

Agenda CaCEC: cómo poner en valor una visión estratégica para el comercio exterior

La entidad fundada en 1964 brinda servicios de excelencia y herramientas para facilitar la inserción de las empresas en los mercados globales.

Los desafíos que enfrenta el comercio exterior en la provincia y el país, la agenda estratégica institucional –en el marco del 60 aniversario de la entidad– y las claves para los empresarios que toman la decisión de salir al mundo, bajo la mirada de Sergio Drucaroff, nuevo director ejecutivo de la Cámara de Comercio Exterior de Córdoba (CaCEC).

–¿Cuáles son los principales desafíos del comercio exterior para Córdoba en particular y para la Argentina en general?

–En CaCEC tomamos la agenda del comercio exterior integralmente. Vemos que hay muchos temas, pero todos atravesados por un denominador común: la competitividad. Para crecer en el comercio global, primero tenemos que consolidar la competitividad. Cuando se analiza cómo estamos posicionados en ese punto, la respuesta es que muy bien puertas adentro de la fábrica o de la tranquera para adentro. ¿Por qué? Porque hay innovación aplicada. Porque hay gestión dinámica. Porque hay adaptabilidad al nuevo contexto del comercio internacional. ¿Qué falta para que esa competitividad continúe incrementándose? Una mejora en materia de regulaciones, una macroeconomía que te permita tener horizontes de inversión claros y un salto cualitativo en infraestructura.

–¿Esa agenda integral de comercio exterior cómo se materializa en CaCEC?

–Tenemos un set de iniciativas que integran innovación, eficiencia, comercio exterior y desarrollo económico. El ejemplo más reciente es el puerto seco, que les da a las empresas exportadoras la posibilidad de bajar el costo logístico. El exportador va a acceder a un contenedor posicionado en Córdoba para no tener que pagar el traslado de un contenedor vacío hasta la provincia. De esta forma, las empresas cordobesas y de la región van a poder salir al mundo desde Córdoba con una mejor logística que la existente. El apoyo del gobierno de la provincia, a través de ProCórdoba, es clave para asimilar los riesgos inherentes a la operación en sus comienzos.

–¿Qué otras cosas incluye esa agenda?

–El Grupo TecX es otra de estas iniciativas para potenciar la competitividad. La exportación de valor agregado está cada vez más vinculada a los servicios basados en el conocimiento integrados a bienes complejos –como, por ejemplo, la tecnología médica– y de consumo. Desde 2021, el Grupo TecX tiene como prioridad poner en valor esta agenda de innovación, tecnología y sustentabilidad al servicio de empresas grandes y las pyme. Teniendo como prioridades el aumento del empleo y de las exportaciones cor-



OPERACIONES. Sergio Drucaroff, nuevo director Ejecutivo de CaCEC.

dobesas basadas en el conocimiento. Una tercera pata de la perspectiva integral de CaCEC es nuestro Instituto Superior de Comercio Exterior (ISCE). Hoy estamos incorporando nuevas dinámicas a la Educación Ejecutiva y la formación de mandos medios, que son un activo clave para el desarrollo de negocios internacionales. Recientemente conformamos un nuevo consejo académico que va a reconectar los planes de estudios en base a las necesidades de talento de las empresas cordobesas para potenciar sus nego-



COMPETITIVIDAD. El nuevo puerto seco de CaCEC le permitirá a los exportadores e importadores optimizar recursos y acelerar los tiempos.

cios internacionales.

–¿Cuál es la visión de CaCEC respecto al presente y el futuro del comercio exterior en Córdoba?

–La foto de los últimos años nos muestra a Córdoba con una participación cercana al 15% de las exportaciones nacionales. Es un nivel que se fue incrementando en el tiempo y se estabilizó en los últimos 5 o 6 años. En 2022, superamos los 12.000 millones de dólares, pero en 2023 tuvimos una caída del 35% respecto a ese año, similar a la tendencia nacional. Tenemos que retomar la senda del crecimiento exportador si queremos consolidar un protagonismo progresivo en el comercio internacional. Mirando hacia adelante, el potencial es enorme y nos plantea desafíos sobre el rumbo estratégico para las próximas décadas: empresas que desarrollan software, servicios audiovisuales, tecnología médica, y biotecnología, entre otros que son productos con altísimo valor agregado. Es un sector que en Córdoba tiene un estimado de 1.500 empresas que emplean alrededor de 40.000

personas en forma directa según datos oficiales. Para continuar este camino virtuoso, la agenda para el desarrollo de talento local es una prioridad. Un ejemplo: VETBUS2B es un proyecto de vinculación escuela-empresa con el cofinanciamiento de Unión Europea donde tenemos *partners* alemanes e italianos que nos transfieren conocimientos y en el cual terminaremos con una prueba piloto en la industria electrónica.

–Hablamos de la agenda y de la visión estratégica, ¿qué rol cumple cada sector en ese proceso?

–Todos los actores tenemos algo que aportar para poner en valor la competitividad en el comercio exterior: Sector público, sector privado, trabajadores y la academia, por ejemplo. Hace un rato hablábamos del puerto seco, esa iniciativa la estamos poniendo en valor junto a la Agencia ProCórdoba. También impulsamos desde la Unidad de Vinculación Tecnológica (Uvitec) la agenda de innovación en las Pyme cordobesas: cómo acelerar la adopción de tecnologías 4.0, de qué

manera vincularse para innovar en forma conjunta con otras empresas y cuáles son los modelos de aplicación para desarrollos científicos en productos y servicios de alto valor agregado. Además, desarrollamos un parque industrial propio en la zona sur de la ciudad de Córdoba como una plataforma para el crecimiento exportador de nuestro sector productivo, por donde pasa más del 40% del comercio exterior terrestre del ámbito metropolitano. Si logramos ser competitivos en el comercio global, la creación de empleo, la generación de divisas, las exportaciones con valor agregado, la innovación y el desarrollo federal van a ser objetivos alcanzables.

–Si tuviera que dar un consejo a un empresario cordobés que quiere comenzar a exportar, ¿cuál sería?

–Que se conecte con la CaCEC como el punto de partida exportador. Tenemos el mapa de todos los servicios y entidades públicas y privadas que pueden dar asistencia integral en el proceso de internacionalización. Además, que adopte una postura inversora: exportar es mucho más que un desarrollo comercial, es un camino de inversión de mediano y largo plazo para incrementar estándares de calidad y transformar las organizaciones en empresas de clase mundial. Y eso se logra puertas para adentro pero también apoyándose en un ecosistema, donde CaCEC agiliza y favorece el acceso a los servicios de apoyo claves para exportar. El acompañamiento para superar adversidades y momentos críticos en la internacionalización es lo que diferencia a las regiones que exportan sostenidamente de las que sólo lo logran por momentos. Córdoba tiene todo para tener muchas más empresas globales. CaCEC trabaja todos los días para poner ese potencial en valor.



TRAYECTORIA. CaCEC agiliza y favorece el acceso a los servicios de apoyo claves para exportar.