



Informe de avance Relevamiento de empresas vinculadas al entorno institucional de MIEM - Dinapyme

Introducción

Ante la situación socioeconómica y financiera que están enfrentando las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) derivada de la emergencia sanitaria Covid-19, el área de Desarrollo Territorial del MIEM-Dinapyme se comprometió a trabajar y apoyar a la ANDE en el interior del país, desde el momento que se anunciaron las medidas de apoyo del Gobierno Nacional. Luego de un intenso primer mes de coordinación, difusión y asesoramiento, se procedió a sistematizar las diferentes opiniones que iban surgiendo del diálogo con el sector empresarial. En tal sentido y para ese propósito se realizó un relevamiento por medio del cual se buscaba conocer las principales necesidades, demandas y expectativas de empresarios cercanos al entorno institucional de MIEM-Dinapyme y en particular de su área de Desarrollo Territorial. Esto incluyó empresarios contactados a través de las diversas instituciones con las cuales se articula en territorio, como Gobiernos Departamentales y Municipios, asociaciones empresariales, centros comerciales y centros de competitividad de ANDE.

Los principales aspectos relevados fueron: situación de la empresa ante la emergencia de la pandemia; principales estrategias para enfrentar el contexto; visualización de amenazas y oportunidades; disposición a recibir capacitación y asistencia técnica; áreas temáticas de interés; disponibilidad de infraestructura de conectividad a internet; utilización de redes y herramientas virtuales; conocimiento y utilización de instrumentos de apoyo para empresas dispuestos por el Poder Ejecutivo en la coyuntura; otros.

Importa destacar que este es un primer informe de los datos recabados sin embargo la riqueza de información obtenida amerita nuevas miradas con focos diversos para orientar estrategias de trabajo por región, por tipo de empresa, por necesidad, entre otros.

Planteo metodológico

Para llevar a cabo el trabajo se creó un cuestionario en plataforma *Google Form*. El envío y la difusión de la pauta estuvo a cargo principalmente del equipo de referentes territoriales del MIEM, realizado mediante correo electrónico y mensaje whatsapp (herramientas consideradas válidas para dicha finalidad). Se contó con la cooperación de centros comerciales y gremios empresariales de todo el país —socios estratégicos del trabajo en territorio— y varias oficinas de desarrollo de los Gobiernos Departamentales así como Municipios. Participaron también: Uruguay Más Cerca de la OPP y ANDE.



El relevamiento se realizó entre el 27 de abril al 9 de mayo alcanzando 909 empresarios/as que tuvieron la voluntad de responder. El cuestionario constaba de 29 preguntas, 24 de ellas con opciones cerradas de respuestas y 5 de tipo abiertas.

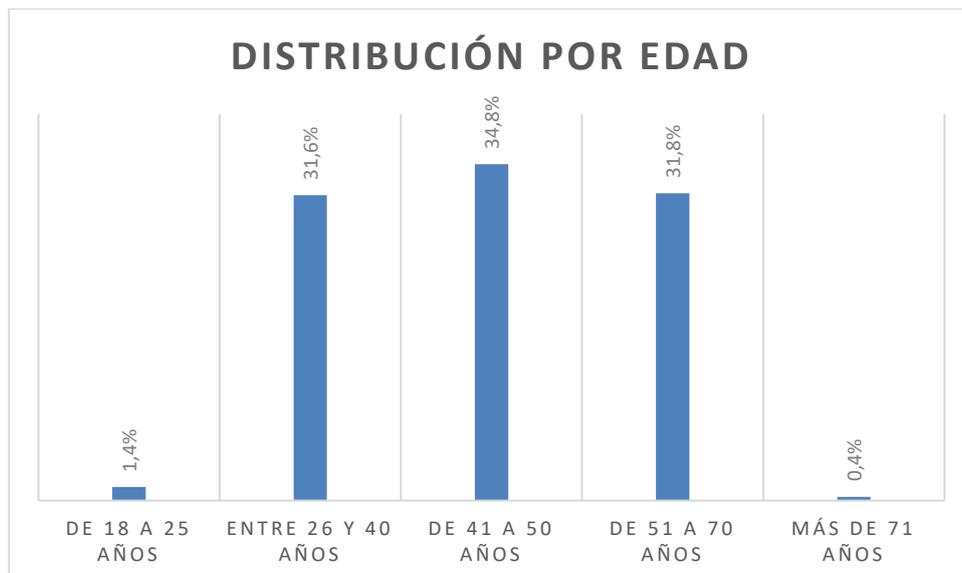
Los resultados derivados del presente trabajo no son estrictamente representativos del tejido empresarial del país (y por tanto no son, ni pretenden ser una herramienta explicativa), sin embargo son un insumo de gran relevancia para el desarrollo del trabajo del equipo de Desarrollo Territorial del MIEM.

Análisis de los resultados

En una primera etapa se presenta una descripción genérica de los empresarios que respondieron, atendiendo principalmente a variables del tipo sociodemográficas. Luego se presenta una descripción del tipo de empresa mostrando características propias de las mismas. Finalmente se realiza una presentación de resultados de acuerdo a las siguientes áreas temáticas: situación de las empresas ante la Pandemia COVID – 19, aspectos vinculados a la formación y al asesoramiento técnico, cuestiones vinculadas a la digitalización de las empresas y finalmente se presenta un apartado donde se deja las frases de los empresarios más relevantes cuando se los invitaba a verter “otros comentarios”.

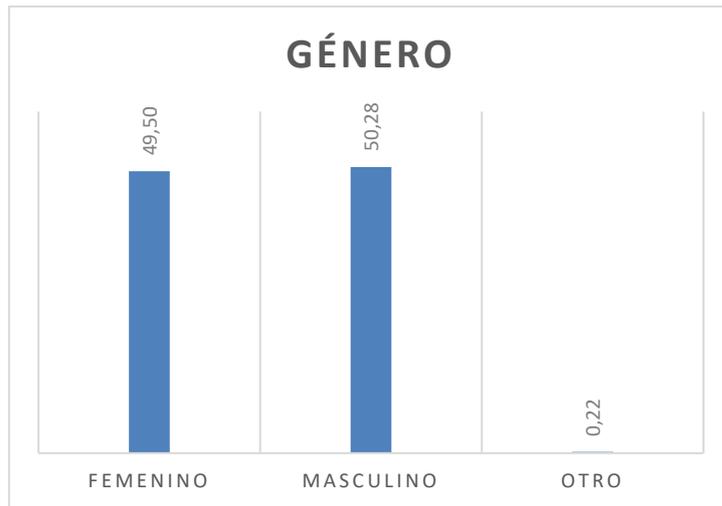
Caracterización de los respondientes

Los empresarios debieron responder un par de preguntas vinculadas a aspectos demográficos propios, tales como la edad y el sexo.



