

ORIGINAL

Trade Opportunities between Argentina and Uruguay: Identification of Strategic Sectors Based on Export Indicators (2022-2024)

Oportunidades comerciales entre Argentina y Uruguay: identificación de sectores estratégicos en base a indicadores de exportación (2022-2024)

Darío Luis Candellero¹  , José Poncio¹  

¹Universidad Siglo 21, Departamento de Investigación. Córdoba, Argentina.

Citar como: Candellero DL, Poncio J. Trade Opportunities between Argentina and Uruguay: Identification of Strategic Sectors Based on Export Indicators (2022-2024). Management (Montevideo). 2025; 3:239. <https://doi.org/10.62486/agma2025239>

Enviado: 04-08-2024

Revisado: 02-02-2025

Aceptado: 20-07-2025

Publicado: 21-07-2025

Editor: Ing. Misael Ron 

Autor para la correspondencia: Darío Luis Candellero 

ABSTRACT

Introduction: the trade relationship between Argentina and Uruguay, marked by productive complementarities and structural asymmetries, provides a favorable context for identifying strategic sectors that can strengthen Argentina's regional export insertion. Geographical proximity, institutional ties within MERCOSUR, and longstanding economic connections reinforce the need for indicator-based analysis.

Objective: this study aims to identify the strategic sectors with the greatest potential for Argentina's commercial insertion into the Uruguayan market during the 2022-2024 period. Based on a quantitative analysis using foreign trade indicators, the objective is to provide empirical evidence to guide both public policy and business decision-making, with the goal of strengthening regional integration, diversifying Argentina's export supply, and enhancing its competitive positioning within the framework of MERCOSUR.

Method: a quantitative and comparative methodology was applied using official foreign trade data for the period 2022-2024. The analysis focused on the 37 main tariff lines exported by Argentina to Uruguay, classified according to the MERCOSUR Common Nomenclature (at the 8-digit level), using four indicators: Herfindahl-Hirschman Index, Grubel-Lloyd Index, Trade Overlap Index, and the Symmetric Revealed Comparative Advantage Index. Additionally, the Trade Intensity Index and the Bilateral Trade Complementarity Index were calculated to contextualize the structural dynamics.

Results: findings confirm a predominantly inter-industry trade pattern, with moderate concentration and low structural overlap, revealing structural advantages for Argentina's export supply. Pet food was identified as a strategic sector due to its high revealed comparative advantage, limited domestic competition in Uruguay, and direct access to consumers. The analysis also showed exceptionally high bilateral trade intensity and moderate structural complementarity between the two economies.

Conclusions: the methodological approach proved effective in detecting export opportunities based on quantitative indicators. The findings provide evidence to support targeted trade promotion policies and offer a replicable framework for assessing strategic sectors in other regional markets.

Keywords: Bilateral Trade; Revealed Comparative Advantage; Trade Complementarity; MERCOSUR; Export Strategy; Argentina-Uruguay.

RESUMEN

Introducción: la relación comercial entre Argentina y Uruguay, marcada por complementariedades productivas y asimetrías estructurales, constituye un escenario propicio para identificar sectores estratégicos que potencien la inserción exportadora regional de Argentina. La cercanía geográfica, la integración en el

MERCOSUR y los vínculos económicos históricos refuerzan la necesidad de un análisis comercial detallado basado en indicadores.

Objetivo: El presente estudio tiene como objetivo identificar los sectores estratégicos con mayor potencial de inserción comercial para Argentina en el mercado uruguayo durante el período 2022-2024. A partir de un análisis cuantitativo basado en indicadores de comercio exterior, se busca proporcionar evidencia empírica que oriente tanto las políticas públicas como las decisiones empresariales, con el fin de fortalecer la integración regional, diversificar la oferta exportadora argentina y mejorar su posicionamiento competitivo en el marco del MERCOSUR.

Método: se aplicó una metodología cuantitativa y comparativa, utilizando datos oficiales de comercio exterior del período 2022-2024. El análisis se centró en las 37 principales partidas exportadas por Argentina a Uruguay clasificadas según la Nomenclatura Común del MERCOSUR (a 8 dígitos), mediante cuatro indicadores: índice de concentración Herfindahl-Hirschman, índice de comercio intraindustrial de Grubel-Lloyd, índice de superposición comercial e índice simétrico de ventaja comparativa revelada. Además, se calcularon índices de intensidad comercial bilateral y de complementariedad estructural para contextualizar la relación.

Resultados: los resultados confirman un patrón comercial interindustrial, con concentración moderada y baja superposición estructural, reflejando ventajas favorables a la oferta argentina. Se identificó al rubro alimentos para mascotas como sector estratégico, dada su alta ventaja comparativa, escasa competencia en Uruguay y acceso directo al consumidor. También se observó una intensidad comercial bilateral muy alta y una complementariedad estructural moderada.

Conclusiones: el enfoque metodológico permitió detectar oportunidades de exportación sobre bases cuantitativas. Los resultados aportan evidencia para orientar políticas de promoción comercial y replicar el modelo en otros mercados regionales.

Palabras clave: Comercio Bilateral; Ventaja Comparativa Revelada; Complementariedad Comercial; MERCOSUR; Estrategia Exportadora; Argentina-Uruguay.

INTRODUCCIÓN

La relación comercial entre Argentina y Uruguay ha desempeñado históricamente un papel relevante dentro del proceso de integración regional del MERCOSUR. Esta dinámica se sustenta en factores estructurales como la proximidad geográfica, la afinidad institucional y los vínculos históricos entre ambos mercados, aunque también se ve condicionada por persistentes asimetrías productivas y comerciales. En este contexto, identificar sectores estratégicos capaces de ampliar y diversificar las exportaciones argentinas adquiere especial relevancia para fortalecer la inserción regional bajo criterios de eficiencia, complementariedad y sostenibilidad.

