

Tecnólogo en Administración y Contabilidad

*“Competitividad y entorno
empresarial”*

PYMES



Definición operacional de PYMES

- Se utilizan variables simples y que presentan mayor facilidad en cuanto a obtención de información.
- En particular en el MERCOSUR y en nuestro país se manejan los siguientes indicadores:
 - ⊗ Personal empleado
 - ⊗ Ventas anuales
 - ⊗ Activos totales

Criterio de Clasificación de Empresas en el Uruguay

(según lo establecido en el Decreto N° 504/07 del 20 de diciembre del 2007)

Tipo de Empresa	Personal Empleado (*)	Ventas Anuales excluido el IVA no deben superar el equivalente a:
Micro Empresa	1 a 4 personas	2.000.000 de UI
Pequeña Empresa	5 a 19 personas	10.000.000 de UI
Mediana Empresa	20 a 99 personas	75.000.000 de UI

Valor UI: 5,6018

Microempresas en Uruguay

Se entiende como personal ocupado a estos efectos, tanto a aquellas personas empleadas en la empresa como a sus titulares y/o a los socios por los cuales se realicen efectivos aportes al Banco de Previsión Social.

Se entiende como facturación anual las ventas netas excluido el impuesto al valor agregado, luego de devoluciones y/o bonificaciones.

CRITERIO DE CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS EN EL MERCOSUR

(de acuerdo a resolución N° 59/98, aprobada por el G.M.C. en diciembre de 1998)

SECTOR INDUSTRIA

Tipo de Empresa	Personal Empleado	Ventas Netas Anuales hasta
Micro	1 a 20 personas	U\$D 400.000
Pequeña	21 a 100 personas	U\$D 3.500.000
Mediana	101 a 300 personas	U\$D 10.000.000

PYMES en Uruguay

En base a esta categorización. el Sector PYME, representa el **99%** de las unidades económicas productivas del sector privado del Uruguay.

(ver Observatorio MIEM)

Microempresas

- **Definición de Microemprendimiento:**

Movimiento de constitución y mantenimiento de empresas de pequeña y muy pequeña dimensión que se dediquen a un trabajo artesanal, profesional, industrial o comercial.

Una característica de la actividad emprendedora es que se pone en marcha, bien en forma individual o asociativa, pero con una dimensión modesta, utilizando el capital acumulado por el ahorro personal o familiar.

Microempresas en Uruguay

- Información del INE para empresas formales.
- Microempresas:
 - 82.694 microempresas,
 - 80% del número de empresas
 - 23,5% de la PEA
- Pequeñas empresas:
 - 17% de las empresas
 - 25.8% de la PEA
- 40% en comercio y reparaciones, principalmente comercio al por menor.
- La información de informales no es buena pero existen estimaciones de 70.000 por parte de ANMYPE y DINAPYME.

DEFINICIÓN DE ARTESANÍA DE UNESCO

Las artesanías se definen como productos hechos totalmente a mano o con la ayuda de instrumentos. Pueden emplearse instrumentos mecánicos siempre que la contribución manual directa del artesano sea el componente de mayor importancia en el producto terminado. Las artesanías se hacen con materias primas y pueden producirse en cantidades limitadas. Estos productos pueden ser utilitarios, estéticos, artísticos, creativos, de índole cultural, decorativos, funcionales, tradicionales, simbólicos por razones religiosas y sociales y significativos.

(Adaptado de la definición de productos artesanales contenida en el Simposio Internacional sobre “Artesanías y el mercado Internacional: Comercio y Codificación de Aduana” UNESCO/CCI, Manila, Filipinas, Octubre de 1997).

PYMES: Diferentes tipos de problemas:

- Tecnológico para competir con sus productos y posicionarse adecuadamente en el mercado.
- De **comercialización** ya que la gran mayoría de los titulares de estas empresas carecen de conocimientos en la materia y no cuentan ni con la información necesaria, ni con los fondos suficientes para contratar los servicios profesionales especializados.
- Otro problema es la **gestión**, que condiciona el accionar de los titulares en la toma de decisiones que no siempre resulta oportuna y adecuada.
- Quizás una de las mayores dificultades que enfrenta este segmento económico es la del **financiamiento**.