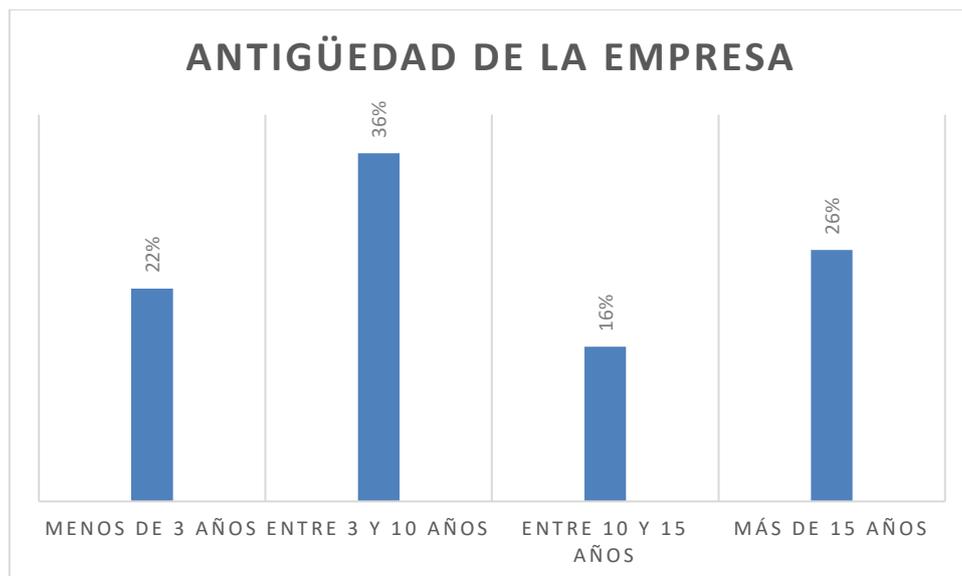


Respecto del tramo etario la gran mayoría (98,2%) se concentra entre los 26 y 70 años tal como queda demostrado en la gráfica. La distribución por género de las empresas es equitativa¹. La respuesta “Otros” presenta solo dos casos y uno de ellos corresponde a una cooperativa.



Caracterización de las empresas

A continuación se presentan características generales de las empresas relevadas tales como antigüedad, sector, rubro, naturaleza jurídica, entre otros.

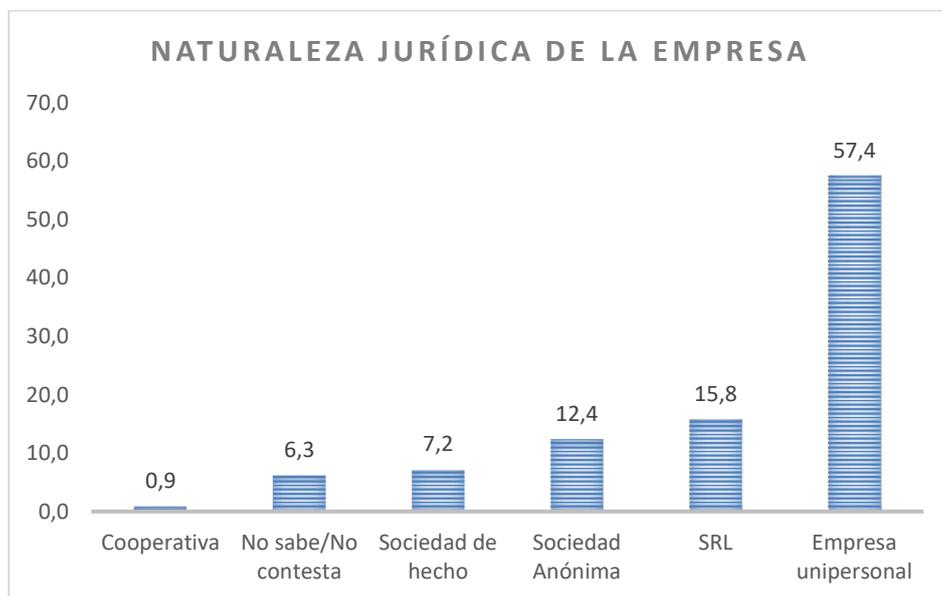


¹ Existen antecedentes de trabajo con mujeres empresarias que propician una mayor respuesta de las empresarias que han participado en alguna de las actividades citadas.

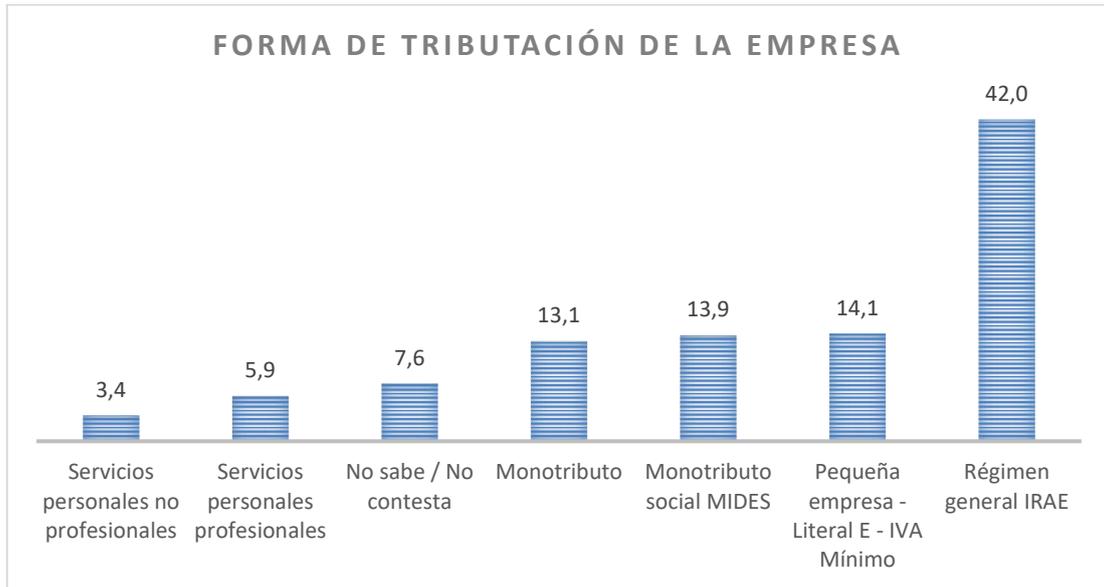


Las empresas relevadas son en su gran mayoría empresas con cierta antigüedad (más de tres años) siendo solamente un 22% empresas nuevas, o lo que podría corresponder a la categoría de emprendedores.

