



Supervivencia exportadora de las Pymes uruguayas

Noviembre de 2017
Federico Cabrera
Jorge Musso
Vicente Pereira
Lucas Rodríguez

Índice de lo que vamos a analizar

- ▶ ¿Qué son MiPymes?
- ▶ Marco teórico
- ▶ Características de las Pymes uruguayas Exportadoras
- ▶ Dificultades de internacionalización de las Pymes
- ▶ Supervivencias de la Pymes
- ▶ Líneas sugeridas de acción
- ▶ Conclusiones

¿Qué son MiPymes?

- ▶ El término MiPyME o Micro, Pequeña y Mediana Empresa varía según el país, o bloque comercial.
- ▶ Esto se debe a los parámetros usados para tal clasificación, dentro de los cuales destacan la cantidad de personal empleado y el volumen de ventas netas anuales.
- ▶ La definición formal de MiPyME en nuestro país fue establecida en los Decretos N° 54/92 del 7 de febrero de 1992 y N° 266/95 del 19 de julio de 1995.

¿Qué son MiPymes?

Criterios de Clasificación para Uruguay

Tipo de Empresa	Personal Empleado	Ventas Netas Anuales hasta	Activos Máximos hasta
Micro	1 a 4 personas	U\$S 60.000	U\$S 20.000
Pequeña	5 a 19 personas	U\$S 180.000	U\$S 50.000
Mediana	20 a 99 personas	U\$S 5.000.000	U\$S 350.000

Fuente: Dec. N° 54/92 y Dec. N° 266/95

Importancia de la MiPymes

Las Pymes en los países de la Unión Europea y de América Latina y el Caribe representan:

- Aproximadamente el (99%) del total de empresas
- Generan gran parte del empleo (67%)
- Actúan en una amplia variedad de ámbitos de la producción y de los servicios.

Fuente: Cepal y Eurochambres (2013)

Importancia de la MiPymes

Esfuerzos conjuntos

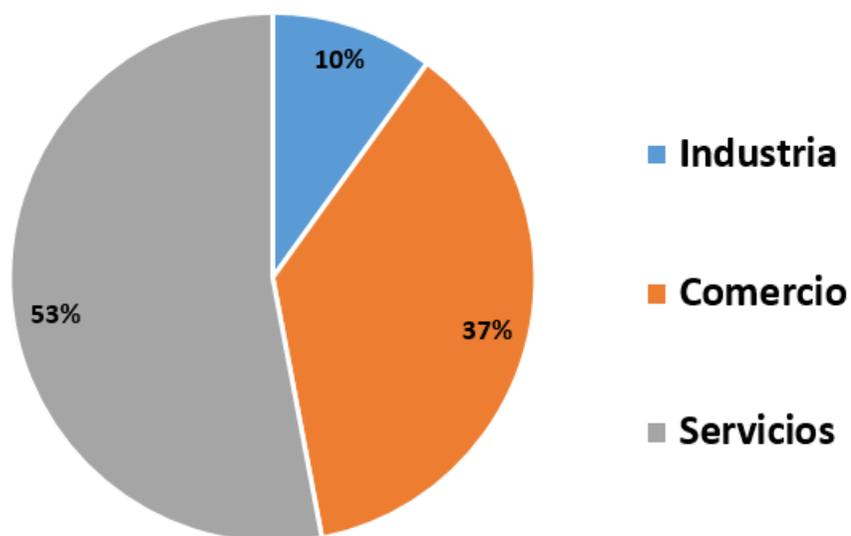
Dado que nuestro país se encuentra también inserto en esta realidad, debemos realizar esfuerzos conjuntos entre la Academia, el sector Público y el Privado.

Cultura emprendedora

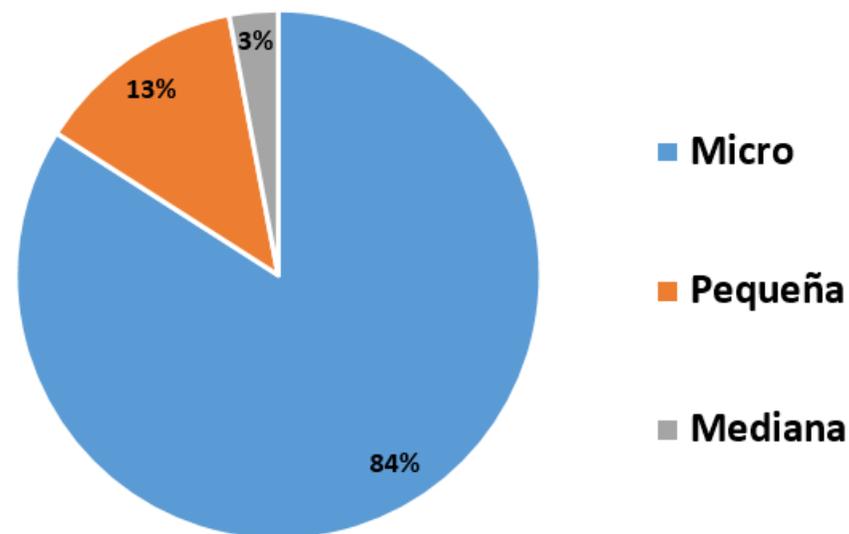
Es por eso que se debe favorecer una cultura más emprendedora y mejorar la competitividad de nuestras Pymes que quieran asumir el desafío de la internacionalización.