PRINCIPALES PROBLEMAS DE LAS MIPYMES

- ESCASA INFORMACIÓN EMPRESARIAL
- DIFICULTAD DE ACCESO AL FINANCIAMIENTO
- BAJO NIVEL DE CUALIFICACIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN LA PRODUCCIÓN
- BAJO NIVEL DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL Y TECNOLÓGICA
- BAJO NIVEL DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA
- ESCASA CALIDAD Y DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO
- DIFICULTADES EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO Y ESCASA TRADICIÓN EXPORTADORA
- BAJO NIVEL DE ASOCIACIONISMO Y COOPERACIÓN EMPRESARIAL
- INFORMALIDAD
- REDUCIDA SENSIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL
- ESCASA PERCEPCIÓN DE LA IMPORTANCIA DE LA COMPETITIVIDAD TERRITORIAL.

Las microempresas bajo enfoque de Desarrollo Local

- El enfoque de desarrollo local requiere de una orientación que se centre en la importancia de la producción local a través de la generación de empresas flexibles.
- En el entorno actual resultan ineludibles los proyectos de desarrollo que fomenten el pequeño emprendimiento, basados en la participación socioeconómica de todos los agentes implicados. El movimiento de las microempresas supone la forma embrionaria de organización que responde al enfoque de desarrollo local en las ciudades.

Las microempresas bajo enfoque de Desarrollo Local

- Las redes de pequeñas empresas son el instrumento de la adaptación local de los cambios globales.
- Los gobiernos locales no tienen necesidad de protagonizar los procesos, alcanza con generar condiciones para la articulación.
- Las economías de escala son sustituidas por economías de red para la adaptación tecnológica.

Servicios de Desarrollo Empresarial



- INFORMACIÓN EMPRESARIAL
- CAPACITACIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL Y TECNOLÓGICA
- CAPACITACIÓN DE RECURSOS HUMANOS
- CAPACITACIÓN EN CONSULTORÍA DE EMPRESAS
- APOYO A LA INNOVACIÓN PRODUCTIVA
- COMERCIALIZACIÓN Y FOMENTO DE LA EXPORTACIÓN
- COOPERACIÓN EMPRESARIAL Y CREACIÓN DE EMPRESAS
- ASESORAMIENTO FINANCIERO.

La dotación territorial de una oferta apropiada de servicios de desarrollo empresarial constituye una infraestructura intangible fundamental en la sociedad del conocimiento.

CAPACITACIÓN DE RECURSOS HUMANOS



- Hay que formar recursos humanos para atender a:
 - las necesidades del sistema productivo local;
 - los problemas de la sociedad local;
 - las necesidades de la descentralización y reforma de la gestión pública, con nuevas funciones dirigidas a la promoción económica y empleo a nivel local y regional.
- Igualmente, hay que formar agentes de desarrollo económico local y agentes para el empleo.
- En todo este proceso de capacitación hay que incluir a responsables gubernamentales, empresarios, entidades empresariales y sindicales, y conjunto de organizaciones de la sociedad civil.

APOYO A LA INNOVACIÓN PRODUCTIVA

- Asesoría y realización de diagnósticos especializados sobre innovaciones de producto y procesos productivos.
- Información de materiales, insumos, tecnologías.
- Diseño de producto.
- Imagen de marca.
- Certificación, normalización y control de calidad.
- Envase y embalaje.
- Análisis de impactos ambientales.
- Seguridad industrial.



COOPERACIÓN EMPRESARIAL Y CREACIÓN DE EMPRESAS



- Fomentar la cooperación entre empresas y promover las redes entre empresas y entidades oferentes de servicios de desarrollo empresarial.
- Promover el asociativismo empresarial.
- Alentar alianzas estratégicas empresariales y Bolsas de Subcontratación de empresas.
- Creación de “viveros” de empresas para facilitar la creación de nuevas empresas.