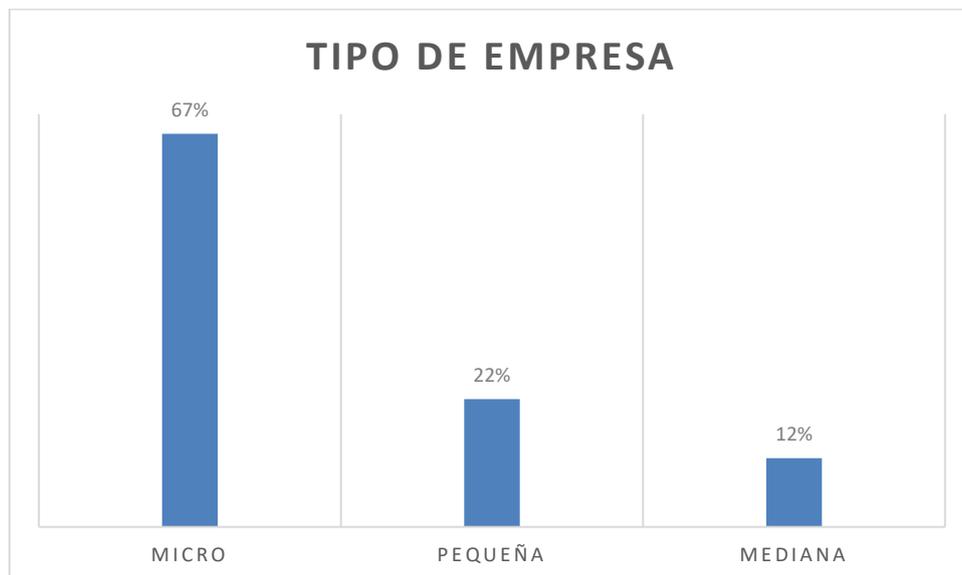
Respecto de la naturaleza jurídica nos encontramos con una amplia mayoría de empresas unipersonales (6 de cada 10 empresas relevadas) seguido muy por debajo, por la naturaleza jurídica correspondiente a SRL.



Respecto de la forma de tributación hay una clara predominancia del régimen general IRAE (casi 5 de cada 10 empresas relevadas declaran este tipo de tributación, seguido por literal E pero con una presencia bastante menor (14% de las empresas relevadas)



A partir de los datos relevados se realizó un agrupamiento a fin de categorizar las empresas de acuerdo a la categorización de micro, pequeña y mediana, según lo estipulado por el Decreto 504/007².



² Cabe destacar que la categorización realizada para estos efectos no sigue estrictamente los valores estipulados por el decreto dado que éste toma el dato de la facturación en UI mientras que en el relevamiento se solicitó dicho dato en pesos uruguayos.



Como se puede observar en la gráfica es amplia la mayoría de microempresas (606 empresas) si bien se lograron captar respuestas de un número importante de pequeñas (197 empresas) y medianas (106 empresas).

El presente relevamiento logró una cobertura nacional, registrando respuestas en los 19 departamentos. A continuación se presenta una tabla con la cantidad absoluta de los casos por departamento.

Departamento	Total
Artigas	39
Canelones	119
Cerro Largo	25
Colonia	49
Durazno	21
Flores	12
Florida	24
Lavalleja	22
Maldonado	140
Montevideo	194
Paysandú	17
Río Negro	33
Rivera	24
Rocha	59
Salto	29
San José	28
Soriano	28
Tacuarembó	30
Treinta y Tres	16



Total general	909
----------------------	------------

Respecto de la distribución de las empresas relevadas por sector de actividad, se elaboró un extenso set de opciones para las respuestas en base a las categorías de la CIU revisión IV.

Actividad principal de la empresa	Cantidad
Elaboración de alimentos	78
Industria manufacturera excepto alimentación	72
Actividad profesional, administrativa, científica y técnica	56
Servicio de alojamiento	51
Boutiques, tiendas, mercerías, papelerías, librerías	50
Construcción	50
Industrias creativas (diseño, audiovisual, etc.)	41
Servicio de comida (restaurantes, catering, heladerías, etc.)	35
Arte y entretenimiento	34
Almacenes, provisiones y kioscos	28
Artesanías	27
Actividades vinculadas a la agropecuaria (pymes lácteas, apícolas y vinculados a la pesca)	25
Actividad de servicios a casas	23
Actividades de tecnología de la información y comunicación	22
Agencias de viaje y actividades vinculadas al turismo	18
Ópticas, joyerías y relojerías	17
Enseñanza, servicios sociales y salud	16
Servicios a la construcción	14
Ferretería, pinturería y sanitarias	13
Publicidad, grabados, cartelería	13
Servicios de estética	12
Transporte de carga	11
Transporte de pasajeros	11
Comercio al por mayor	9
Actividades inmobiliarias	8
Aserraderos	8
Casa de venta de artículos de electricidad, telefonía, audio y video	8
Talleres mecánicos, chapa y pintura	7
Venta de repuestos	7
Canales de TV, radios y otros medios de comunicación	6
Estaciones de servicio	5
Panaderías	5



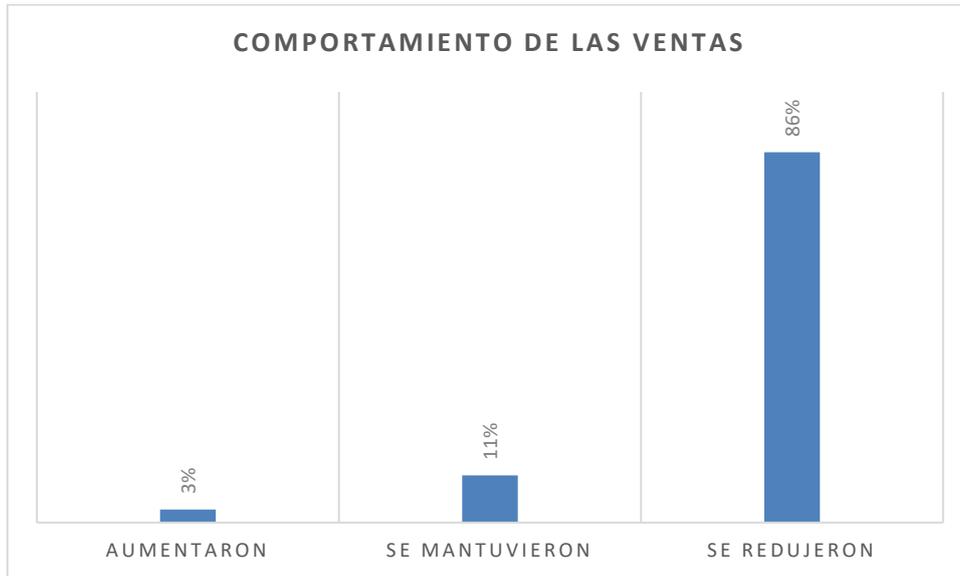
Actividad de seguridad privada y relacionados	4
Farmacias y droguerías	3
Venta de frutas y verduras	3
Automotoras y rentadoras	1
Depósitos, almacenajes	1
Explotación de minas y canteras	1
Otras	116

Las categorías citadas arriba, luego fueron reagrupadas en menos categorías a fin de tener en una etapa posterior la posibilidad de realizar cruces y miradas más panorámicas por sectores y en particular por sectores que son de interés del MIEM.

