



CANELONES EXPORTA

PROYECTO DE CAPACITACIÓN Y COOPERACIÓN TÉCNICA

**Informe de avance de investigación
Agosto, 2019**

Equipo de trabajo

Mario Lev
Director Somos Uruguay Educa

Ec. María Noel Sanguinetti
Gerente de Proyecto

Tamara Lev
Responsable de Administración Somos Uruguay Educa

Equipo Canelones Exporta

Ing. Agr. María Eugenia Bica – Asistente Técnica de Proyecto
Lic. Silvia Arruabarrena – Asistente Comunicación y Administrativa

Equipo de Investigación

Soc. Denise Courtoisie
Soc. Lucía Monteiro
Maximiliano Obes

Canelones Exporta surge de una necesidad manifiesta por empresarios que tienen voluntad de exportar y que confían en las redes de trabajo entre empresas y con organismos públicos a los efectos de mejorar los niveles de competitividad buscando sinergias y conocimiento de experiencias. Gracias al apoyo de INEFOP y asociados a la Comuna Canaria estamos avanzando en esta iniciativa que busca generar oportunidades a nivel de las empresas del departamento de Canelones que buscan avanzar en los procesos de exportación o en cadenas productivas exportadoras.

Este informe es un primer avance de investigación que profundiza en la realidad del departamento Canelones, en los programas existentes a nivel local y nacional y en un primer grupo de empresas que se integran al proyecto.



Ec. María Noel Sanguinetti
Gerente Canelones Exporta



Sr. Mario Lev
Director Somos Uruguay Educa

Contenido	
Introducción	7
Capítulo 1. El Departamento de Canelones y el reto de la innovación para el fortalecimiento de su inserción internacional	8
1.1 Introducción	8
1.2 Capital humano y capital social e institucional	9
1.3 La producción en el territorio.	11
1.4 Principales sectores productivos.	13
1.4.1 Sector Hortofrutícola.	13
1.4.2 Sector Vinivícola.	13
1.4.3 Sector Lechero	13
1.4.4 Sector de ganadería y animales de granja.	13
1.4.5 Sector Cítrica.	13
1.4.6 Sector Turismo.	14
1.4.7 Sector Químico – Farmacéutico.	14
1.5 Canelones empresarial.	15
1.7 Síntesis.	18
Capítulo 2. Mapa de actores	20
2.1 El sistema de transformación Productiva y Competitividad.	21
2.1.1 La Agencia Nacional de Investigación e Innovación.	22
2.1.2 Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional (INEFOP)	30
2.1.3 Instituto Nacional de Cooperativismo (INACOOP)	30
2.1.4 Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU).	30
2.1.5 Corporación Nacional para el Desarrollo. (CND)	31
3.1.6 Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria. (INIA)	33
2.2 Actores Nacionales vinculados a la producción y la exportación.	33
2.2.1 Junta Nacional de la Granja (JUNAGRA)	33
2.2.2 Instituto Nacional de Vitivinicultura (INAVI)	34
2.2.3. Unión de Exportadores del Uruguay	34
2.2.4 Cámara Uruguaya de Tecnologías de la Información. (CUTI)	34
2.2.5 Asociación Nacional de Micro y Pequeños Empresarios. (ANMYPE)	35
2.2.6 Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay. (CNCS)	35
2.2.7 Cámara de Industria y Comercio.	36
2.2.8 Cooperativas Agrarias Federadas. (CAF)	36
2.7.8 Ministerios.	37

2.3 Instituciones con apoyos específicos en el Departamento.....	37
2.3.1 Intendencia Municipal de Canelones.....	38
2.3.2 Parque Científico y Tecnológico de Pando.....	38
2.3.3 Khem, incubadora de empresas tecnológicas.....	39
2.3.4 Parque Industrial de Pando y de Las Piedras.....	39
2.3.5 Cámara de Pando, Las Piedras, Atlántida y Santa Lucía.....	39
2.3.6 Cooperativismo.....	40
2.4 En síntesis.....	40
Capítulo 3. Avance de caracterización de empresarios registrados en el Proyecto Canelones Exporta.....	44
Análisis.....	45
Referencias bibliográficas:.....	47
ANEXO: Pautas de entrevista.....	48

Introducción

El presente documento constituye un avance de producto entregable en el marco del Proyecto Canelones Exporta y es parte de la Etapa I de la Fase I referida a la investigación.

Para su elaboración se identificaron las principales tareas relativas a las actividades propuestas en esta etapa del proyecto. Por lo tanto, el documento cuenta en primer lugar, con un marco metodológico en el que se explica la metodología utilizada para su elaboración.

En segundo lugar, se enmarcan conceptualmente aspectos que atañan al departamento de Canelones para su caracterización, describiendo entre otros aspectos sus principales sectores productivos.