COMERCIALIZACIÓN Y FOMENTO DE LA EXPORTACIÓN



- **FACILITAR LA INFORMACIÓN DE MERCADOS:**
 - DE INSUMOS (ABASTECIMIENTOS).
 - DE DESTINO DE PRODUCTOS.
- **FACILITAR EL ACCESO A LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y MERCADOS EXTERNOS.**
- **CAPACITACIÓN EN COMERCIO EXTERIOR.**
- **ORGANIZACIÓN DE FERIAS Y MISIONES COMERCIALES.**

ASESORAMIENTO FINANCIERO



- ASESORAR A LAS MICROEMPRESAS Y PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN EL ACCESO AL CRÉDITO.
- ASESORAR SOBRE LOS DIFERENTES PRODUCTOS FINANCIEROS EXISTENTES.
- ASESORAR SOBRE PROYECTOS DE INVERSIÓN CONCRETOS Y ESTUDIOS DE MERCADO Y VIABILIDAD DE LAS MICROEMPRESAS Y PYMES.
- FOMENTAR LA CREACIÓN DE SOCIEDADES DE AVAL Y DE GARANTIA RECÍPROCA, ASÍ COMO SOCIEDADES DE CAPITAL RIESGO.

La creación de Instituciones o Agencias de Desarrollo Territorial



- Las Agencias de Desarrollo Regional son órganos encargados de facilitar el acceso a los SDE.
- Para ello, hay que realizar las oportunas dotaciones financieras público-privadas para el funcionamiento de los equipos técnicos y profesionales que gestionan estas infraestructuras.

- Las Agencias de Desarrollo Regional no pretenden suplantar las iniciativas de empresas de consultoría existentes en el territorio;
- Su función es INTERMEDIAR entre la demanda y oferta de SDE, haciendo posible una adecuada orientación de estos servicios por las necesidades de la demanda del tejido local de empresas.

EXIGENCIAS DE LA DESCENTRALIZACIÓN: FORTALECIMIENTO DE GOBIERNOS LOCALES Y COORDINACIÓN INSTITUCIONAL

- HAY QUE IMPULSAR POLÍTICAS DE:
 - FORTALECIMIENTO DE LAS ADMINISTRACIONES LOCALES;
 - FOMENTO DEL ASOCIACIONISMO, TANTO A NIVEL EMPRESARIAL COMO ENTRE MUNICIPIOS (MANCOMUNIDADES).
- Y COORDINAR EFICAZMENTE LAS ACTUACIONES DE LOS DIFERENTES ORGANISMOS DE:
 - Fomento e Innovación productiva,
 - Desarrollo Empresarial,
 - Capacitación de Recursos Humanos,
 - Servicios para el Empleo.
- AVANZANDO EN LA DESCENTRALIZACIÓN Y ADECUACIÓN TERRITORIAL DE LOS MISMOS.



Experiencias de Desarrollo Económico Local para PYMES

- **Factores críticos de éxito en las experiencias de DEL:**
 - Cooperación entre instituciones.
 - Mejor identificación de proyectos y prioridades.
 - Capacidad para captar recursos de programas nacionales.
 - Papel de las grandes empresas y sindicatos.
 - Capacitación de los involucrados.

Juan Luis Llorens, Francisco Alburquerque y Jaime Castillo (2002),
Estudio de casos de desarrollo económico local en América Latina.

Enseñanzas de las experiencias exitosas

- Necesidad de definir la vocación económica del territorio.
- Importancia de los programas de capacitación de la población laboral.
- La necesidad de desarrollar el capital social para la cooperación entre los diferentes actores locales y la sustentabilidad del proceso de desarrollo local.
- El gran valor del liderazgo para movilizar los recursos de la zona.
- La necesidad de promover oferta de servicios productivos.
- La utilidad de ejecutar un servicio de marketing de la región.
- La mayor utilidad que se le da a los programas nacionales de asistencia técnica, capacitación, apoyo a empresas, financiamiento, etc, si los agentes locales se convierten en vehículos para acceder a ellos.