El análisis del intercambio bilateral durante el período 2022-2024, basado en datos provistos por la plataforma Softrade⁽¹⁾, revela una elevada intensidad comercial, con valores que superan ampliamente lo esperable en función del tamaño relativo de ambos mercados. Asimismo, la estructura del comercio muestra una orientación mayoritariamente interindustrial, con baja superposición entre las canastas exportadoras y una concentración moderada en un conjunto reducido de partidas líderes. Estos resultados sugieren que, si bien existen sectores con desempeño consolidado, persiste un margen significativo para la expansión selectiva de bienes con ventajas comparativas reveladas aún no plenamente aprovechadas.

El estudio de estas oportunidades comerciales encuentra su fundamento en la evolución de la teoría del comercio internacional. Desde los modelos clásicos de Ricardo sobre la ventaja comparativa⁽²⁾ hasta los enfoques estructurales basados en dotaciones factoriales de Heckscher y Ohlin⁽³⁾, la disciplina ha incorporado avances significativos. En particular, la introducción de economías de escala, diferenciación de productos y competencia imperfecta, desarrollada por Krugman⁽⁴⁾, permitió comprender nuevas configuraciones del comercio intraindustrial y regional. Estas contribuciones habilitaron el desarrollo de indicadores cuantitativos que permiten capturar patrones específicos de especialización y complementariedad estructural entre países.

Entre estos instrumentos analíticos se destacan el índice de concentración Herfindahl-Hirschman (HHI), basado en el trabajo pionero de Hirschman sobre dependencia de productos clave;⁽⁵⁾ el índice de comercio intraindustrial de Grubel-Lloyd (GL), que permite clasificar las relaciones comerciales según el tipo de intercambio predominante;⁽⁶⁾ y el índice simétrico de ventaja comparativa revelada (IVCRSX), propuesto por Laursen como alternativa al índice de Balassa, con propiedades más estables y comparables.⁽⁷⁾ La articulación de estos indicadores con medidas complementarias como el índice de intensidad comercial (IC) y el índice de complementariedad comercial bilateral (ICCB) proporciona un marco interesante para el análisis del comercio bilateral entre Argentina y Uruguay.

El presente estudio tiene como objetivo identificar sectores estratégicos para la inserción comercial de Argentina en Uruguay a partir de un análisis cuantitativo de las 37 principales posiciones arancelarias exportadas

durante el período 2022-2024. La finalidad es proporcionar evidencia empírica que oriente políticas públicas, estrategias de promoción comercial y decisiones empresariales con foco en la regionalización del comercio exterior argentino. De este modo, el trabajo se propone caracterizar la estructura del intercambio bilateral, detectar sectores con potencial de expansión y proponer líneas de acción sustentadas en los resultados obtenidos.^(8,9)

MÉTODO

Diseño del estudio

Se adoptó un enfoque cuantitativo, descriptivo y comparativo, orientado a la identificación de sectores estratégicos de exportación argentina en el mercado uruguayo. La unidad de análisis estuvo conformada por las 37 partidas arancelarias más exportadas por Argentina hacia Uruguay durante el trienio 2022-2024, seleccionadas en función de su valor FOB acumulado y clasificadas según el Nomenclador Común del Mercosur (NCM) a ocho dígitos. Este nivel de desagregación permitió una aproximación precisa y sectorial al perfil exportador.

Fuentes de datos

Se utilizaron fuentes estadísticas oficiales provenientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), la Dirección Nacional de Aduanas del Uruguay, Softrade y la base de datos COMTRADE de las Naciones Unidas. La triangulación de estas fuentes garantizó la consistencia de la información y su comparabilidad temporal. Además, se incorporaron documentos normativos del MERCOSUR para interpretar las condiciones de acceso al mercado y los regímenes aplicables a las exportaciones intrabloque.

Indicadores utilizados

La metodología se estructuró en torno a la aplicación de cuatro indicadores reconocidos en la literatura de comercio internacional:

- Índice de intensidad comercial (IC): calcula si el comercio bilateral es más intenso que lo esperado según la participación global de ambos países en el comercio mundial.
- Índice de complementariedad comercial bilateral (ICCB): cuantifica el grado de adecuación entre la oferta exportable argentina y la estructura de importaciones uruguayas.
- Índice de concentración Herfindahl-Hirschman (HHI): utilizado para evaluar el grado de concentración de las exportaciones argentinas a nivel de producto, identificando la dependencia de un número reducido de bienes.
- Índice de comercio intraindustrial de Grubel-Lloyd (GL): aplicado para determinar si la relación bilateral presenta flujos intraindustriales (exportación e importación de bienes similares) o interindustriales.
- Índice de superposición comercial (TO): permite medir el grado de coincidencia entre las estructuras exportadoras de ambos países, identificando el nivel de competencia potencial.
- Índice simétrico de ventaja comparativa revelada (IVCRSX): calcula la especialización exportadora relativa de Argentina en cada producto, a partir de una metodología simétrica que evita distorsiones por productos con bajos valores comerciales.

Procedimiento analítico

Los indicadores se calcularon individualmente para cada una de las 37 posiciones arancelarias seleccionadas. A partir de los resultados se construyeron rankings comparativos y se clasificaron los productos según umbrales teóricos definidos por la bibliografía especializada. El análisis se desarrolló en dos fases: una primera etapa diagnóstica general, centrada en la caracterización estructural del patrón exportador argentino hacia Uruguay; y una segunda etapa de focalización estratégica, destinada a identificar un sector prioritario con potencial para profundizar su inserción comercial.

