

# Crisis: presentan propuestas para mejorar las exportaciones en Argentina

La Cámara de Exportadores de la República Argentina (CERA) dio a conocer su Estrategia Nacional Exportadora. Los detalles

Por REDACCIÓN

Ante la crisis económica que atraviesa el país, la Cámara de Exportadores de la República Argentina (CERA) dio a conocer su Estrategia Nacional Exportadora.

“Es necesario tener una visión general para crecer desde el sector externo y no son medidas aisladas, es el presidente el que tiene que imprimir este sentido de dirección y coordinación porque hay un montón de agencias gubernamentales que tienen que intervenir”, dijo Fernando Landa, presidente de CERA en el programa Metaverso, de Ciudadano.News.

Y agregó: “Nuestro lema es ‘exportar es trabajo y desarrollo’ y creo que hay un consenso en la sociedad de que la exportación no solo trae mayores divisas a la economía y permite salir de toda esta angustia que tenemos, sino que además genera beneficios sustanciales a nivel empleo”.

En este contexto, la Estrategia Nacional Exportadora realizó un análisis acerca de la situación global actual y el rol de la Argentina, el cual ha ido perdiendo relevancia. En la participación del comercio mundial, Argentina pasó del 0,52% en 1998 al 0,34% en el 2022 y el pronóstico para el 2023 es del 0,25%. Asimismo, el país ha evidenciado una disminución en las empresas exportadoras en los últimos 15 años.

“La Argentina no tiene un sesgo exportador ni una estrategia y además tiene una cantidad de medidas que dificultan la operación. No solo perdió participación en el mercado internacional, sino que perdió contra Brasil. Argentina cayó de 14% a 5% la participación en Brasil y el resto de Latinoamérica no cayó”, explicó el presidente de la Cámara.

Según Landa, la iniciativa de Estrategia Nacional cuenta con más de 140 propuestas técnicas destinadas a áreas claves del Gobierno nacional y abarca 6 pilares: relacionamiento externo, impuestos y restricciones a las exportaciones, facilitación del comercio, logística, financiamiento, inteligencia y promoción comercial.

“Lo que hicimos fue tratar de no innovar en estructura, porque hay otros países que tienen estrategia, por ejemplo, analizamos el caso de Estados Unidos, España, Reino Unido, Colombia, Perú y los pilares son más o menos similares”, aseveró

Desde CERA, consideraron que la implementación de la estrategia requiere una perspectiva integral que incluya objetivos claros, y optimice la coordinación entre diversas áreas y agencias gubernamentales. Así, entre las medidas fundamentales se posiciona como prioridad fortalecer las condiciones macro, poniendo la competitividad argentina como política de estado.