Juan Luis Llorens, Francisco Albuquerque y Jaime Castillo (2002), Estudio de casos de desarrollo económico local en América Latina.

Informe de resultados y propuestas para mejorar el entorno en el que operan las **MIPyMES**, elaborado a partir de un proceso participativo del sector privado



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea



Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay



Eurocámara
Uruguay

Marzo 2021 a Octubre 2022

Tiene como objetivo presentar una serie de barreras, desafíos, oportunidades y recomendaciones asociadas al desarrollo de las MIPyMES uruguayas en el marco de un proceso participativo realizado con actores referentes del sector privado.

Dichas propuestas surgen a partir de una sistematización de temas planteados en una encuesta realizada a empresarios de todo el país, complementado con un análisis elaborado a partir del intercambio con las empresas y organizaciones a través de entrevistas y mesas de diálogo

¿Qué edad tiene la persona propietaria de la mayoría accionaria de la empresa?

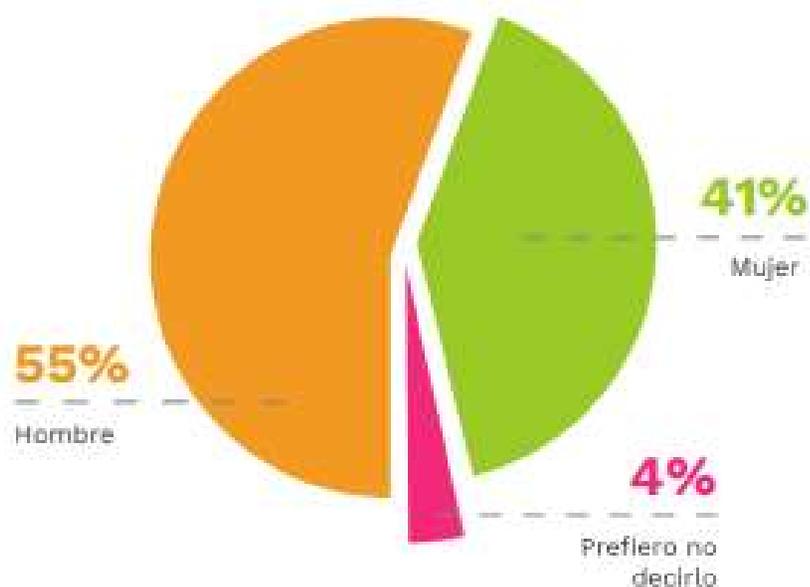


¿De qué orden fueron sus ventas totales sin IVA en U\$S en el último año?

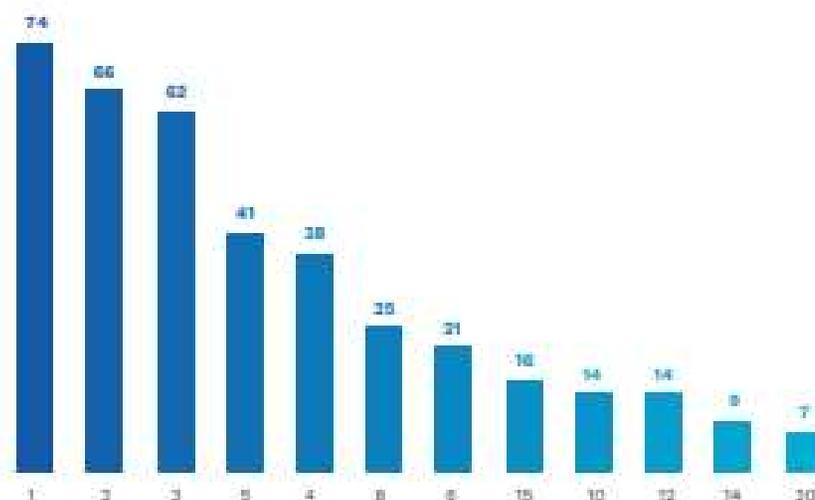


A comienzos de 2021 la Cámara de Comercios y Servicios desarrolló una encuesta para medir el entorno competitivo de las MIPyMES en Uruguay. El relevamiento fue completado por una muestra de 511 empresas.