RESULTADOS

Comercio bilateral: principales productos y estructura del intercambio

Durante el período 2022-2024, el comercio bilateral entre Argentina y Uruguay mostró un alto grado de estabilidad y concentración sectorial. El análisis de las 37 principales posiciones arancelarias exportadas por Argentina revela una canasta dominada por bienes industriales, agroindustriales y energéticos.

Entre los productos más relevantes se destacan:

- Aceites crudos de petróleo (NCM 2709.00.10), con exportaciones por encima de USD 140 millones en 2024.
- Mezclas odoríferas para la industria alimentaria (3302.10.00).
- Maíz para siembra (1005.10.00).
- Preparaciones tensoactivas (3402.50.00).

- Alimentos para mascotas acondicionados para venta minorista (2309.10.00).
- Productos farmacéuticos (3004.90.99 y 3004.90.23).

Estas partidas reflejan una permanencia significativa en el ranking exportador a lo largo del trienio. En 2024, las 25 principales partidas concentraron el 61,3 % del valor total exportado por Argentina a Uruguay, frente al 46 % promedio del período. Además, 12 partidas superaron individualmente los USD 20 millones anuales al menos en uno de los tres años.

En términos de diversidad sectorial, 18 de las 37 partidas corresponden a manufacturas industriales, 11 a agroindustria y 8 a energía y químicos intermedios. Entre las partidas que ganaron relevancia relativa se encuentran los alimentos procesados y los bienes farmacéuticos. Por el contrario, algunas posiciones tradicionalmente fuertes como los derivados de cereales o productos plásticos mantuvieron su participación sin variaciones significativas.

Intensidad y complementariedad del comercio bilateral

El Índice de Intensidad Comercial (IC) mostró niveles excepcionalmente altos durante los tres años del período, con los siguientes valores:

- 2022: 53,3
- 2023: 74,8
- 2024: 62,9

Estos resultados indican que el comercio bilateral fue entre 50 y 75 veces más intenso de lo esperado según el tamaño relativo de Argentina y Uruguay en el comercio mundial.

El Índice de Complementariedad Comercial Bilateral (ICCB), que mide la coincidencia entre la estructura exportadora argentina y la estructura importadora uruguaya, arrojó un valor promedio de 0,6010 en el trienio, lo que implica una correspondencia significativa entre oferta y demanda.

Grado de concentración del comercio: Índice Herfindahl-Hirschman (HHI)

Tabla 1. Evolución del índice de concentración Herfindahl-Hirschman (HHI) aplicado a las 37 principales partidas exportadas por Argentina a Uruguay (2022-2024)

Año	HHI sobre 37 partidas
2022	0,312
2023	0,327
2024	0,305

Fuente: Elaboración propia en base a Softrade⁽¹⁾

El mayor nivel de concentración se registró en 2023, cuando el 52 % de las exportaciones argentinas se concentraron en solo cinco partidas. En 2024, esta concentración se redujo ligeramente, producto del aumento en la participación de bienes industriales de mediana escala y alimentos procesados.

Las partidas con mayor peso relativo en la canasta exportadora fueron:

- Aceites crudos de petróleo (2709.00.10).
- Alimentos para mascotas (2309.10.00).
- Maíz para siembra (1005.10.00).
- Mezclas odoríferas (3302.10.00).
- Productos farmacéuticos (3004.90.99 y 3004.90.23).

Estas cinco partidas representaron en conjunto entre el 41 % y el 52 % del total exportado por Argentina a Uruguay, según el año considerado.

Estructura del intercambio: Índice de Grubel-Lloyd (GL)

El Índice de Comercio Intraindustrial de Grubel-Lloyd (GL) mostró una estructura predominantemente interindustrial. En más del 90 % de los casos, el valor fue inferior a 0,10. En algunos productos aislados —como principios activos farmacéuticos o compuestos químicos intermedios— se registraron valores de GL por encima de 0,15, sin superar nunca el 0,30.

Esta configuración indica que las exportaciones argentinas no son replicadas por exportaciones similares desde Uruguay hacia Argentina o terceros, sino que responden a especializaciones diferenciadas por país.

Superposición de exportaciones: Trade Overlap Index (TO)

El Índice de Superposición Comercial (TO), aplicado a las estructuras exportadoras de ambos países, mostró

una tendencia descendente:

Tabla 2. Índice de Superposición Comercial (TO) aplicado a las 37 principales partidas exportadas por Argentina a Uruguay (2022-2024)	
Año	TO
2022	0,52
2023	0,35
2024	0,27
Fuente: Elaboración propia en base a Softrade ⁽¹⁾	

La caída acumulada de más de 48 % en el trienio indica una disminución progresiva en la coincidencia estructural de productos exportados por ambos países al mercado global.

Ventajas comparativas: Índice Simétrico de Ventaja Comparativa Revelada (IVCRSX)

Se aplicó el IVCRSX a las 37 principales partidas exportadas por Argentina a Uruguay. El resultado fue una concentración marcada en rangos de ventaja alta.