Industrial	68
Industrial - Elaboración de Alimentos	79
Industria manufacturera (excepto alimentación)	108
Comercio	138
Servicio	270
Servicio (Actividades profesionales, administrativa y técnica)	56
Servicio (Actividades de Tecnología de la información y Comunicación)	24
Construcción	50
Otras	116

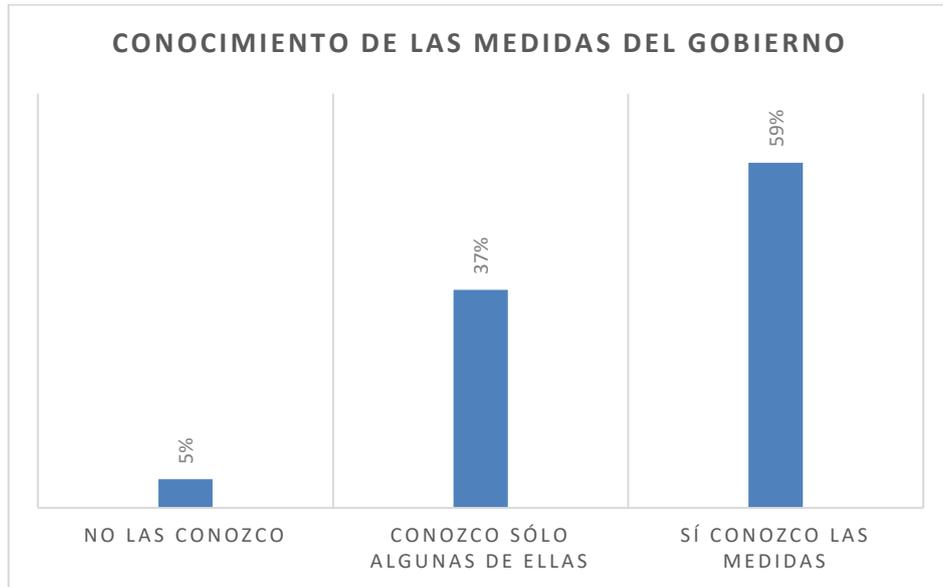
Las empresas ante el COVID – 19

La emergencia sanitaria ha significado para las empresas una situación inesperada que golpea fuertemente en su equilibrio; en efecto un 86% han tenido una disminución en sus ventas.

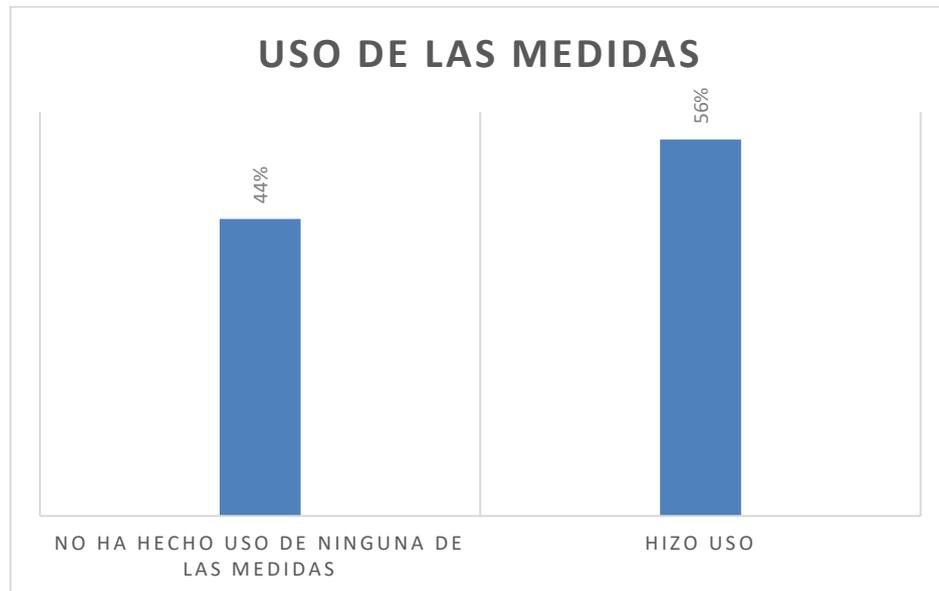


Cabe destacar que 3% de ellas aumentaron sus ventas, estas corresponden a las siguientes categorías: *Actividades de tecnología de la información y comunicación, Almacenes, provisiones y kioscos, Boutiques, tiendas, mercerías, Comercio al por mayor, Elaboración de alimentos, Industrias creativas (diseño, audiovisual, etc.), Otras, Panaderías, Servicios a la construcción y Venta de frutas y verduras.*

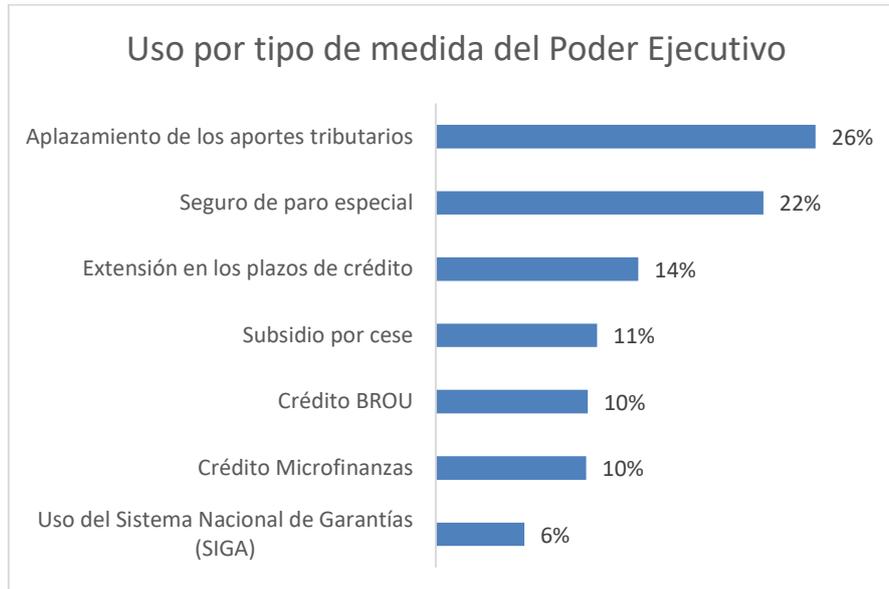
En este conjunto de empresas, una proporción importante conoce las medidas propuestas por el gobierno. Si se suma las que declaran conocerlas, con las que declaran conocer algunas de ellas, se llega a una 95%.