Género con el que se identifica la persona propietaria de la empresa.



¿Cuántas personas trabajan en la empresa?



La mayor proporción de las empresas facturan menos de U\$S 218.000 anuales, pero también hay una proporción interesante de No sabe/No contesta, señalando la existencia del nivel de reserva sobre este tipo de información.

¿Cuáles cree que son las principales barreras para el desarrollo de su empresa?

	Acceso al Financiamiento	Entorno Operativo	Infraestructura	Innovación y Tecnología	Servicios de Desarrollo empresarial
Acceso al Financiamiento	186	35	60	52	63
Entorno Operativo	34	122	31	31	34
Infraestructura	60	31	136	50	49
Innovación y Tecnología	52	31	50	131	57
Servicios de Desarrollo empresarial	63	34	49	57	148

Al ser consultados sobre cuáles son los obstáculos o barreras para el desarrollo de su empresa, los empresarios identifican como el factor más importante el Acceso al Financiamiento, seguido por los Servicios de Desarrollo empresarial y luego la Infraestructura.

Incluso combinando factores, las barreras identificadas refieren a una combinación de Acceso al Financiamiento y alguno de los dos factores que lo siguen en importancia.

Se abordan 4 ejes temáticos:

Eje	Tema	Pregunta
Financiamiento		Tienen instrumentos financieros adecuados: cuentas bancarias, tarjetas, post, líneas de crédito, etc.
	Acceso	¿Existen problemas para acceder a un crédito? Por garantías, por nivel de ventas, porque el crédito no es para lo que se precisa (corto plazo o capital de trabajo en lugar de inversión)
		¿Los créditos son adecuados? ¿Plazo, tasa, velocidad de aprobación?
	Mercado de capitales	¿Financiarse con ventas de acciones es una posibilidad? ¿Sería fácil encontrar un socio accionista?

Recursos Humanos	Conflictos	¿Hay personas con la calificación necesaria en el mercado?
	Capacitación	¿Los niveles de conflicto son un problema para su empresa?
Comercialización	Digitalización	¿Cuenta con herramientas necesarias para la comercialización de los productos? ¿Tienen herramientas digitales, redes sociales, etc.?
	Mercado	¿El tamaño del mercado local es una restricción para el crecimiento?
	Exportación	¿Exportar es una opción? ¿Lo encuentran fácil de realizar?

Financiamiento:

Durante las entrevistas se abordó el tema financiamiento para identificar las barreras, oportunidades, y necesidades para acceder al financiamiento, el cual fue identificado en la encuesta como la mayor limitante para el crecimiento.

La encuesta aborda el tema del financiamiento en 4 preguntas, que se resumen en los siguientes cuadros y gráficos.

¿Obtuvo algún crédito ya sea de instituciones bancarias, financieras de microcrédito o crédito para MIPyMES en los últimos tres años?

NO

298

SI

213

Endeudamientos varios

36

Activo Fijo

58

Compra de materia prima

18

En su opinión, ¿cuáles cree que son los problemas para obtener préstamos de instituciones financieras?

	Los requisitos de garantía	Las tasas de interés	El monto del préstamo aprobado	El plazo del préstamo	Requisito de garantías personales
Es un problema grave	263	256	194	127	265
Es un problema leve	146	167	189	203	138
No es un problema	64	52	84	141	67
No sé	38	36	44	40	41
Total	511	511	511	511	511

La cultura del financiamiento

Uno de los principales aspectos recogidos en las entrevistas, es que en términos generales, el empresario uruguayo no es propenso a la búsqueda de financiamiento.