Caracterización de MiPymes en Uruguay

Sector de actividad



Tipo de empresa



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Dinapyme

Caracterización de MiPymes en Uruguay

- 53% MiPymes están radicadas en Montevideo
- 47% en el Interior del país
- Servicios representan el 53% a nivel nacional
- Comercio 37%
- Hasta 4 empleados representan el 84% de la MiPymes
- Entre 5 y 19 empleados son el 13%
- Interior, comercio y servicios , casi mismo peso 19% de acuerdo al personal ocupado
- Forma jurídica: Unipersonal 70%, SRL 12%

Marco teórico

El marco teórico del presente estudio constará del análisis de las siguientes líneas:

- Las redes de cooperación interempresarial
- La competitividad de las firmas
- Cómo lograr la supervivencia a largo plazo de las Pymes

Marco teórico

Las Pymes tienen escaso aprendizaje en cuanto a la formación de redes de cooperación con otras empresas hecho que les permitiría con mayor éxito:

- Elevar la competitividad y la rentabilidad de las empresas de la red al reducir sus costos
- Inducir la especialización de las empresas en algunas de las diferentes etapas del proceso productivo
- Consolidar la presencia en el mercado de las empresas que integran la red
- Facilitar el acceso de las empresas a servicios que les resultan inaccesibles de manera individual

Marco teórico

Redes Horizontales: Economías de escala

PNUD define una *red horizontal* cuando se dan algunas de las siguientes situaciones:

Empresas independientes, de tamaño comparable, que producen un mismo tipo de bien cooperan para:

- Comercializar dicho bien
- Adquirir insumos en conjunto,
- Coinvertir o dotarse de servicios comunes

O bien cooperan para:

- Producir en conjunto un único producto, especializándose cada una de ellas en las distintas partes y componentes del mismo.

En general estas redes están orientadas principalmente a la búsqueda de economías de escala y de mayor poder de negociación y suelen estar compuestas por grupos de micro, pequeñas y medianas empresas.

United Nations Development Program, Introducción a la Integración Productiva, (1999)

Marco teórico

Redes Verticales: Crecimiento a largo plazo

PNUD define como una *red vertical* cuando:

- Empresas que se sitúan en posiciones distintas y consecutivas en la cadena productiva y se asocian para alcanzar ventajas competitivas que no podrían obtener de forma individual.
- Alianza entre grandes y pequeñas empresas para desarrollar mejores mecanismos de acceso a los proveedores.
- Las más pequeñas se aseguran un mercado que les permite sostenerse en el corto plazo y crecer en el largo plazo
- Mientras que las más grandes realizan las actividades que les resultan más rentables, disponiendo así de una mayor flexibilidad organizacional.

Marco teórico

Competitividad:

La competitividad se ha convertido en tema de suma importancia en materia empresarial.

Sin ella, debido de las exigencias del entorno económico global que las rodea, altamente complejo, las empresas no pueden asegurar su existencia, doméstica o internacional.

Por ello su supervivencia depende del manejo eficiente de los factores de producción.

Marco teórico

La competitividad de una empresa, en especial de una Pyme, depende de factores internos y externos:

- la productividad de los factores
- la capacitación de los recursos humanos
- las relaciones que se observan entre las empresas (pertenencia o no una red) en el sector donde ella actúa
- la infraestructura y condiciones económicas del país
- su nivel de acuerdos comerciales
- la participación en el mercado interno y externo.

Características de las Pymes uruguayas exportadoras de bienes

- Las Mipymes representan casi el 70% de las empresas exportadoras de 2015 pero su participación en el valor exportado es de solo 7%.
- Por su parte, las empresas grandes -que son el 22% de las exportadoras- explican el 93% del valor exportado en 2015.
- Riesgo: Exportaciones puntuales que no tienen continuidad.

Características de las Pymes uruguayas exportadoras de bienes

Tamaño	Facturación (Part. %)	Export./Facturación
Grande	89%	45%
Mediana	9,3%	28%
Pequeña	2,0%	18%
Micro	0,2%	22%
Total	100%	43%

La facturación total refiere a la suma de las ventas en el mercado interno y externo.