A continuación se refleja la utilización de las mismas:



De los empresarios que manifestaron conocer las medidas aplicadas por el Gobierno, el 56% expresa haber usado al menos alguna de ellas y el 44% no usó ninguna.



Como se observa en el gráfico, entre las medidas más utilizadas por las empresas que respondieron el formulario se citan el aplazamiento tributario (26%) y la aplicación del seguro de desempleo (22%).

El cuestionario buscó ahondar en el comportamiento de las empresas ante la situación de pandemia y las decisiones que han debido tomar los empresarios.

	Cantidad de empresas
No ha generado cambios	80
Ha generado algún cambio	829
Total general	909

El 90% de las empresas han declarado haber generado algún cambio ante la situación de emergencia sanitaria.

Las medidas adoptadas son variadas y múltiples. Los empresarios podían marcar varias opciones de un listado predeterminado o incluso describir alguna acción no proporcionada. A continuación se presenta un cuadro con las medidas que los empresarios relevados declaran haber desplegado ante esta situación.



Comercio electrónico	203
Más publicidad	141
Implementación o refuerzo de delivery	99
Producción y/o comercialización de nuevos productos o servicios	149
Asociación con otras empresas	46
Ventas a organismos públicos	22
Envío al seguro de paro	254
Reducción de costos	383
Cierre temporal	251
Reducción de horario	204
Cierre al público	140

Finalmente se procuró que los empresarios pudieran expresar oportunidades y amenazas que plantea esta situación de emergencia para su empresa. Esta pregunta era abierta y dada la diversidad de las respuestas así como su riqueza, se optó por presentarla a través de nubes de palabras, quedando destacadas las más repetidas (a partir de una codificación realizada luego de obtener la respuesta abierta).

Oportunidades visualizadas por los empresarios relevados



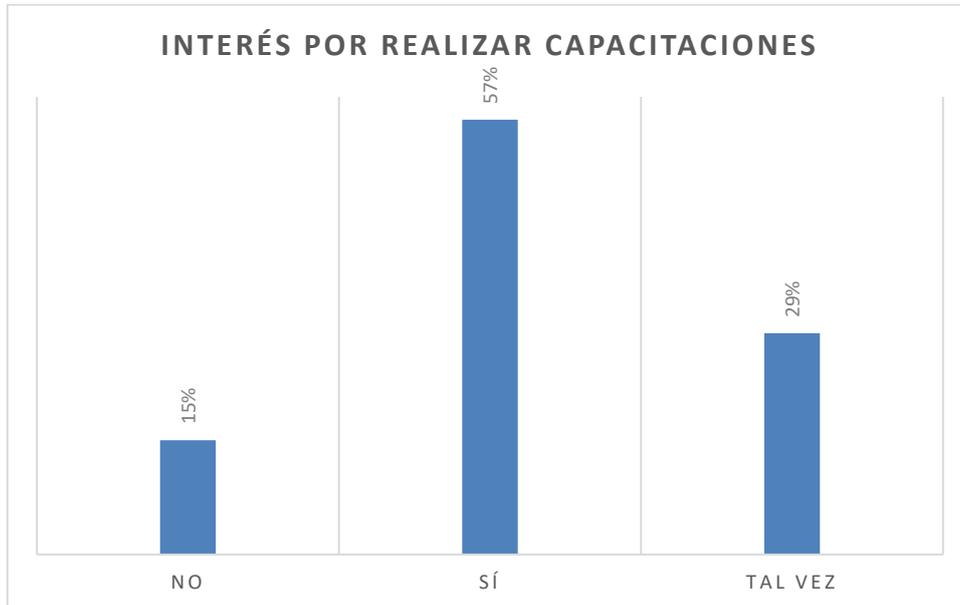


Amenazas visualizadas por los empresarios relevados



Bloque capacitación

Con respecto al apartado sobre capacitación, resulta relevante que 412 empresarios declararon haber participado previamente de una instancia de formación online o virtual, mientras que 497 respondieron que no han participado previamente de estos tipos de talleres. Este valor es relativamente alto. A su vez cuando se les pregunta respecto de si tiene interés en realizar alguna capacitación adecuada a la actual coyuntura, 132 empresas responden que no, 512 que sí y 261 que tal vez.



Las áreas más mencionadas como de interés para capacitarse son las siguientes:

	Menciones
Gestión empresarial	294
Entorno virtual de comercialización	218
Internacionalización empresarial	52
Nueva normalidad y al enfrentamiento de la Pandemia	47
Manejo de Recursos Humanos	34
Beneficios estatales para pymes	25
Gestión financiera	24
Logística para pymes	12
Otras	74

Cabe destacar que la pregunta sobre los temas de interés (a fin de no direccionar las respuestas y buscando detectar nuevas necesidades) se dejó como pregunta abierta. Al procesar las opiniones se procedió a categorizarlas de acuerdo a las principales menciones.



Dentro de “Gestión empresarial” se incluyen menciones de temas tales como: costos, elaboración de proyectos de inversión, dirección empresarial, gestión administrativa, búsqueda de inversores, presupuestación, herramientas informáticas para la gestión empresarial, atención al cliente, optimización de procesos productivos, gestión en tiempo de crisis, tributación, publicidad, marketing (también estudio de mercado), redes empresariales, comunicación, innovación, ventas y producción.

Dentro del tema “Internacionalización” se incluyen menciones vinculadas a temas tales como: nociones básicas y aplicadas de procesos de importación y de procesos de exportación.

Dentro de “Entorno virtual de comercialización” se incluyen temas tales como: marketing digital, tendencias (económicas), detección de nuevos mercados, análisis del entorno (alianzas), reconversión, manejo de redes sociales para pymes, comercio electrónico y alfabetización digital.

Dentro de “Manejo de Recursos Humanos” se incluyen menciones tales como: negociación sindical, coaching, gestión del capital humano, desarrollo de habilidades blandas, teletrabajo y desarrollo de la creatividad.

Dentro del tema “Beneficios estatales para pymes” se incluyen las siguientes menciones: compras públicas, licitaciones, información en general sobre el relacionamiento Estado/Empresa, información legal y tributaria.

