
Contador Público	2.378	1.099	13.498
Economía y Afines	558	371	4.381
Marketing	61	17	398
RR. Internacionales y COEX	664	163	3.613
Derecho - Escribano Público	1.379	790	19.428
RH y Relaciones Laborales	940	121	2.941
Psicología	1.420	683	7.864
Ciencias Sociales y Comunicación	1.927	480	11.451
Turismo	84	6	374
Otras (Traductor, Archivólogo, Secretariado)	253	93	1.032
<b>TOTAL BUSINESS SERVICES</b>	<b>11.840</b>	<b>4.272</b>	<b>77.409</b>
Informática	1.110	250	7.686
Electrónica (3)	281	79	2.094
Telecomunicaciones	40	22	252
Telemática	6	8	49
<b>TOTAL IT</b>	<b>1.437</b>	<b>359</b>	<b>10.081</b>

\* Fuente: información producida por Uruguay XXI en base a Anuario estadístico de MEC 2012

Mirando hacia la región de América Latina, la ALADI nos presenta un panorama más amplio de la situación del mercado en este sector, en el cuadro a continuación se presenta un resumen de las exportaciones de servicios en millones de dólares, de los países miembros de este bloque entre 2010 y 2015, y a seguir se presenta la participación porcentual en el mismo período de cada país.<sup>5</sup>

Países	Suma de servicios 2010	Suma de servicios 2011	Suma de servicios 2012	Suma de servicios 2013	Suma de servicios 2014	Suma de servicios 2015
ALADI	103133,6	119101,1	128157,9	133361,3	133766,2	128185,5
ARGENTINA	13646,9	15609,9	15206,9	14733,1	13877,2	14046
BOLIVIA	768,8	879,7	1005,9	1104,4	1241,8	1335,5
BRASIL	30671,5	36982,1	38816,3	38010,5	39965,3	33777,5
CHILE	11148,7	13105,3	12386,9	12355,3	11010,8	9777,1
COLOMBIA	5100,1	5594,4	6389,6	6816,5	6872,1	7134,6
CUBA	9765	11149	12760	13027	12663	11369
ECUADOR	1472,2	1587,5	1807,2	2038,1	2338,8	2351
MEXICO	15234,5	15581,9	16145,5	20193,8	21085,9	22609,4
PANAMA	6438,8	8075,4	12211	12726,7	12654,9	14535
PARAGUAY	662,2	722,3	756,3	848,6	891,6	858,9
PERU	3692,7	4263,7	4915,3	5813,8	5949,7	6226,2
<b>URUGUAY</b>	<b>2688,2</b>	<b>3641,9</b>	<b>3601</b>	<b>3481,5</b>	<b>3346,1</b>	<b>3002,3</b>
VENEZUELA	1844	1908	2156	2212	1869	1163

Pais/Region	participación % 2010	participación % 2011	participación % 2012	participación % 2013	participación % 2014	participación % 2015
ALADI						
ARGENTINA	13,23%	13%	12%	11%	10%	11%
BOLIVIA	0,75%	1%	1%	1%	1%	1%
BRASIL	29,74%	31%	30%	29%	30%	26%
CHILE	10,81%	11%	10%	9%	8%	8%
COLOMBIA	4,95%	5%	5%	5%	5%	6%
CUBA	9,47%	9%	10%	10%	9%	9%
ECUADOR	1,43%	1%	1%	2%	2%	2%
MEXICO	14,77%	13%	13%	15%	16%	18%
PANAMA	6,24%	7%	10%	10%	9%	11%
PARAGUAY	0,64%	1%	1%	1%	1%	1%
PERU	3,58%	4%	4%	4%	4%	5%
<b>URUGUAY</b>	<b>2,61%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>2%</b>
VENEZUELA	1,79%	2%	2%	2%	1%	1%

<sup>5</sup> Elaborado en base a datos de Aladi disponibles en:  
<http://www.aladi.org/sitioaladi/ComercioServiciosAnio.html>

En ambos cuadros se resalta el resultado del Uruguay. En la tabla de participación porcentual, vemos como aumentó del 2010 al 2011, manteniéndose hasta el 2014, y sufriendo una disminución en 2015. En la misma tabla se puede apreciar que la participación en la exportación de servicios del Uruguay sólo es superior a Paraguay, Bolivia y Venezuela en la región. A su vez en el caso de Ecuador, lo supera entre 2010 a 2014, pero se iguala en 2015. Si bien existen factores dimensionales frente a otros países, como ser tamaño del mercado, desarrollo de infraestructuras, entre otros, es interesante que los países frente a los cuales Uruguay supera en participación, tengan mayores poblaciones, lo que relativiza ese factor de comparación ante el resto de los países, no pudiendo presentarlo como una desventaja ante la diferencia de desarrollo económico.