- En general los jóvenes son más propensos a la búsqueda de financiamiento, ya sea a través de una sociedad o un crédito.
- Se entiende como fundamental la capacitación a nivel gerencial, pero también se reconoce la falta de formación en los profesionales que asesoran a las empresas.
- Se entiende como fundamental la capacitación a nivel gerencial, pero también se reconoce la falta de formación en los profesionales que asesoran a las empresas.

La cultura del financiamiento

- Los nuevos emprendimientos tienen muchas dificultades para acceder a préstamos. Esto tiene como posible efecto el surgimiento de ofertas informales con modalidades de recuperación que distan de mucho de lo legal.
- Por otro lado, en los lugares donde la oferta es suficiente, surge la preocupación de que a la hora de acceder a financiamiento por parte de las instituciones formales, se entiende que una de las principales barreras es la burocracia de los Bancos. Trámites largos y con poco sentido de la realidad hacen que sea muy desmotivante el proceso.
- Uno de los aspectos que surge de las entrevistas, son los requisitos de tres balances positivos. Muy pocas PyMES pueden cumplir este requisito después de haber atravesado los años de pandemia. También para las ofertas de microfinanzas las barreras son difíciles de sortear en esta época.
- De las entrevistas surge que la garantía SIGA fue muy favorable y tuvo un impacto positivo.

La encuesta permitió tener una dimensión del grado de baja internacionalización como estrategia de comercialización de las PyMES.

¿Dónde vende sus productos/servicios actualmente?

	En mi departamento/ localidad	En más de un departamento del país	En todo el país	Internacionalmente en el Mercosur	En Europa	Total
En mi departamento/ localidad	216	58	18	6	2	300
En más de un departamento del país		95	11	5	2	113
En todo el país			61	14	4	79
Internacionalmente en el Mercosur				4		4
En Europa					5	5

“El problema es que los servicios son caros en el interior, y por eso vender es más difícil. Y poca gente quiere pagar el costo de desarrollo de proveedores. Hay que invertir con mentalidad local a mediano plazo. Hay un costo de aprendizaje que nadie quiere pagar”

Otra barrera es poder contar con recursos humanos con experiencia en la digitalización.

Se ha intentado el tema de la digitalización, pero tiene costos fijos muy altos. Las PyMES medianas vencen el paradigma y salvan estos problemas, contratan técnicos, controlan stocks y hacen los desarrollos necesarios.

El problema son las chicas.