Tabla 3. Clasificación de productos según índice IVCRSX (2022-2024)	
Clasificación IVCRSX	Cantidad de productos
Ventaja alta (>0,70)	30
Ventaja media (0,25-0,70)	3
Ventaja baja (0,00-0,25)	0
Desventaja (<0)	4
Fuente: Elaboración propia en base a Softrade ⁽¹⁾	

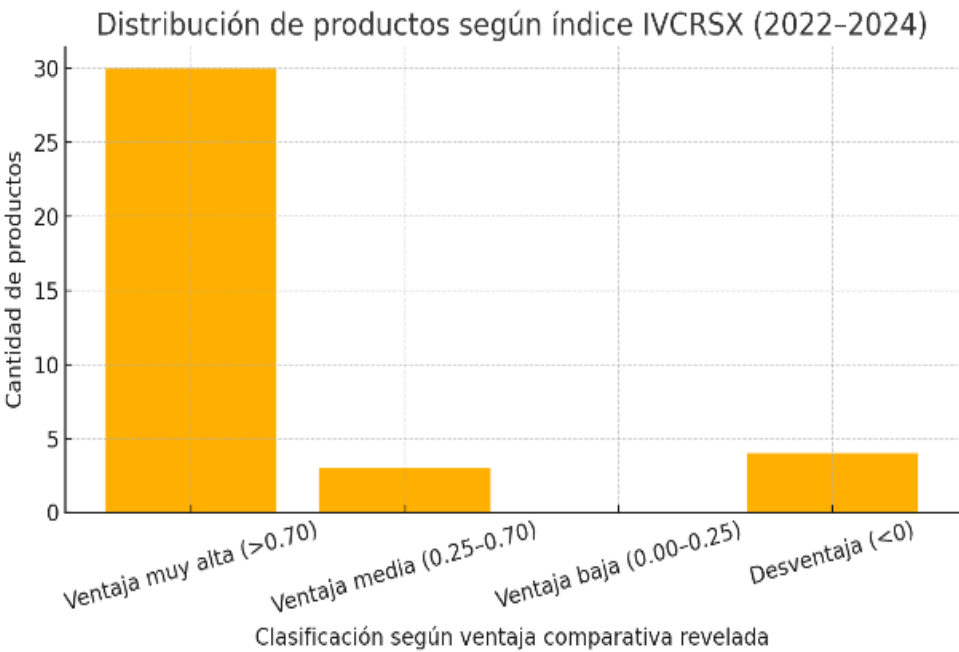


Figura 1. Distribución de productos según índice IVCRSX (2022-2024)

Entre las partidas con mayor ventaja comparativa se encuentran:

- Alimentos para mascotas (2309.10.00).
- Medicamentos preparados (3004.90.99).
- Envases plásticos.
- Residuos agroindustriales y aditivos alimentarios.

Estas partidas no solo registraron altos valores de IVCRSX, sino también continuidad en el tiempo y posiciones destacadas en el ranking exportador.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos reflejan una relación comercial entre Argentina y Uruguay caracterizada por una alta intensidad, una estructura complementaria consolidada y una distribución sectorial con predominancia de bienes industriales, agroindustriales y energéticos. La permanencia de las principales partidas a lo largo del trienio, junto con el nivel sostenido de indicadores como el Índice de Intensidad Comercial (IC) y el Índice de Complementariedad Comercial Bilateral (ICCB), permiten afirmar que el vínculo bilateral opera sobre fundamentos estructurales sólidos, más allá de coyunturas o shocks externos.

El IC, con valores entre 53,3 y 74,8, confirma que el comercio entre ambos países fue entre 50 y 75 veces más intenso que lo esperable según su participación en el comercio mundial. Este dato no puede explicarse únicamente por la proximidad geográfica: responde a la consolidación de canales institucionales, a las reglas comunes establecidas por el MERCOSUR y a una histórica sinergia entre oferta exportadora argentina y demanda importadora uruguaya. Esta intensidad sostenida también revela resiliencia comercial, ya que se mantuvo estable incluso ante fluctuaciones internas o externas, reafirmando el rol de Uruguay como mercado natural y estratégico para una parte significativa del complejo exportador argentino.⁽¹⁰⁾

El ICCB, con un valor promedio de 0,6010, muestra una coincidencia estructural moderada-alta entre las exportaciones argentinas y las importaciones uruguayas. Este patrón estructural indica que más del 60 % de los productos exportados desde Argentina tienen un espacio potencial en la matriz de consumo uruguaya, lo que representa una ventaja considerable frente a otros socios comerciales. La estabilidad interanual de este índice, sin rupturas abruptas, sugiere un entorno predecible y confiable para el diseño de estrategias de mediano plazo.⁽⁸⁾

En cuanto al grado de concentración, el índice Herfindahl-Hirschman (HHI) se mantuvo dentro de rangos moderados (entre 0,305 y 0,327), lo que permite una doble lectura estratégica. Por un lado, la existencia de sectores líderes bien posicionados (como los hidrocarburos, alimentos balanceados y farmacéuticos) garantiza una base exportadora sólida. Por otro lado, la relativa estabilidad del índice entre años indica que no se han producido transformaciones estructurales significativas, abriendo así oportunidades para una diversificación gradual. Esta posibilidad es especialmente valiosa para el segmento PyME, que puede incorporar nuevos productos sin amenazar los sectores consolidados.⁽¹¹⁾

El predominio de un patrón comercial interindustrial, evidenciado por el Índice de Grubel-Lloyd (GL), refuerza la idea de una complementariedad estructural entre las economías. En más del 90 % de las partidas exportadas, el valor del índice fue inferior a 0,10, lo que significa que no existe comercio recíproco dentro de las mismas categorías. Argentina exporta lo que Uruguay no produce ni exporta, configurando así un intercambio de especializaciones más que un comercio de variedades.⁽⁶⁾

La disminución del Índice de Superposición Comercial (TO), que pasó de 0,52 en 2022 a 0,27 en 2024, refuerza este patrón. La baja coincidencia entre las canastas exportadoras de ambos países implica un bajo grado de competencia directa y una mayor libertad de posicionamiento sectorial para las empresas argentinas. Esta especialización divergente —bienes primarios en Uruguay, bienes de mayor valor agregado en Argentina— genera una relación de comercio complementario no conflictivo.