Dentro del tema “Nueva normalidad y enfrentamiento de la pandemia” se incluyen temas tales como: protocolos de seguridad, protocolos de higiene, análisis de la actual situación económica y posibilidades de reconversión.

Dentro de “Gestión financiera” surge la preocupación respecto al manejo de las deudas y aspectos de educación financiera.

Finalmente dentro de “Logística para pymes” se incluyen aspectos relacionados a la distribución de los productos dentro del territorio nacional.

Cabe destacar algunos temas que si bien tuvieron escasas menciones, ameritan ser resaltados dado su interés para un sector muy afectado por la pandemia en el caso del turismo y el otro dado las necesidades de cambios dentro de las empresas.

- Reconversión empresarial, donde surgen necesidades puntuales en turismo.
- Nueva normalidad para pymes turísticas.
- Estrategias para la detección de mercados.



Para quienes respondieron "NO" se procuró indagar sobre los motivos de su respuesta. Se podía marcar varias opciones preestablecidas o escribirla abiertamente en caso de no sentirse identificado con ninguna de las opciones propuestas.



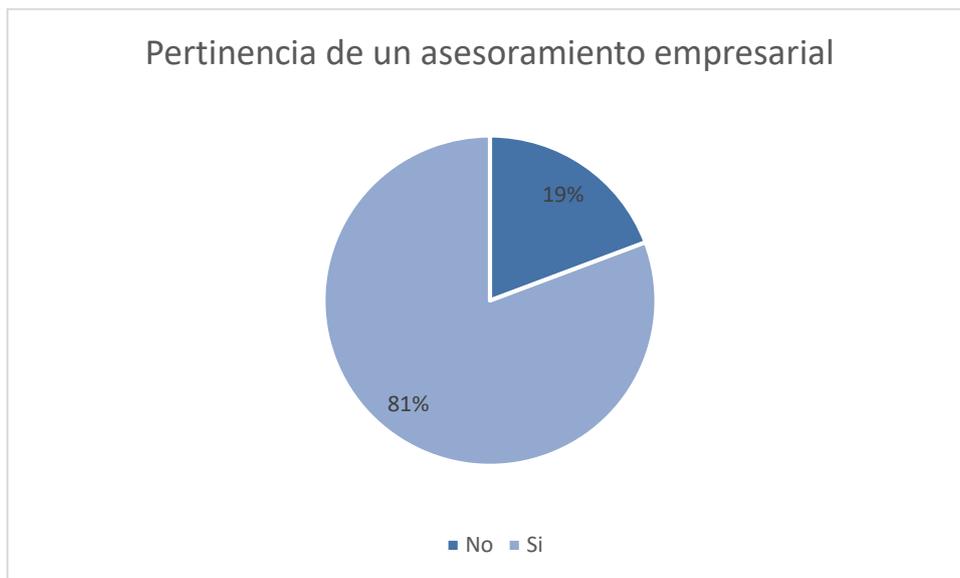
Como se observa en el cuadro anterior un alto porcentaje de las respuestas negativas se explican por el desconocimiento de la existencia de propuestas. Dado que quienes optaron por reflejar su opinión no fueron muchos, amerita dejar aquí los fundamentos de quienes responden que no tienen interés en programas de formación con citas textuales:

- El problema no es la falta de capacitación
- He hecho muchos cursos desde que comenzó esta situación.
- Tengo formación previa y expertise en el tema de comercio online y redes. Mi problema es la conectividad en Montoya, La Barra de Maldonado.
- A veces son muy básicas las ofertas. Habría que diferenciar según la experiencia de cada empresa.
- Se necesitan aportes o descuentos para no endeudarse demasiado.
- He realizado varios muy buenos, la urgencia es vender
- En la industria de videojuegos tenemos mucha oferta de contenido online en este momento
- Depende de la seriedad y profesionalidad práctica de la propuesta
- Preferiría herramientas para el futuro, no para la coyuntura
- No tengo tiempo, hay demasiadas ofertas
- Igual quiero comentar en éste punto que los programas tanto del Ministerio como de otras instituciones como ANDE, no se adaptan a la mayoría de las pymes, están diseñadas para grandes empresas o artesanos.... hace años que lo manifiesto y siguen igual, te presentas a un programa y la respuesta es siempre "NO APLICA"



Bloque asesoramiento

Con el relevamiento también se procuró indagar respecto del asesoramiento empresarial o servicio de asistencia técnica. En una primera instancia se les preguntó si encontraría útil disponer de un servicio de orientación empresarial.



Las respuestas fueron en su amplia mayoría positivas.

A continuación se indagó respecto de los temas y las necesidades específicas para una orientación empresarial. Cabe destacar que esta pregunta también era abierta, dando la posibilidad de expresar las necesidades de forma clara y extensa, a posteriori agrupadas en las mismas categorías utilizadas para “capacitación”.

Áreas de Interés	Menciones asesoría
Gestión empresarial	343
Entorno virtual de comercialización	126
Cuestiones al enfrentamiento de la Pandemia	52
Gestión financiera	45
Manejo de Recursos Humanos	39
Beneficios estatales para pymes	24
Internacionalización empresarial	17
Logística para pymes	8
Otras	31

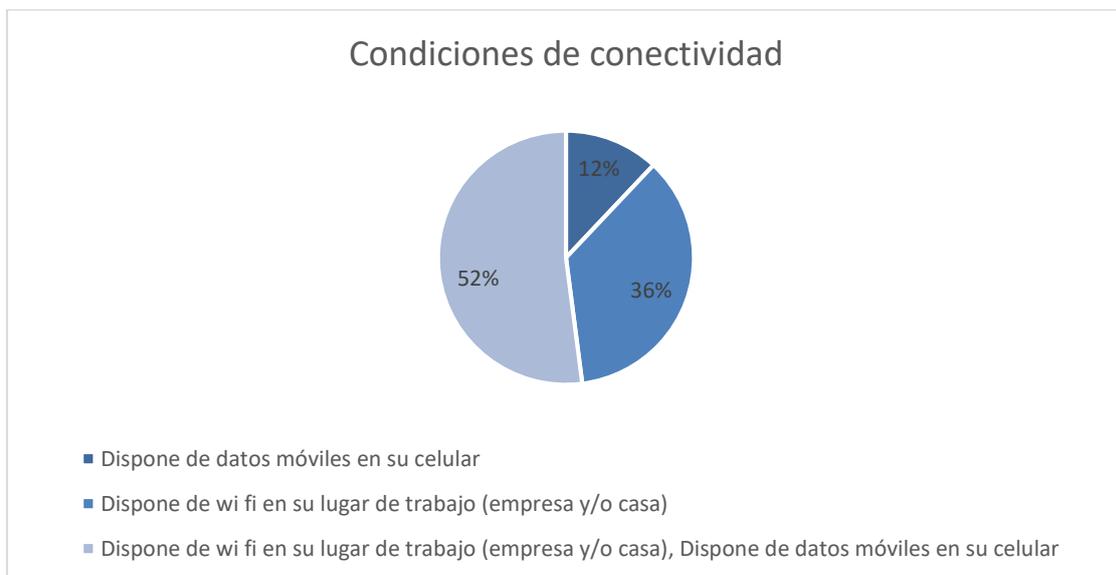


Bloque digitalización de las empresas

También se procuró conocer respecto de las condiciones de equipamiento y conectividad que las empresas relevadas disponen para aprovechar las propuestas de formación virtual y nuevas formas de relacionamiento con los mercados.