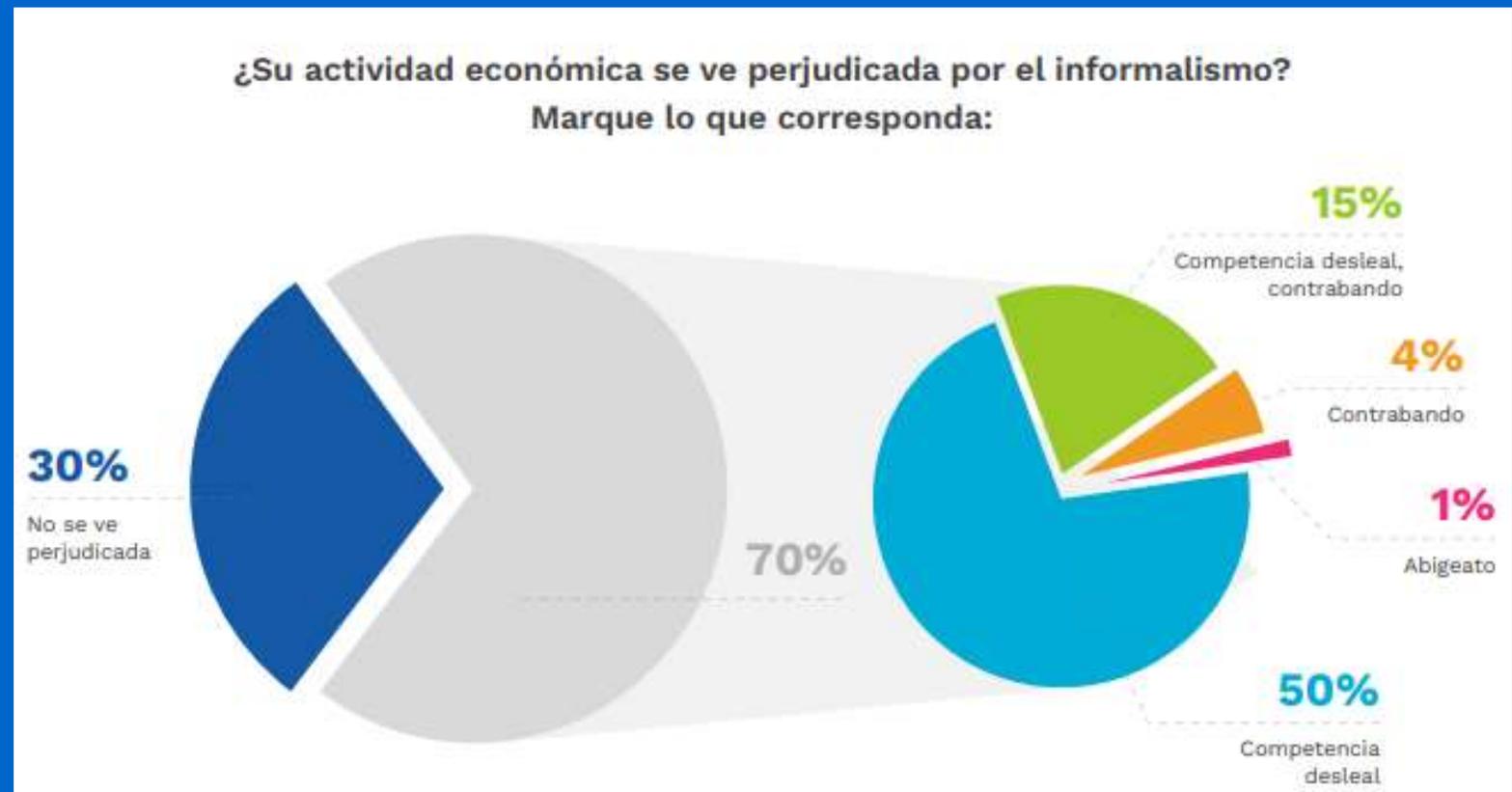
(Redes Sociales, vender detrás de una computadora, factura electrónica, datos estadísticos, pensar estratégicamente)

Grandes superficies Vs comercios locales

Uno de los principales aspectos que surgieron en las entrevistas es el desafío de encontrar un equilibrio para una convivencia entre las grandes superficies y los comercios locales.

Se plantea que las grandes empresas tienen más capacidad para usar las herramientas de descuentos de impuestos que las empresas chicas y eso genera aún más impacto a la hora de competir.

Informalidad



“Artigas pierde U\$S 7.000.000 por mes con las compras en la frontera”



Gestión

La buena gestión tiene un rol fundamental a la hora del desarrollo de las MIPyMES.

En la encuesta planteada a las empresas se evidencia que más del 50% no ha recibido asesoramiento en gestión y un 75 % utiliza herramientas digitales.

¿Su empresa ha recibido asesoramiento o apoyo de programas en el último año?

No

275

Sí

236

¿Utiliza alguna herramienta digital para realizar tareas de venta, administración, contabilidad, y/o manejo de stock?