El Índice Simétrico de Ventaja Comparativa Revelada (IVCRSX) confirma que la inserción exportadora argentina en el mercado uruguayo no es circunstancial, sino estructuralmente competitiva. El 81 % de los productos exportados presentan una ventaja revelada alta (>0,70). Esta estructura demuestra que Argentina cuenta con una oferta sólida, validada por la demanda uruguaya, y alineada con las capacidades productivas nacionales.^(7,11,12)

La elección de Uruguay como mercado de internacionalización inicial responde a su escala compatible, estabilidad institucional y entorno regulatorio previsible. Además, permite validar modelos de exportación y acumular experiencia operativa replicable hacia mercados más complejos como Chile, Paraguay o Bolivia, tal como recomiendan estudios recientes sobre inserción regional progresiva.^(10,13)

Desde el diseño de políticas públicas, este diagnóstico sugiere una agenda comercial basada en evidencia, que combine estrategias de consolidación para productos con ventaja alta, promoción específica para los de ventaja media, y reconversión para aquellos con desventaja persistente. Herramientas como inteligencia de mercado, consorcios de exportación, líneas de crédito específicas o posicionamiento internacional de marca país pueden jugar un rol clave.^(12,14)

Además de los aspectos comerciales, es importante considerar los desafíos operativos y tecnológicos que enfrentan las PyMEs argentinas al exportar: eficiencia logística, trazabilidad, adaptación normativa, certificaciones sanitarias y digitalización. El fortalecimiento de capacidades técnicas e institucionales puede marcar la diferencia en la sostenibilidad de estas operaciones.^(12,15)

La creciente importancia de criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) en el comercio internacional plantea nuevas exigencias para sectores como el agroindustrial o el alimentario. Incorporar prácticas sostenibles, empaques biodegradables y trazabilidad ambiental ya no es una opción, sino una condición para competir en mercados internacionales más exigentes.⁽¹⁶⁾

En el plano regional, los resultados de este estudio dialogan con las agendas de organismos como ALADI, CEPAL y MERCOSUR, que promueven la articulación de cadenas de valor, la armonización normativa y la integración productiva no competitiva. El caso argentino-uruguayo puede ser una base para avanzar en ese camino, especialmente en sectores de escala media y fuerte especialización.^(13,14)

Desde una perspectiva académica, este enfoque multidimensional —que integra indicadores de intensidad, complementariedad, concentración, superposición y ventaja comparativa— aporta al debate sobre cómo medir la calidad estructural de la inserción internacional de países intermedios. La metodología utilizada puede aplicarse en estudios comparativos entre socios regionales, o para evaluar la evolución sectorial de provincias exportadoras.⁽¹²⁾

La aplicación integrada de indicadores cuantitativos al conjunto de las 37 principales partidas exportadas por Argentina a Uruguay durante el período 2022-2024 permitió identificar sectores con ventajas comparativas sostenidas, bajo nivel de competencia estructural y condiciones favorables para la expansión. Entre ellos, el rubro de alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor (NCM 2309.10.00) se destacó como el más prometedor desde una perspectiva estratégica, motivo por el cual fue seleccionado como sector prioritario para una fase avanzada de análisis sectorial y formulación de recomendaciones.

Esta selección no responde a criterios arbitrarios, sino a una convergencia empírica sólida entre los principales indicadores utilizados. En primer lugar, el índice IVCRSX de esta partida se ubicó por encima de 0,70 durante todo el trienio, lo que evidencia una ventaja comparativa revelada alta y sostenida, confirmando la fuerte especialización argentina en este segmento. Este posicionamiento refleja no solo una elevada participación en las exportaciones hacia Uruguay, sino también un desempeño por encima del promedio mundial, alineado con las capacidades agroindustriales del país.

El índice de comercio intraindustrial de Grubel-Lloyd (GL) para esta partida fue cercano a cero, lo que indica una relación estrictamente interindustrial: Argentina exporta, Uruguay importa, sin evidencia de flujos recíprocos ni presencia significativa de producción local con orientación exportadora. Esta asimetría estructural reduce las presiones competitivas y favorece la consolidación de una posición dominante por parte de los exportadores argentinos.

A su vez, el índice de superposición comercial (TO) refuerza esta lectura. Dado el bajo grado de coincidencia entre las canastas exportadoras de ambos países, y la ausencia de exportaciones uruguayas en este rubro, el mercado presenta una configuración de complementariedad estructural, no de rivalidad. Esta situación otorga a las firmas argentinas una posición de “*first mover*” en un segmento en crecimiento, pero aún subdesarrollado en Uruguay desde el punto de vista de la oferta local.

El dinamismo del mercado también sustenta esta priorización. En los últimos años se ha verificado una tendencia global y regional hacia la humanización de las mascotas, acompañada por un aumento en la demanda de alimentos premium, formulaciones funcionales (digestivas, hipoalergénicas, orgánicas) y opciones diferenciadas por ingredientes, calidad nutricional y valores de marca. Estas transformaciones abren espacio para estrategias de diferenciación, apalancadas en innovación, sostenibilidad, diseño de envases y marketing emocional.

Desde el punto de vista operativo se trata de un bien de consumo masivo con acceso directo al consumidor final, lo cual permite a las empresas argentinas implementar estrategias D2C (*direct-to-consumer*), combinando canales tradicionales (*retail*, veterinarias) con plataformas de comercio electrónico y campañas de posicionamiento digital. Esta característica es especialmente valiosa para PyMEs con orientación exportadora, que pueden construir marca y fidelizar audiencias sin depender de intermediarios convencionales.