En las empresas relevadas se encontró una gran inserción digital (807 empresas de 909 declaran tener condiciones adecuadas), con un 89 % que dispone de condiciones adecuadas para desarrollar videoconferencias. Cabe aclarar que por condiciones expresó explícitamente que se refería a la conectividad y a la disponibilidad de dispositivos electrónicos (en cualquiera de sus formas).

En general se observan buenas condiciones de conectividad entre quienes respondieron al cuestionario:



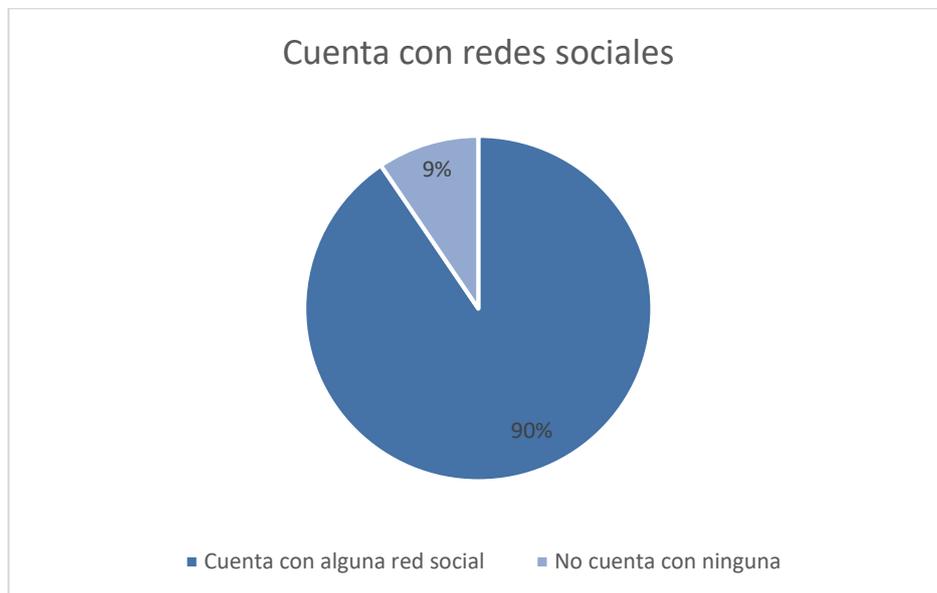
Procurando analizar más allá de las condiciones y ahondando en la experiencia previa de uso de herramientas digitales para videoconferencias, se observa que la utilización de herramientas digitales como zoom, hangout, meet, skype, etc. **para el desarrollo de reuniones**, el conjunto de empresas relevadas puede segmentarse prácticamente en tercios, donde:

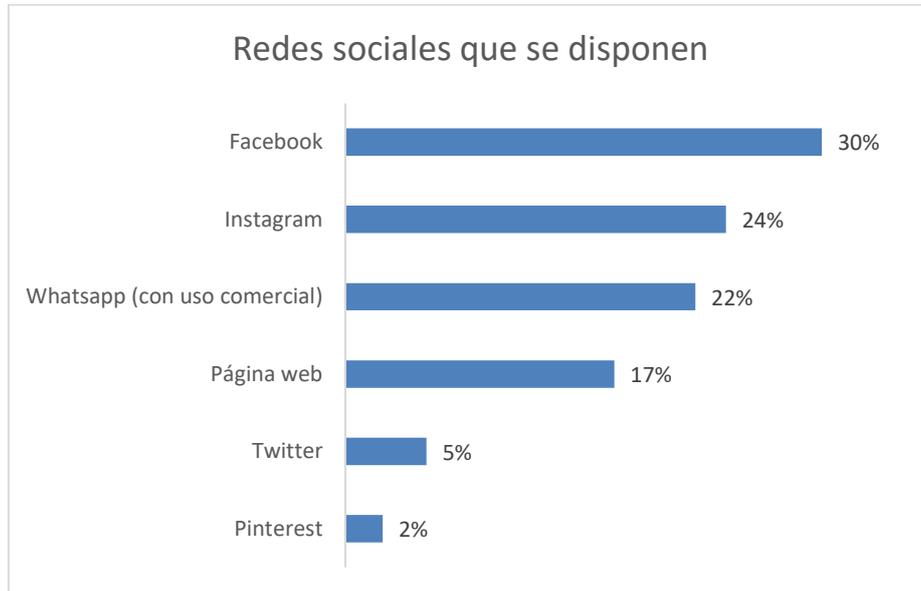
- 257 – no usa herramientas
- 344 – usa estas herramientas con escasa frecuencia
- 302 – usa estas herramientas con mucha frecuencia



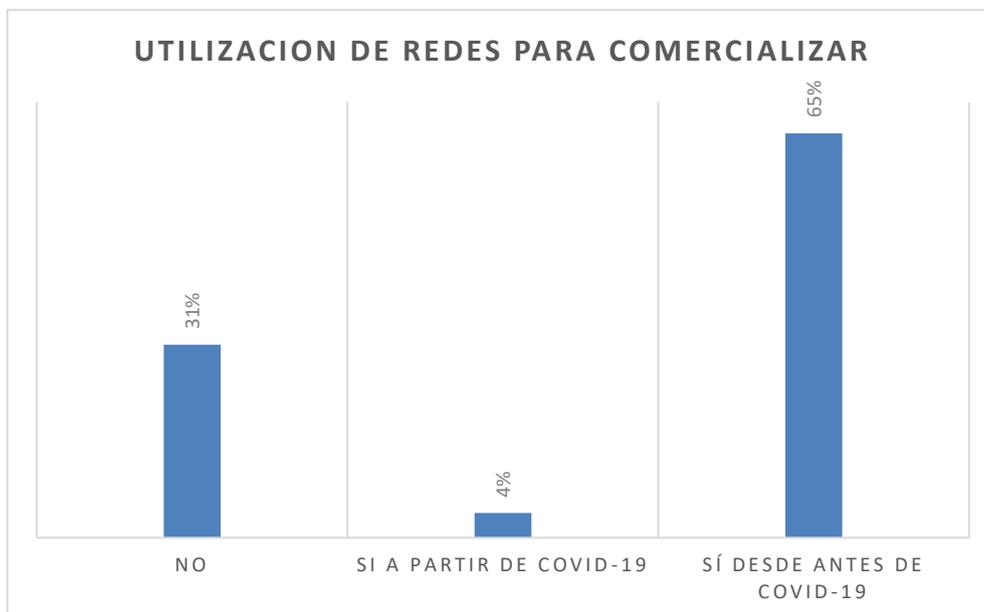
A pesar de esta distribución, una gran mayoría de ellos declara estar dispuesto a usar dichas herramientas para instancias de capacitación. Un 96 % de las empresas consultadas, estarían dispuestas a usar alguna de las herramientas mencionadas anteriormente u otra herramienta virtual, para capacitarse y/o recibir asistencia, lo cual indica una expectativa por superar limitantes en dicha área.