En tercer lugar, se encuentra la sistematización de información secundaria a través de un relevamiento bibliográfico. Y en cuarto lugar, se presenta el mapa de actores de relevancia a los efectos del proyecto.

Por último, se describirá una aproximación de la caracterización de los empresarios registrados en el Proyecto Canelones Exporta, que cuenta con información acerca de los datos recogidos en las preguntas de los formularios de inscripción y registro contemplando los que a la fecha figuran en la base.

El informe tiene anexos en donde se encuentran las pautas de entrevistas elaboradas en el marco del trabajo de diseño¹.

Metodología

La realización del presente informe implicó el diseño de una metodología mixta en el que se combinaron métodos cuantitativos y cualitativos de diverso origen, según la información disponible y los requerimientos de cada ítem del informe.

En primera instancia se realizó la sistematización de información secundaria referida a indicadores relevantes para el departamento y el procesamiento de la información. Las principales fuentes utilizadas fueron: Instituto Nacional de Estadística (INE), donde se utilizó la encuesta continua de hogares (ECH), el último censo 2011, e indicadores económicos. También datos de exportaciones (Uruguay XXI), indicadores de innovación, la encuesta de actividades de innovación (EAI), que abonaron las dimensiones de capital humano y económico del departamento.

¹ Las entrevistas dirigidas a autoridades fueron realizadas por el Investigador Principal en el mes de mayo y no se contó con instancias de pre-test. La pauta de entrevista dirigida a empresarios de Canelones fue únicamente pre-testeada y en el informe de actuación de julio de 2019 se proponen cambios alternativos para la metodología en el marco del relevamiento de información con estos actores. Por ello, en este informe no se presentan citas de las entrevistas en las que se aplicó pre-test.

En segundo lugar, se realizó la sistematización del mapa de actores. Para identificar las instituciones relevantes se realizó un trabajo de exploración a través de entrevistas semi estructuradas dirigidas a las autoridades del departamento de Canelones. Éste identifica los apoyos que son relevantes para el apoyo a las empresas participantes el proyecto en temas que refieren a comercialización, internacionalización y exportación de las empresas del departamento.

Capítulo 1. El Departamento de Canelones y el reto de la innovación para el fortalecimiento de su inserción internacional

1.1 Introducción

Si bien el territorio uruguayo presenta relativa homogeneidad en comparación con otros países existen ciertas disparidades que se sostienen en el tiempo, estas refieren a “un atraso relativo de la región norte y noreste del país seguida de la región central, mientras que en el sur del país y, en menor medida, el litoral oeste se encuentran los departamentos más privilegiados según las diferentes dimensiones e indicadores que se eligen en los estudios” (PNUD: 2012; 16)

“El desarrollo territorial es un proceso orientado—y por lo tanto un proyecto— con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la comunidad que habita un territorio específico. Mejorar la calidad de vida, como actividad liberadora,

Incluye la cobertura de necesidades básicas, el aumento de capacidades endógenas y la creación de valor en el territorio. Este proceso involucra transformaciones estructurales en las dimensiones política, económica, social, cultural y ambiental, pero estas transformaciones, sus características y grado, dependen del territorio

Específico a considerar. Esto supone un profundo reconocimiento de las diferencias y de los múltiples modos de desarrollo y, por lo tanto, un abordaje ético. Un proceso de Desarrollo territorial es sustentable, equitativo e instituyente en todas las dimensiones mencionadas. Involucra, a su vez, el control democrático de los recursos y su gestión (recursos en sentido amplio, considerando recursos naturales, económicos, financieros, humanos, culturales e institucionales). Considera al conflicto como parte de cualquier proceso humano y logra gestionarlo. Incorpora innovación pero recuperando tradiciones.” (PNUD: 2012, 14²)

Desde una perspectiva de desarrollo productivo local Canelones está llamado a jugar un papel muy importante en el aumento de la productividad y en la necesaria profundización de la reinserción internacional del país.

Fuentes consultadas señalan la importancia de las capacidades territoriales del departamento. Estas capacidades transformadas en dimensiones de análisis registran: la producción en el territorio, el capital humano y capital social e institucional, las economías de aglomeración urbana y el entramado social e institucional. (Rodríguez et al: 2014).

Acompañando estas condiciones necesarias para el desarrollo endógeno consensuadas en la literatura también son importantes la presencia de redes de empresas y emprendedores con relaciones

² Definición del Núcleo Interdisciplinario de Estudios del Desarrollo Territorial de la Universidad de la República (UdelaR) en PNUD 2014.

productivas, con antecedentes de cooperación expresadas en acciones concretas. Rodríguez señala las diferentes formas productivas en que se expresan estas condiciones de desarrollo: cadena productiva/cadena de valor, clusters, sistemas productivos locales/distritos productivos y redes de empresas. (Rodríguez et al: 2014)

Tanto las cadenas productivas de valor como los clusters no tienen necesariamente un anclaje local, mientras que los sistemas productivos locales son concebidos desde el territorio así como las redes y empresas. Estos entornos locales tienen ciertas ventajas en relación a la aglomeración del territorio y a la posibilidad de cooperación.