El sector también se destaca por su capacidad de innovación adaptativa, especialmente en el desarrollo de líneas diferenciadas según etapa de vida, tamaño del animal, composición nutricional y preferencias culturales del consumidor. Esto habilita estrategias de segmentación que pueden ser capitalizadas tanto en el mercado uruguayo como en otros destinos con estructuras de demanda similares.

Asimismo, Argentina ya ha demostrado un desempeño competitivo en este rubro en otros mercados de América Latina, como Chile, Paraguay, Perú y Bolivia, lo que brinda evidencia externa de que el modelo de negocios es escalable. Esta experiencia acumulada puede reducir costos de aprendizaje y aumentar la velocidad de inserción en Uruguay, especialmente en lo relativo a logística, normativas sanitarias y hábitos de consumo.

El rol de las PyMEs argentinas en este sector es particularmente relevante, dado que muchas de ellas cuentan con capacidad ociosa, estructuras flexibles y vocación exportadora incipiente. A través de programas de consorcios, marcas colectivas o participación en ferias internacionales, estas firmas pueden articularse para mejorar su visibilidad y penetración en el mercado uruguayo con una propuesta de valor diferenciada.

En términos de inserción regional, el sector puede ser un caso piloto para esquemas de integración productiva liviana, donde el envasado final, fraccionamiento o *fulfillment* digital se realicen en Uruguay, aumentando el contenido local y mejorando el cumplimiento de requisitos normativos o licitaciones públicas. Estas iniciativas podrían recibir apoyo tanto de organismos nacionales como del propio MERCOSUR.

Si se compara con otros sectores no seleccionados, como los combustibles o productos primarios que también

tienen peso en la balanza exportadora, el rubro de alimentos para mascotas presenta una combinación singular de estabilidad, escalabilidad y bajo riesgo regulatorio. A diferencia de los hidrocarburos, sujetos a precios volátiles y acuerdos de gobierno a gobierno, el mercado de alimentos para mascotas está en expansión, con barreras de entrada más bajas y posibilidad de posicionamiento de marca.

Asimismo, existen capacidades institucionales en Argentina que pueden ser movilizadas para acompañar este proceso. SENASA ya cuenta con protocolos y acuerdos de cooperación sanitaria con Uruguay.⁽¹⁵⁾ Además, instituciones como la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional, los gobiernos provinciales y los bancos públicos pueden generar líneas específicas de crédito, promoción y capacitación para apuntalar a los exportadores de este sector.

El potencial del rubro también se proyecta en términos de posicionamiento de marca país, al combinar atributos como salud, alimentación, cuidado animal y calidad agroindustrial. Estos valores coinciden con las tendencias de consumo *premium*, sostenibles y responsables, lo que habilita campañas de origen que asocien “alimento argentino para mascotas” con estándares internacionales, bienestar animal y trazabilidad certificada.

En el plano geopolítico, la inserción dentro del MERCOSUR ofrece ventajas adicionales. Uruguay, como plaza estable y puerta de entrada a otros mercados regionales, puede convertirse en una plataforma de distribución para terceros países. Asimismo, al tratarse de un comercio intrabloque, el producto goza de preferencias arancelarias y condiciones aduaneras más ágiles que pueden potenciar su competitividad frente a competidores extra zona.

Por último, es necesario reconocer que el desarrollo del sector no está exento de desafíos. Aspectos como la dependencia de insumos importados (como vitaminas o aditivos), la presión de costos logísticos y la necesidad de certificaciones específicas pueden obstaculizar la expansión si no se abordan mediante políticas activas. Sin embargo, estos riesgos son gestionables y no opacan el potencial del rubro, que combina madurez exportadora con oportunidades de innovación, una rareza valiosa dentro del comercio bilateral argentino-uruguayo.

Más allá del análisis sectorial, es necesario subrayar el papel de la coordinación institucional en la consolidación del vínculo comercial entre Argentina y Uruguay. La articulación entre organismos nacionales (como la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional) y actores provinciales o sectoriales resulta clave para traducir las ventajas comparativas reveladas en estrategias sostenidas de internacionalización. Asimismo, los acuerdos regulatorios bilaterales —por ejemplo, en materia sanitaria o logística— deben actualizarse periódicamente para reducir costos de transacción y asegurar previsibilidad.^(12,14)

También resulta relevante incorporar la dimensión de la diversificación de actores exportadores. Aunque los datos de este estudio están agregados por partida arancelaria, la concentración empresarial puede ser alta, con pocas firmas explicando un volumen significativo del comercio bilateral. Fomentar la participación de nuevas PyMEs, cooperativas o empresas regionales contribuiría a una matriz exportadora más inclusiva y resiliente. Para ello, es indispensable mejorar el acceso a financiamiento, simplificar los procesos aduaneros y brindar asistencia técnica sectorial adaptada a cada perfil exportador.^(11,14)

Un riesgo que se vislumbra en el mediano plazo es la fragilidad de la demanda uruguaya ante shocks externos o cambios estructurales en su economía. Si bien el vínculo bilateral ha mostrado resiliencia, depender en exceso de un solo mercado —aun uno confiable— puede limitar el desarrollo exportador argentino. Por eso, Uruguay debe ser concebido como puerta de entrada o plataforma de aprendizaje, pero no como destino único. Las experiencias exitosas allí deberían documentarse, sistematizarse y proyectarse hacia otros mercados de escala intermedia o exigencia regulatoria similar.^(12,13)

