



Uruguay XXI impulsa un programa de "inmigración calificada"

8 minutos Comentar

Nº 2101 - 10 al 16 de Diciembre de 2020

escribe Ana Morales

Hace pocos días la empresa Globant, que desarrolla *software* y exporta servicios bajo el régimen de zona franca en Montevideo, lanzó un curso para capacitar a unas 300 personas, los recursos que proyecta necesitar para expandir su negocio ([Búsqueda Nº 2.099](#)). La escasez de personal calificado en esa industria en particular, pero también en los servicios profesionales, de consultoría, diseño, *back office* y creativos que Uruguay ofrece al mundo, sigue siendo un cuello de botella para que los negocios globales alcancen mayor desarrollo. Para superar esa limitante, el Instituto Uruguay XXI se propone liderar un "programa de inmigración calificada", dijo a **Búsqueda** su director ejecutivo, Jaime Miller.

[Suscribite](#)

gente de la informática, profesionales, que se sumen a la fuerza laboral y generen un polo de desarrollo de servicios globales”, señaló.

El objetivo del programa, que forma parte del plan estratégico para este período de gobierno, que está en proceso de aprobación, es atraer a 3.000 personas a vivir y trabajar en el sector de los servicios globales.

Para Miller, hasta ahora el gobierno facilitó el ingreso de personas que ya tienen un patrimonio para que elijan residir en Uruguay. “Pero me gustaría atraer a los gerentes, a los niveles de mandos medios, que también hacen a la fuerza laboral que se necesita” en el sector, afirmó. Aseguró que ello redundaría “inmediatamente” en “más exportaciones de *software* y servicios globales”.

Como el instituto ha recibido muchas consultas de empresas y personas del exterior, desarrolló el sitio liveinuruguay.uy con el fin de garantizar una “mejor experiencia en la llegada al país y residencia de talento calificado”.

“El gobierno ya ha hecho algunas cosas para favorecer la inmigración. Nuestra propuesta es que tiene que ser algo integrado, algo que busque solucionar muchos aspectos de una mudanza. Cómo traer el auto, cómo revalidar un título, cómo hacer con la cobertura médica, cómo conseguir colegio para los hijos. Todo eso tiene que estar gestionado como un producto y promocionarlo, que sea fácil y sigan un proceso ágil y podamos traer gente calificada”, explicó el ejecutivo. La idea ya se presentó al Ministerio de Economía y será “una definición del gobierno” cómo armar y promocionar el programa, acotó.

Servicios globales

Las exportaciones de servicios no tradicionales alcanzaron a US\$ 1.870 millones en 2018 — equivalente a casi 3% del Producto Bruto Interno—, que sumados a las operaciones de *trading* (compraventa de mercancías que no ingresan al territorio uruguayo) totalizan US\$ 3.400 millones, señala un informe de Uruguay XXI que Miller presentará hoy, jueves 10, en un evento virtual organizado por el organismo y en el que desarrollará algunas líneas estratégicas con las que pretende capitalizar las ventajas que Uruguay tiene en esa industria. Además, la actividad de los servicios globales que desarrollan unas 2.500 firmas instaladas en Uruguay (gran parte desde las zonas francas) emplea a más de 25.000 personas de manera directa.

“En tecnología hay una sigla que significa traiga su propio dispositivo (BYOD) y, haciendo un paralelismo, lo que planteo es que la gente traiga su propio trabajo (BYOJ). Si estás trabajando para el mundo desde una computadora conectada a Internet, lo podés hacer

[Suscribite](#)

mas amigable con el extranjero , comentó Miller, que desde 2005 desarrolló su carrera profesional en Zonamerica, hasta abril, cuando asumió al frente de Uruguay XXI.

“Estamos en una competencia por el talento con otros países. Si logramos promocionar a Uruguay como un buen lugar para venir, que tiene valores diferenciales, como el cuidado del medio ambiente, la estabilidad política, social, la transparencia del gobierno, libertad de prensa —que son todos factores atractivos para cualquier profesional que quiera vivir tranquilo estando en América Latina y donde Uruguay es ejemplo—, nos va a permitir estar competitivos en la búsqueda”, señaló.

liveinuruguay.uy

Con *hashtag* Uruguay#1enLAC, el portal liveinuruguay.uy, desarrollado por Uruguay XXI, destaca los índices que encabeza el país en la región (democracia, Estado de derecho, desarrollo y crecimiento inclusivo, baja percepción de corrupción, calidad de vida, movilidad social y más) a modo de presentación. En el sitio se facilita la información sobre los trámites y documentación que un extranjero necesita para mudarse aquí, si precisa visa y cómo tramitarla, cómo ingresar muebles, máquinas, vehículos y hasta mascotas. También sobre cómo abrir una cuenta bancaria para no residentes, cuáles son las ofertas de trabajo, cómo es la aportación al sistema de seguridad social, las características del régimen impositivo y del sistema sanitario. Además, enumera la oferta de herramientas disponibles para formación, sobre cómo iniciar un negocio o emprendimiento y cuáles son las empresas globales instaladas en Uruguay.