Fuente: Uruguay XXI en base a DGI, DNA e INE.

Si se considera el cociente exportaciones/facturación, se observan diferencias según categorías de empresas:

Según el cuadro anterior, el ratio se ubica en menos del 30% de la facturación de las Mipymes, mientras que para las grandes el mismo supera al 45%.

Esto da cuenta de que es relevante apuntar a herramientas para que las micro y pequeñas empresas en particular, ingresen y consoliden su participación en el exterior.

Características de las Pymes uruguayas exportadoras de bienes

Destinos de exportación: fuerte dependencia regional

- Las Mipymes tienen una mayor dependencia regional que las empresas más grandes.
- Brasil, Argentina, Paraguay, Venezuela, Chile, Colombia y Bolivia son los principales destinos para las exportaciones de las Mipymes.
- En particular, el 34% de las empresas tienen como principal mercado Argentina o Brasil.
- Esto evidencia la relevancia que tiene diseñar herramientas que apunten a que las Mipymes diversifiquen sus mercados de exportación
- Importa destacar que mientras que una Mipyme uruguaya exporta en promedio a tres destinos, las empresas grandes exportan en promedio a nueve mercados, según Uruguay XXI (2015).

Características de las Pymes uruguayas exportadoras de bienes en Uruguay

Principales obstáculos para exportar:

- Falta de información e inexistencia de una contraparte en el destino (34%) - **Capacitación**
- Dificultades burocráticas tales como trámites, permisos, notificaciones, certificaciones (23%) - **Facilidad para hacer negocios**
- Aranceles elevados y barreras no arancelarias (23%). - **Más acuerdos comerciales y mejor uso de los existentes (GATS, ALADI, etc)**

Características de las Pymes uruguayas exportadoras de bienes

Principales obstáculos para exportar en % (Respuesta múltiple)



Fuente: Uruguay XXI.

Supervivencia de las Pymes exportadoras

Joint Ventures

Las Joint Ventures son un acuerdo de cooperación para la realización de proyectos conjuntos, que permite la internacionalización de las firmas (Argente, 2012).

- ▶ Formación de nuevas sociedad.
- ▶ Han ocupado un papel muy importante en los últimos años en el contexto de los negocios internacionales como forma de expandir las actividades de las empresas.
- ▶ Este modo de asociación constituye una forma de crecimiento que permite asegurar la supervivencia o incrementar la competitividad de las empresas.

Supervivencia de las Pymes

Alianzas Interempresariales

Refiere a cómo dos empresas que compiten, también pueden llegar a tener interés en asociarse o colaborar entre sí para obtener un beneficio común en un mismo mercado, que de otra manera sería más difícil de conseguir si actúan por separado.

B. Nalebuff y A. Branderburger (1996) , definieron a este tipo de asociación como competición basado en estrategias de negocios y la teoría de los juegos entre las firmas.

En Uruguay, esta necesidad de colaboración es más intensa en la industria del software, donde las empresas trabajan en forma interrelacionada y especializada, con la necesidad de disponer de diversos aspectos para hacer funcionar sistemas complejos y brindar soluciones completas a la demanda.

Líneas de Acción Sugeridas

Inserción en las cadenas de valor globales

- Acelerar la participación y mejorar el perfil de la inserción de las Pymes en las cadenas de valor globales (CVG).
- Dada la presencia significativa de firmas multinacionales en la región, las Pymes tienen la oportunidad de convertirse en proveedoras de las CVG, uno de las primeras alternativas para empresas que buscan internacionalizarse.
- Las Pymes se pueden beneficiar de su asociación con compañías mundiales, dado que sus requisitos son bastante exigentes y además presionan a sus proveedores para que mejoren calidad, disminuyan costos, se especialicen, se adapten constantemente e innoven.

Líneas de Acción Sugeridas

Fomentar el acceso al crédito y la asociación empresarial

- ▶ Al momento de enfrentar el desafío de la internacionalización lograr un mejor acceso al crédito es un aspecto fundamental para mejorar la competitividad y la supervivencia exportadora de las Pymes.
- ▶ Desde las políticas públicas se deberían determinar acciones concretas para que se flexibilicen las condiciones de acceso y se otorguen tasas de interés y condiciones preferenciales a las empresas que necesitan contar con financiamiento para iniciar o continuar su acción exportadora.