En línea con lo anterior, se vuelve crucial incorporar una perspectiva de escalabilidad exportadora. No todos los sectores o productos que funcionan en Uruguay lo harán igual en otros contextos, pero el proceso de acumulación de capacidades —comerciales, logísticas, sanitarias, regulatorias— puede generar una ventaja dinámica. La exportación sostenida a Uruguay puede considerarse una “fase uno” en una curva de aprendizaje internacional, donde se desarrollan habilidades institucionales y empresariales replicables.^(11,14)

La diferenciación competitiva, por su parte, es otro vector clave que debe ser fortalecido. El estudio identificó sectores donde Argentina tiene ventajas comparativas reveladas, pero en muchos casos la competencia global también está en ascenso. Por eso, además del precio, las empresas argentinas deben invertir en valor agregado perceptible por el consumidor: diseño, presentación, certificaciones, atributos funcionales, marketing emocional y trazabilidad. Uruguay, por sus condiciones socioculturales, puede ser un espacio de validación para esas estrategias, especialmente en los segmentos medios y altos de consumo.^(12,16)

Es importante reflexionar sobre el papel del conocimiento aplicado en el diseño de estrategias comerciales. La combinación de análisis cuantitativo —como el realizado en este estudio— con inteligencia de mercados, estudios de consumidor y aprendizaje organizacional, puede fortalecer significativamente la calidad de las decisiones empresariales y de política pública. En esa línea, es deseable que las universidades, centros tecnológicos y cámaras empresariales participen activamente en la construcción de agendas exportadoras sectoriales basadas en evidencia, articulando capacidades analíticas con necesidades concretas del entramado productivo.^(12,14)

Finalmente, si bien los resultados son sólidos, el estudio presenta limitaciones: no se dispone de datos desagregados por empresa, ni se analizaron variables como tiempos logísticos, licencias técnicas o percepción del consumidor uruguayo. Futuras investigaciones podrían abordar estas dimensiones cualitativas mediante entrevistas, encuestas o estudios de caso para enriquecer el diagnóstico y formular recomendaciones más operativas.

CONCLUSIONES

El comercio bilateral entre Argentina y Uruguay durante el período 2022-2024 reveló mucho más que un intercambio intensificado por la cercanía geográfica o los vínculos históricos. El análisis estructurado de las principales partidas arancelarias, acompañado de indicadores técnicos específicos, permitió identificar que el vínculo comercial opera sobre una lógica de especialización funcional, con bajo solapamiento competitivo y un alto grado de complementariedad entre oferta y demanda. Esta estructura no es circunstancial, sino que expresa una configuración estable, con capacidad de ser profundizada y replicada.

Uno de los principales aportes de esta investigación fue demostrar que es posible construir diagnósticos comerciales fuertes consistentes a partir de herramientas cuantitativas desagregadas, sin perder de vista la dimensión estratégica. El enfoque utilizado integró múltiples variables —desde la intensidad hasta la ventaja comparativa revelada—, lo que permitió no solo describir el presente del comercio bilateral, sino también anticipar trayectorias posibles. Esta metodología, por tanto, constituye en sí misma una herramienta útil para otros estudios de inserción internacional, tanto a nivel país como provincial o sectorial.

Desde una perspectiva estratégica, los resultados sugieren que Uruguay puede ser mucho más que un mercado destino: puede operar como un espacio de validación, ensayo y aprendizaje para la inserción internacional de bienes argentinos con valor agregado. Esto es particularmente relevante para las pequeñas y medianas empresas, que requieren escalas accesibles, marcos regulatorios previsibles y canales institucionales fluidos para avanzar en sus procesos de internacionalización. La relación con Uruguay ofrece, en este sentido, un laboratorio real para el desarrollo de capacidades exportadoras.

Además, el estudio permite extraer inferencias sobre el rol que debería asumir la política comercial argentina en los próximos años. En lugar de concentrarse exclusivamente en el volumen o los destinos más grandes, las estrategias podrían orientarse también hacia la calidad del vínculo comercial, el aprovechamiento de ventajas estructurales y la consolidación de sectores dinámicos con potencial de crecimiento regional. Esto implica un cambio de enfoque: de una política exportadora genérica a una basada en evidencia, segmentada por producto y por destino, con instrumentos diferenciados según el tipo de ventaja o desventaja revelada.

La priorización del sector de alimentos para mascotas no surge de una intuición, sino de la convergencia empírica de indicadores técnicos con tendencias de consumo regional y capacidades productivas disponibles. Esta coincidencia es clave: solo cuando la evidencia técnica se encuentra con condiciones materiales reales es posible diseñar estrategias exportadoras viables. En este caso, se abre una ventana de oportunidad para posicionar productos argentinos con valor agregado, tanto en el mercado uruguayo como en otros espacios del MERCOSUR, aprovechando la experiencia acumulada, la normativa vigente y las posibilidades de diferenciación.

Asu vez, esta experiencia invita a repensar el rol de la cooperación público-privada en el desarrollo exportador. La inserción internacional no puede recaer únicamente sobre las capacidades de las empresas: requiere un entramado institucional que actúe como facilitador, generador de inteligencia comercial, coordinador de actores y promotor de estándares de calidad. En este punto, la articulación entre agencias nacionales, gobiernos provinciales, cámaras empresarias y universidades aparece como una condición indispensable para transformar oportunidades en procesos sostenidos de internacionalización.