### Visión desde Teoría de las RRII y Globalización:

De la información presentada en las secciones anteriores, podemos ver como el Uruguay se viene adaptando a los cambios en el mercado internacional. Desarrollando su economía hacia la oferta de servicios empresariales, tecnológicos y financieros, además de los tradicionales de turismo y transporte. La oferta exportable se viene diversificando en las últimas décadas, siguiendo las tendencias internacionales de servicios competitivos con capital humano altamente capacitado y tecnología avanzada, que le permite alcanzar mercados en cualquier punto del planeta, colocando al Uruguay en la escena internacional como destino fiable para las inversiones extranjeras.

Ahora bien, cuando hablamos de “tendencias internacionales” en el “mercado internacional” nos estamos refiriendo a una serie de lineamientos que son propuestos, y muchas veces impuestos, en el ámbito internacional. Para entender estos conceptos recurriremos a una teoría de Relaciones Internacionales, desarrollada desde una visión latinoamericana, y al concepto de *globalización*, que forma parte de las mismas relaciones, aunque no desde una teoría propiamente dicha.

Raúl Prebisch, a partir del año 1949 en el ensayo “El desarrollo económico de América Latina y algunos de sus principales problemas”, desarrolló el concepto de sistema centro-periferia seguido de una serie de investigaciones realizadas en el marco de la CEPAL. Si bien se considera que estas ideas no constituyen una teoría propiamente dicha, como lo expresa Octavio Rodríguez (2001) en el artículo incluido en la revista de la CEPAL, su alto grado de concordancia entre sí y su complementariedad, nos permite considerarlas una teoría. En este

sentido, se la considera la Teoría de la Dependencia, junto a las ideas que la propia CEPAL ha desarrollado por medio de investigaciones de otros profesionales.

La Teoría de la Dependencia plantea la existencia de un sistema de relación centro-periferia, en la cual los llamados “países desarrollados” ejercen una subordinación de los “países menos desarrollados”, bajo una fachada de cooperación internacional muy lejos de la realidad. De esta manera, la teoría expresa que existe un sistema de explotación por parte de los países céntricos, aprovechando sus ventajas comerciales, tecnológicas y políticas entre otras, sobre los países periféricos, ya que estos poseen internamente una serie de heterogeneidades estructurales que los colocan en situación de desventaja. Por lo que las relaciones comerciales, que son la que ocupan a este trabajo, se realizan indefectiblemente en situación de inferioridad por parte de los países periféricos y por ende de superioridad, en varios aspectos, por parte de los céntricos.

Con esta visión presente, entremos en el concepto de *Globalización*.

Miguel Mazzeo (2002) en “*Los procesos de la globalización*”, explica que se trata de una palabra derivada del idioma inglés, incorporada a nuestro vocabulario, la cual existen quienes consideran que debe traducirse como “mundialización”. Según Mazzeo (2002), la diferencia radica en que el concepto de *globalización* encierra componentes ideológicos y económicos, con conceptos deformadores de la realidad como la idea de “aldea global”, en cambio la *mundialización* la define desde una visión asistémica, de un mundo vinculado desde un único modo de producción dominante, el capitalismo mundial, que genera la noción de la acumulación mundializada.

Así, el escritor expresa que a globalización la podemos analizar como “procesos objetivos” y como “ideología”, dado que busca establecer por consenso tácito la superioridad de los mecanismos del mercado como única vía para el desarrollo y progreso humano universal e indiscutible a nivel mundial. Señala una serie de procesos que se incluyen en esta globalización:

- Económicos: liberalización del tráfico de mercancías y de los flujos financieros, internacionalización de los procesos económicos y el dominio de empresas transnacionales de estos procesos.
- Políticos: crisis de la democracia, dado que considera que este sistema se convierte en un formalismo, perdiendo sus contenidos sociales y esencia igualitaria.
- Cultural: se trata de un proceso de imposición de un pensamiento “único” con el cual se busca legitimar al capitalismo como sistema incuestionable y sin alternativas.