Sí

395

No

116

Gestión

- La gestión y el Estado
- Asociativismo
- Apertura de un negocio
- RRHH



Resumen de Resultados

Dimensión	Barrera	Efecto	Propuesta
Financiamiento	La cultura del financiamiento	Crédito como forma de financiar un problema no esperado en la empresa.	Capacitación y acompañamiento en temas digitales, financieros y estratégicos al empresario y a los profesionales en todo el territorio. Planes de mentoría y apoyo de largo plazo (año y medio).
		No se concibe al crédito en el marco de una planificación estratégica y financiera de crecimiento.	
	Acceso	Requisitos de bancos y microcréditos no se ajustan al tipo de información y situación financiera de las MIPYMES.	Ofrecer e implementar líneas especiales al estilo de las ofrecidas durante la pandemia.
		Las empresarias tienen mayores dificultades por falta de titularidad de colaterales.	El SIGA como sistema público de garantías resulta ser una excelente solución, aunque debería extenderse el número de instituciones que lo puedan ofrecer.
		Faltan opciones de garantías sobre facturas o cesiones de cobros eficientes en costos.	Reforma de las leyes de sociedades comerciales y de mercados de valores según lo recomendado por el DB.

	Oferta	Los créditos bancarios baratos tienen altos requisitos, las alternativas son mucho más caras.	Es necesario contar con nuevas instituciones o facilidades como las plataformas de créditos o de inversiones colectivas con especialidad en el financiamiento de MIPyMES, de bajo monto y a costo bajo. También alternativas en mercados de capitales como los crowdfunding que conecten proyectos con propósitos como el caso Mujeres Inversoras.
		El crédito es mayoritariamente de proveedores.	
		El financiamiento informal o de consumo es de tasas muy elevadas y no se recomiendan para empresas, aunque muchas veces es la única opción disponible.	

Dimensión	Barrera	Efecto	Propuesta
Comercialización	Era digital	Desconocimiento de la gestión de los canales digitales.	Formación, programa de mentores digitales.
		Importantes problemas de escala para viabilizar centros logísticos en el interior.	Fortalecer la cadena de comercialización digital en el interior.
	Informalidad	Como forma de estrategia de supervivencia.	
		En forma de contrabando en las localidades de frontera.	Análisis de productos clave que determinan la mayor parte de las compras de frontera (nafta).
		La formalización es un problema más que una solución.	Estrategia de formalización progresiva.

	Local Vs Global	Productos de frontera de economías grandes.	Desarrollar cadenas de valor asociadas a proveedores locales, empresas nacionales, de propiedad de mujeres, de impacto social y ambiental materializados en Sellos.
		Grandes superficies que ofrecen productos importados.	
Gestión	Profesionalismo	Hay un claro déficit en las capacidades de gestión empresarial y dificultades en innovación.	Vínculo entre UTEC, UDELAR y UTU con las empresas en modalidades de pasantías o formación dual.
	Aplicación de conocimientos en gestión profesional	No se están pudiendo cerrar las brechas entre la disponibilidad de cursos y su aplicación a la empresa.	Mentorías y apoyos de duración larga 1 año y medio.
	Asociativismo	Es una necesidad urgente y de una enorme dificultad.	Explorar nuevas formas de agremiación como forma de defensa de competencia en vínculos prácticos para acciones más que creación de institucionalidades.

	Estado	Los trámites digitales son aun complejos y complejizan el pago de impuestos.	Realizar una evaluación desde el lente del usuario para identificar las etapas críticas.
Recursos Humanos	Necesidad de calificación	Enfrenta la doble dificultad. El empresario no comprende que es necesario calificar a sus empleados y los jóvenes no se quieren calificar.	Explorar las posibilidades que ofrecen las TICs como formas de capacitación y vector de transformación de las empresas.
	Trabajo a distancia	Posibilidad de ofrecer combinar trabajos a distancia con locales como forma de retener jóvenes calificados.	
	UTEC como desafío/ oportunidad	Las localidades con acceso a UTEC se enfrentan a enormes posibilidades de desarrollo, pero a su vez compiten por retener a sus jóvenes que enfrentan nuevas posibilidades en mercados de trabajo remoto.	Fomentar complementariedad entre universidad y empresas, a través de pasantías prácticas que se inserten en la currícula, compartiendo conocimientos con práctica laboral.