Respecto al uso de las redes sociales (se podía marcar más de una opción) la gran mayoría de las empresas dispone de alguna, siendo Facebook la más popular y le siguen Instagram y Whatsapp de uso comercial.





Cabe resaltar que a pesar de la amplia disponibilidad de redes sociales a nivel empresarial, un 31% declara no utilizarlas para comercializar productos o servicios, lo que de alguna manera aporta en la dirección de interés de capacitación en “entornos virtuales de comercialización” señalada anteriormente.



Qué dicen los empresarios



En este apartado se citan algunas de las respuestas o comentarios realizados por los empresarios cuando se los invitaba a verter otros comentarios:

- Rebaja o suspensión de impuestos, más facilidades en DGI, BPS y UTE
- Exceso de información
- Dificultad en los canales de venta
- Tratamiento especial para el turismo interno
- Falta de preparación empresarial en general
- Capacitación en horarios a primera hora o de tardecita
- Medidas insuficientes
- Préstamos para producir
- Cierre de fronteras para mejorar las ventas internas
- Capacitación en temas financieros
- Tratamiento especial en los alquileres para locales comerciales
- Tratamiento especial para la logística de entrega de productos para mipymes
- Tratamiento especial para rubro espectáculos
- Exoneración de IRAE mientras dure la pandemia
- Ferias virtuales para artesanos
- Créditos y subsidios en general para cualquier tipo de empresa
- Internet gratis para usar en las capacitaciones
- Establecer protocolos para comercios y comunicarlos
- Créditos específicos para la compra de paneles fotovoltaicos
- Terminar el contrabando
- Aplicar rebaja de impuestos hasta 100 kilómetros de la frontera a productos nacionales
- Desarrolladores web para las mipymes
- Información organizada y no excesiva sobre apoyos, protocolos. Trámites sencillos
- Bonificación de impuestos (BPS, DGI, UTE, OSE, ANTEL, Internet, Contribución Inmobiliaria, etc). No cobro de multas. Especial atención a empresas cerradas.
- Medidas fomento al consumo local (turismo interno, producción nacional)
- Atención especial a regímenes monotributistas, SA y sociedades de hecho
- Promoción de plataformas online de ventas colectivas
- Promoción de la vinculación entre pymes, redes (ej. artesanos y técnicos de venta)
- Tratamiento especial en los alquileres para locales comerciales
- Programas a medida, participativos y sectoriales
- Necesidad de asesoramiento y acompañamiento personalizado
- Mejorar las propuestas de crédito (extensión de plazos, menores tasas, tipos de empresas, créditos específicos para paneles fotovoltaicos)
- Fomentar la participación de las mipymes en las compras públicas
- Atención a la informalidad
- Medidas específicas para empresas de frontera
- Facilidades para la importación de insumos



Cierre y conclusiones

Sobre un total de 909 respuestas, la distribución por género ha sido equitativa entre empresarios y empresarias. En relación al número de empresas nuevas, solo el 22% tienen menos de tres años de existencia, lo cual podría corresponder a emprendedores, empresas nuevas o en proceso de formalización.

El agrupamiento de empresas por actividad, se realizó según las categorías de la CIU, realizando una re-agrupación en 9 grupos de actividad: Industrial, Industrial - Elaboración de Alimentos, Industria manufacturera (excepto alimentación), Comercio, Servicio, Servicio (Actividades profesionales, administrativa y técnica), Servicio (Actividades de Tecnología de la información y Comunicación), Construcción y Otras.

El 86% de las empresas indicaron que la pandemia afectó sus ventas en forma negativa, mientras que el 3% dicen haberlas aumentado. Entre estas últimas las actividades que realizan son las siguientes: Actividades de tecnología de la información y comunicación, Almacenes, provisiones y kioscos, Boutiques, tiendas, mercerías, Comercio al por mayor, Elaboración de alimentos, Industrias creativas (diseño, audiovisual, etc.), Otras, Panaderías, Servicios a la construcción y Venta de frutas y verduras.

Lo indicado arriba podrían llevarnos a pensar la situación originada por la pandemia, el confinamiento y el necesario cambio en nuestros hábitos de consumo y de trabajo, generaron por un lado un efecto muy negativo en gran cantidad de empresas y sectores, pero también crearon oportunidades para otros sectores. Entre los beneficiados están los relacionados a las tecnologías de la información y la comunicación, por todo lo que implica el teletrabajo y la educación a distancia, los relacionados a la búsqueda de soluciones para enfrentar la pandemia (ejemplo la producción de implementos para la atención médica y/o atención al cliente en comercios y supermercados). Por otro lado el cambio en los hábitos de consumo y cierre de las grandes superficies abrió oportunidades para los pequeños comercios de barrio, que en ciudades del interior incorporaron servicios de entregas a domicilio.

El 95% de las empresas relevadas conocen las medidas propuestas por el gobierno, pero solo 57% las ha utilizado o se encuentra utilizando alguna. Tal vez cabría ahondar más en el porqué de la baja utilización de las medidas.

Por otro lado, el 90% de las empresas mencionan que debieron generar cambios ante la situación de emergencia sanitaria, situándose en primer lugar la reducción de costos, seguido por envío al seguro de paro y cierres temporales, quedando en un tercer lugar el comercio electrónico y la reducción del horario de atención, mientras que el 10% realizó acciones para la entrega a domicilio.



Ministerio
**de Industria,
Energía y Minería**

Éste es una primera aproximación al análisis de las respuestas dadas por los empresarios. Cabe profundizar en otros aspectos de las mismas y en cómo aplicar los resultados para mejorar y orientar nuestras acciones en el territorio junto a las empresas y empresarios.