La investigación también evidencia que la sustentabilidad de una estrategia exportadora no puede medirse únicamente en función del presente. Es necesario proyectar escenarios de evolución, identificar riesgos estructurales y construir capacidades que trasciendan a los gobiernos de turno. La estabilidad de indicadores como la complementariedad o la intensidad comercial muestra que existen condiciones de base para avanzar en esa dirección, pero también pone en evidencia la necesidad de políticas activas que mantengan actualizados los marcos normativos, los sistemas logísticos y los mecanismos de promoción.

Asimismo, el estudio confirma que no hay contradicción entre escala y calidad. Sectores de volumen relativamente bajo pueden ser estratégicos si reúnen ciertas condiciones: baja elasticidad de la demanda, capacidades locales instaladas, posibilidad de diferenciación y alineamiento con tendencias globales (como sostenibilidad, trazabilidad, innovación o salud). En este sentido, priorizar sectores “menores” no implica resignar impacto, sino enfocar los esfuerzos donde los márgenes de éxito son más altos⁽¹⁶⁾.

El vínculo con Uruguay debe ser comprendido como parte de una estrategia regional más amplia. El MERCOSUR, con sus limitaciones y potencialidades, continúa ofreciendo herramientas institucionales, preferencias arancelarias y marcos normativos comunes que deben ser aprovechados. El desafío, entonces, es transitar de una lógica de oportunidad pasiva a una lógica de construcción estratégica, donde cada sector priorizado se inscriba en una narrativa mayor de inserción inteligente, responsable y sostenible en los mercados

internacionales.

La articulación entre evidencia empírica, capacidades institucionales y estrategias empresariales que se identificó en el caso argentino-uruguayo puede ofrecer un modelo replicable para el fortalecimiento de la inserción internacional de Argentina en otros mercados regionales. Esta potencialidad metodológica y operativa debe ser considerada a la hora de diseñar políticas de internacionalización con alcance territorial y sectorial más amplio.

El camino hacia una inserción internacional sostenible no depende solo de los datos, sino de la capacidad de convertir esa información en decisiones estratégicas, colaborativas y con sentido territorial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Softrade. Plataforma de inteligencia comercial y análisis de datos de comercio exterior [Internet]. Softrade; 2025 [citado 2025 Jul 15]. Disponible en: <https://softrade.info/inicio>
2. Ricardo D. On the Principles of Political Economy and Taxation. London: John Murray; 1817.
3. Heckscher EF, Ohlin B. Interregional and International Trade. Cambridge: Harvard University Press; 1933.
4. Krugman P. Increasing returns, monopolistic competition, and international trade. J Int Econ. 1979;9(4):469-479.
5. Hirschman AO. The paternity of an index. Am Econ Rev. 1964;54(5):761-762.
6. Grubel HG, Lloyd PJ. Intra-Industry Trade: The Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products. New York: Wiley; 1975.
7. Laursen K. Revealed comparative advantage and the alternatives as measures of international specialization. DRUID Working Paper No. 98-30. Danish Research Unit for Industrial Dynamics; 1998.
8. Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) [Internet]. Argentina: INDEC; c2024 [citado 2025 Jun 16]. Disponible en: <https://www.indec.gob.ar>
9. Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca (MGAP) [Internet]. Uruguay: Gobierno del Uruguay; c2024 [citado 2025 Jul 15]. Disponible en: <https://www.gub.uy/ministerio-ganaderia-agricultura-pesca>
10. Krugman, P. Geography and Trade. MIT Press, Cambridge, MA. 1991.
11. Hausmann R, Hwang J, Rodrik D. What you export matters. J Econ Growth. 2007;12(1):1-25.
12. Reardon T, Timmer CP, Barrett CB, Berdegue J. The rise of supermarkets in Africa, Asia, and Latin America. Am J Agric Econ. 2003;85(5):1140-1146.
13. CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe). Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe, 2024: Reconfiguración del comercio mundial y opciones para la recuperación regional. Santiago: Naciones Unidas; 2024 [publicado 27 feb 2025] [citado 2025 Jul 15]. Disponible en: <https://www.cepal.org/es/tipo-de-publicacion/perspectivas-comercio-internacional-america-latina-caribe>.
14. Blyde JS, Volpe Martincus C, Molina D. Fábricas sincronizadas: América Latina y el Caribe en la era de las Cadenas Globales de Valor. Washington D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo; oct 2014 [citado 2025 Jul 15]. Disponible en: <https://publications.iadb.org/es/fabricas-sincronizadas-america-latina-y-el-caribe-en-la-era-de-las-cadenas-globales-de-valor>.
15. Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA) [Internet]. Argentina: Ministerio de Economía; c2024 [citado 2025 Jul 15]. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/senasa>
16. OECD (2021). Sustainability Impact Assessments of Free Trade Agreements: A Critical Review. OECD Trade Policy Paper, n.º 255, noviembre 2021 [citado 2025 Jul 15]. Disponible en: OECD Publishing https://www.oecd.org/en/publications/sustainability-impact-assessments-of-free-trade-agreements_65b1a07e-en.html.

FINANCIACIÓN

Los autores no recibieron financiación para el desarrollo de la presente investigación.

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Conceptualización: Darío Candellero, José Poncio.

Curación de datos: José Poncio.

Análisis formal: Darío Candellero, José Poncio.

Investigación: Darío Candellero, José Poncio.

Metodología: Darío Candellero.

Administración del proyecto: Darío Candellero.

Recursos: Darío Candellero, José Poncio.

Software: Darío Candellero, José Poncio.

Supervisión: Darío Candellero, José Poncio.

Validación: Darío Candellero, José Poncio.

Visualización: Darío Candellero, José Poncio.

Redacción - borrador original: Darío Candellero, José Poncio.

Redacción - revisión y edición: Darío Candellero, José Poncio.