- Tecnológico: el desarrollo de las telecomunicaciones y la informática como imposición generalizada en la sociedad, no sólo como una causa sino también como una finalidad, siendo que le permite a los grandes inversores liberarse de la limitación del espacio geográfico, y al mismo tiempo de los controles estatales a los flujos de capitales. Por otro lado, permite la concentración de los medios de comunicación en pequeños grupos multimedia que facilita la propagación de pautas culturales universales (por lo menos a nivel comercial)

Podemos entender de esta manera, desde el punto de vista económico-comercial, que la globalización es un proceso de internacionalización del capital y la empresa que refiere a la transnacionalización de grupos financieros y corporativos, llevando a la organización de la producción a nivel mundial por medio del desarrollo de las telecomunicaciones y las tecnologías de la información.

Por otra parte, Manuel Castell (2000) en su artículo “*Globalización, sociedad y política en la era de la información*” analiza que en la economía actual ha acontecido una revolución tecnológica que tiene efectos a nivel social, aún en proceso, a nivel económico y también político, exponiendo tres dimensiones:

- Economía Infomacional: la productividad y competitividad de la economía se ha vuelto dependiente de la capacidad de generar, adquirir y procesar información. Haciendo que la infraestructura tecnológica se torne un factor decisivo en la generación de la riqueza, y condicionando la educación a este nuevo modo de producción, la generación de conocimiento.
- Economía de Red: la economía actual funciona en red. Quiere decir que las empresas descentralizan sus departamentos y procesos internos para dando autonomía a estos y delegándolos a otras empresas más pequeñas, pasando a formar parte de la red de la empresa mayor. Por otra parte, las grandes empresas forman conglomerados y alianzas estratégicas para el desarrollo de proyecto específicos, dando a este el centro de la unidad económica. En este caso la productividad depende de la potencialidad de la información, es decir, si la información obtenida sirve para la adaptación constante de las necesidades del mercado. En otras palabras, según Castell (2000), el funcionamiento flexible de la economía en red centraliza el capital pero descentraliza la ejecución.
- Economía Global: la economía, según este economista, funciona como una unidad a nivel global. Están globalizadas la ciencia, la tecnología, la comunicación, una gran parte del mercado de trabajo que agrupa a los profesionales altamente especializados,

y principalmente el mercado financiero, al que todos los mercados están vinculados de alguna manera.

Para Castell, la decisión de la desregularización y liberación de los mercados financieros es una decisión política para liberar el flujo de capitales en todo el mundo, dando la posibilidad a las empresas transnacionales de entrar y salir de los mercados en la medida que estos les sean rentables. Así, una empresa se instala en un país periférico mientras le brinde margen de ganancias, cuando las condiciones de este varían y no sean ventajosas para la empresa, la misma se retira sin ningún tipo de impedimento.

### Reflexiones

Vinculando la información presentada al respecto de la situación actual del Uruguay en el mercado de servicios globales de exportación, con las ideas planteadas en la sección anterior, podemos realizar algunas observaciones al respecto.

Por una parte, ante la apertura del mercado y la adaptación de la legislación para favorecer la Inversión Extranjera Directa, se han generado más puestos de trabajo, que el capital humano, o mano de obra sea más capacitado y especializado en diferentes áreas, a su vez que se mejoren las condiciones de infraestructura de telecomunicaciones y de tecnologías de la información, entre otros.

Sin embargo podemos resaltar algunos puntos negativos de esta apertura.

En primer lugar, vemos como la globalización alcanzó nuestro país, a aquel que popularmente “todo llega 30 años después” viene siendo integrado al sistema global de comercialización de la información y el conocimiento, integrándose a las grandes cadenas de valor internacionales manejadas por los grandes conglomerados y corporativos transnacionales. Esto según la visión de Prebisch, nos estaría colocando en la periferia a largo plazo, ya que perpetúa las relaciones comerciales, económicas y políticas con los países céntricos, y las condiciona en esos aspectos, volviéndonos dependientes de las decisiones del “centro” en el largo plazo y condicionando nuestro accionar en ese sentido. Ya que las decisiones son tomadas en ámbitos internacionales, por medio de negociaciones, con cierto grado de consenso, pero en donde quien tiene el mayor poder de negociación no es el país periférico, sino el central que se encuentra en una posición de ventaja frente a este debido a que posee el conocimiento y la generación de este así como la información.