El portal también ofrece un pantallazo de cuáles son los costos de vivir en Uruguay. Indica, por ejemplo, que alquilar en Montevideo es 86,47% más barato que hacerlo en Nueva York y que en promedio el costo de vida aquí es 53,08% más bajo que en la ciudad norteamericana. Para Miller, hay un “argumento de ventas muy fuerte” para atraer talento aquí, porque si bien es una ciudad “cara” para vivir, la industria de TIC (tecnologías de la información y comunicación) y de servicios globales paga buenos niveles de remuneración.

Añadió que el sector de servicios globales tiene una “oportunidad de crecer” por la combinación de incentivos legales “muy potentes” (ley de *software*, ley de zonas francas y más) y las características de estabilidad, previsibilidad y libertad financiera que generan un “círculo virtuoso”.

“No vamos a ser nunca India o Colombia; tenemos que lograr capitalizar los nichos de alto valor añadido donde Uruguay se destaca, esa es la estrategia”, resumió.

de soporte a sus mirales) alta calidad de los recursos humanos, aunque no a gran escala.

En ese nicho, Miller dijo que el país tiene una "ventaja única" respecto a sus competidores, que podría capitalizar. Se refirió a la cantidad de personas que hablan portugués y que si se lograra algún tipo de acceso preferencial para exportar a Brasil servicios globales, ese sector podría expandirse. Explicó que el mercado brasileño está protegido por retenciones a la importación, que hoy hacen "casi prohibitivo" exportarle servicios.

"Cambio radical"

En los últimos años un fenómeno creciente fue el de los centros de servicios globales, es decir las operaciones de compañías internacionales que utilizan al país como "hub regional". Algunos ejemplos son Sabre, BASF, RCI, Trafigura, Finning Cat y McDonald's, entre otros. También hay algunas compañías globales y locales que operan como proveedores de servicios tercerizados, como Tata Consultancy Services, Alorica o Avanza.

Aunque hubo un enfriamiento en 2018, las exportaciones de servicios no tradicionales crecieron a "buen ritmo" en la última década, y entre 2010 y 2019 Uruguay registró la mayor tasa de crecimiento promedio en la región, cercana al 20%, según Uruguay XXI.

En su informe agrega que hubo un "cambio radical" en el tipo de servicios exportados por el país dado que los tradicionales (como el turismo y el transporte) disminuyeron su participación, mientras que los no convencionales crecieron en el período analizado. Estos últimos representaban en 2001 menos de 20% de las exportaciones de servicios y en 2019 alcanzaron el 35%; la mitad de ese porcentaje corresponde a operaciones de *trading*. Luego le siguen los servicios empresariales (34%), las tecnologías de la información y la comunicación (15%), y en menor medida los financieros y creativos.

Si se considera el empleo, los servicios empresariales (profesionales, de consultoría y técnicos) son los más intensivos, ya que emplean a prácticamente la mitad de los recursos humanos de toda la industria, seguidos por los de *software* y tecnología.

Por destino, los servicios de información y comunicación, financieros y de seguros son exportados principalmente a Estados Unidos. A los países de la región (Brasil y Argentina) predomina la prestación de servicios administrativos y de apoyo. Hacia Europa la prestación de servicios globales es más uniforme y repartida, mientras que el continente asiático es el principal destino de las exportaciones de servicios profesionales, científicos y técnicos.

Las ventajas de países competidores como Costa Rica, Colombia y México además de la proximidad geográfica con Estados Unidos —uno de los principales demandantes de estos

[Suscribite](#)

El informe destacó la resiliencia que demostró este sector en la pandemia y señaló que algunos de los desafíos hacia delante tienen que ver con la regulación vinculada al teletrabajo y la infraestructura tecnológica, lo que también detalla el informe.

Exportaciones de servicios globales desde Uruguay (en millones de US\$)								
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Part. %
Financieros								
Financieros	159	206	194	131	141	140	127	7
Propiedad intelectual	48	41	57	38	37	40	45	2
Telecomunicaciones	140	125	142	138	189	231	273	15
Software								
Servicios informáticos	101	134	163	171	176	235	244	13
Empresariales								
Servicios profes.y consultoría	1.241	1.218	1.112	1.184	861	1.130	1.038	55
Técnicos y empresariales	83	71	80	78	69	99	70	4
Creativos								
Servicios personales, recreativos	99	99	95	82	68	84	75	4
Total	1.870	1.893	1.843	1.822	1.541	1.959	1.872	100

© *Búsqueda*, con datos del Instituto Uruguay XXI. La última columna indica la participación en porcentaje del total en 2018.

Temas [Uruguay XXI](#)**Comentarios: 0**

Dejá tu comentario



PILAR_URIASTE

nemmpo.udelar@gmail.com