Líneas de Acción Sugeridas

Aprovechar la diáspora

- La diáspora hispana es un nicho interesante para impulsar las exportaciones de las Pymes latinoamericanas.
- Ellas se encuentran excepcionalmente bien posicionadas para aumentar su volumen de negocios en uno de los mercados de más rápido crecimiento: el mercado hispano en Estados Unidos.
- Dado el auge de los segmentos de consumidores y de empresas, este mercado exhibe ventajas verdaderamente únicas para las exportaciones originadas en la región, no solo porque comparte el compromiso fundamental con el idioma sino también con la pertinencia cultural.
- Los patrones específicos de compra, tecnología y el e-commerce permiten realizar marketing específicamente dirigido a ese segmento. BID (2014)

Líneas de Acción Sugeridas

Comercio electrónico

- El comercio electrónico es una de las herramientas más poderosas para que las Pymes lleguen a los mercados mundiales.
- Las ventas en línea reducen las distancias físicas, de información y culturales que limitan el comercio transfronterizo.
- El lado de la oferta regional es prometedor: comparadas con las de otras regiones en desarrollo del mundo, nuestras Pymes se encuentran bastante bien conectadas a internet.
- En cuanto a la demanda, está creciendo justo en sus propios territorios: el mercado intrarregional en línea se está expandiendo aceleradamente. BID (2014)

Líneas de Acción Sugeridas

Poner el foco en las exportaciones de servicios

- Durante las últimas décadas las exportaciones de servicios han crecido más rápido que las exportaciones de bienes en el mundo.
- La mayoría de las Pymes exportadoras uruguayas están en el sector de los servicios
- Es por eso que fomentar las exportaciones de servicios es una de las principales líneas de acción para las Pymes del Uruguay.

Líneas de Acción Sugeridas

Sugerimos que los tres pilares básicos para mejorar la competitividad de las Pymes uruguayas exportadoras de servicios pasan por la:

- ▶ Capacidad de competir
- ▶ Capacidad de conectar
- ▶ Capacidad de cambiar

Y cada uno de estos pilares deben analizarse en tres niveles:

- ▶ Capacidades de la empresa
- ▶ Ambiente de negocios específico
- ▶ Clima de negocios del país

Resumen y Conclusiones

- La supervivencia exportadora de las Pymes es una cuestión compleja no solo para nuestro país, sino como hemos analizado, para toda la región.
- Diversos factores como el acceso al crédito, la formación de recursos humanos, la complejidad de los requisitos de acceso a los mercados externos, el bajo nivel de asociación en redes de las Pymes y algunos problemas de competitividad son frecuentemente difíciles de superar para el pequeño y mediano empresario.
- La generación de propuestas que tiendan a mitigar estas cuestiones y fortalezcan la competitividad exportadora debería estar en toda agenda de políticas públicas.

Resumen y conclusiones

En esta dirección, la CEPAL (2013) recomienda algunas medidas específicas, como las siguientes:

- Apoyar la elaboración de planes estratégicos sectoriales que sirvan como guía consensuada para la preparación de los planes de acción y de negocio empresariales.
- Seleccionar sectores, actores y agentes estratégicos para apoyar programas específicos (como empresas tractoras o anclas y encadenamientos productivos).
- Mejorar la competitividad y generar encadenamientos productivos con una incorporación creciente de valor agregado en origen”.

Resumen y conclusiones

- Establecer alianzas entre las empresas en el actual contexto económico cada vez más interdependiente, logrando que las mismas puedan insertarse en las cadenas de valor globales, permitirá que el acceso a los mercados se simplifique.
- Hemos analizado también el caso particular de las exportaciones de servicios, dado que hay varios factores que nos llevan a concluir que hay mayores posibilidades en este sector, usualmente poco explorado.
- Los problemas de las economías de escala no juegan un papel tan relevante cuando hablamos de exportaciones de servicios y nuestro entramado de Pymes coincidentemente está orientado también a este sector.

Resumen y conclusiones

- Aprovechar las experiencias de los casos exitosos para replicar y extraer las mejores prácticas debería ser otra cuestión importante de incorporar al análisis.
- En este sentido vemos que el acceso a un financiamiento más flexible y sencillo, debería ponerse como prioritario al trabajar con esta cuestión.
- Usualmente esta es una traba competitiva muy importante.

Resumen y conclusiones

- Finalmente debemos destacar que una estrategia más activa del país en la firma de acuerdos bilaterales y regionales coadyuvarían en mejorar las condiciones de competitividad y la tasa de supervivencia de las Pymes exportadoras.
- Si bien en la actualidad el nivel de aranceles a nivel mundial ha caído notoriamente, las barreras no arancelarias suponen aun un gran desafío para los exportadores uruguayos.
- Por otro lado, mejorar la capacitación de los recursos humanos respecto a las actuales plataformas multilaterales (OMC, GATT, GATS) debería también considerarse.
- Existen una serie de mecanismos y plataformas de fomento que muchas veces no utilizan simplemente por el desconocimiento natural de las Pymes.