La Globalización, que como fue puntualizado anteriormente, afecta todos los ámbitos de la vida cotidiana de la sociedad y de un país, tiene un papel fundamental en esta nueva forma de

comercializar servicios no tradicionales. Es decir, el avance tecnológico, generó que el Uruguay se convirtiera en un polo de servicios exportables, desde el cual operan los grandes corporativos transnacionales para abaratar costos, formando parte de la red internacional. Si bien esto favorece la Cuenta Corriente de la Balanza de Pagos del lado de la exportación de servicios, está condicionando buena parte de nuestra economía, tasas de empleo-desempleo y actividad por ejemplo, al mantenimiento de estas empresas dentro de nuestras fronteras, si bien la mayoría están establecidas en zonas francas con regulación particular en materia impositiva etc., sus transacciones son contabilizadas en nuestras Cuentas Nacionales.

Asimismo, hay que considerar el hecho de que gran parte de este capital producido no quede en el país, dado que gran parte de este comercio es intra-firma o para terceras firmas, lo que significa que en el mercado uruguayo, el capital que queda es una “simple comisión” por los servicios prestados, sin desmerecer a quienes reciben comisiones a diario por su trabajo.

Mazzeo (2002) en el mismo artículo anteriormente citado, explica que esa perpetuación de las relaciones centro-periferia son consecuencia de la extranjerización de la economía, como se ha visto, así como la globalización de esta es un fenómeno en la periferia, ya que los países céntricos no aplican las mismas medidas de apertura de sus economías y mercados que recomiendan (imponen) a los países periféricos para favorecer su “desarrollo económico”. Por el contrario, en el “centro” son aplicados mecanismos proteccionistas a las industrias locales, así como incentivos a las inversiones nacionales, entre otros instrumentos para favorecer la economía nacional.

Como señala Castell (2000), los países latinoamericanos al ingresar en este sistema globalizado ya están en situación de desventaja, aunque la tecnología avance, así como las telecomunicaciones, nunca van a poseer el nivel de avance de los países europeos, por ejemplo. Esto quiere decir, que la brecha de la desigualdad y asimetrías entre centro y periferia, como lo expresa la teoría de la dependencia, no podrán ser saldadas con la apertura de los mercados y liberalización de los mismos, sino más bien se estarán generando consecuencias a largo plazo y mayor dependencia hacia los países centrales.

Así queda cuestionada nuestra posición excepcional en este nuevo mercado de servicios globales de exportación, ya que como lo dice su propia denominación son producto de un fenómeno de globalización que si bien presenta ciertas ventajas a corto plazo para los países periféricos, en este caso Uruguay, en el largo plazo trae otras consecuencias no tan ventajosas.

## Fuentes y referencias bibliográficas

- Castell, Manuel. 2000 “Globalización, sociedad y política en la era de la Información” *Bitácora*, Volumen 1, Número 4, p. 42-53. ISSN electrónico 2027-145X. Disponible en: <http://revistas.unal.edu.co/index.php/bitacora/article/view/18812>
- López, Ramos, Torres. 2009 “Las exportaciones de servicios de América Latina y su integración en las cadenas globales de valor” Naciones Unidas-CEPAL.
- Mazzeo, Miguel. 2002. “Los procesos de la globalización” en Marcaida, Elena. *Estudios de historia económica y social: de la revolución industrial a la globalización neoliberal*. Biblos. Pág. 197-210
- Pérez, Sunkel, Torres Olivos 2012 “Raúl Prebisch (1901-1986) Un recorrido por las etapas de su pensamiento sobre el desarrollo económico” CEPAL Disponible en: [http://prebisch.cepal.org/sites/default/files/Etapas\\_pensamiento\\_Prebisch.pdf](http://prebisch.cepal.org/sites/default/files/Etapas_pensamiento_Prebisch.pdf)
- Prebisch, Raúl. 1949 “El desarrollo económico de la América Latina y algunos de sus principales problemas” CEPAL Disponible en: [http://prebisch.cepal.org/sites/default/files/2013/prebisch\\_el\\_desarrollo\\_eco.pdf](http://prebisch.cepal.org/sites/default/files/2013/prebisch_el_desarrollo_eco.pdf)
- Rodríguez, Octavio. 2001 “Prebisch: Actualidad de sus ideas básicas” Revista de la CEPAL N°75. Pág. 41-52 Disponible en: <http://repositorio.cepal.org/handle/11362/10772>
- Samuelson, Nordhaus. 2005. *Economía*. Mc Graw Hill 18ª. Edición
- Tucci, Federico. 2017 “Servicios Globales de Exportación en Uruguay” Uruguay XXI - BID.
  
- ALADI: <http://www.aladi.org/sitioAladi/index.html>
- CEPAL: <http://www.cepal.org/es>
- Uruguay Smart Services: <http://www.smartservices.uy/>
- Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org/es/country/uruguay/overview>