A continuación se presenta un análisis de las distintas características que el departamento de Canelones tiene para potenciar un desarrollo productivo local con posibilidades de inserción internacional de productos y servicios.

1.2 Capital humano y capital social e institucional

El departamento de Canelones se ubica al sur del país, limitando al sureste con Montevideo, al oeste con el departamento de San José, al norte con Florida, al este con Lavalleja y Maldonado, al sur con el Océano Atlántico. Al oeste y norte se ubica el río Santa Lucía, y al este la Cuchilla Grande y el Arroyo Solís Grande

Figura No. 1 Mapa de Canelones



CANELONES EXPORTA

Su territorio es diverso ya que tiene una zona de costa, una zona rural, y ciudades importantes del departamento.

Según datos del Censo de 2011, Uruguay cuenta con una población de 3.286.314 personas, con una población rural que representa el 5%. Canelones cuenta con una población que supera el medio millón de personas siendo el 15,8% de la población del país. Luego de Montevideo, es el segundo departamento más poblado, y si bien su territorio es mayormente rural su población está altamente urbanizada (menos del 12% de la población habita el 90% del territorio del departamento).

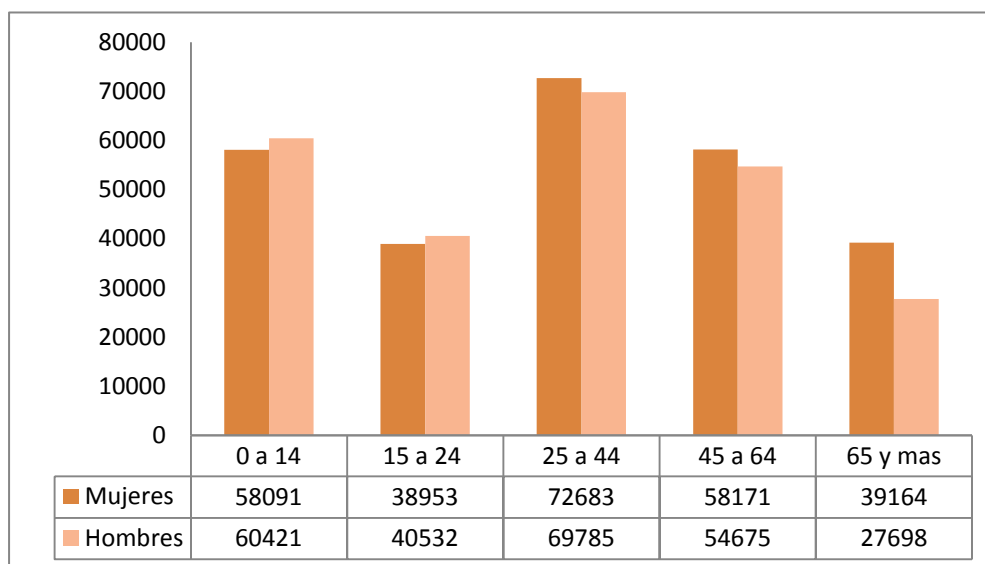
Cuadro No. 1 Comparación de la población urbana y rural de Montevideo y Canelones

	Canelones	Montevideo	Total País
Población Total	520.173	1.319.108	3.286.314
Población Urbana	48.219	1.305.082	
Población Rural	471.954	14.026	

Fuente: Elaboración propia en base a INE censo 2011.

Analizando la estructura de sexo y edad del Departamento, se puede apreciar una tasa de crecimiento sostenido en el último periodo censal 2004-2011. Es un departamento con un índice de envejecimiento del 61 adultos mayores cada 100 niños. A su vez Canelones tiene una relación de dependencia de las más bajas (58) acompañado de Maldonado (58) y Montevideo (56), tres ciudades con la mayor concentración de población económicamente activa. (Varela et al: 2008).

Gráfico No. 1 Población total por sexo y edad. Año 2011. Canelones



Fuente: INE en base a Censo 2011.

La distribución por sexo y edad muestra una paridad hasta las edades avanzadas donde la mortalidad diferencial (mueren más varones que mujeres a la misma edad) aumenta la presencia de las mujeres en categorías mayores.

En relación a los indicadores de capital humano cabe señalar que de acuerdo a cifras de 2015 aún, entre un 20 y un 40% de su población tienen alguna necesidad básica insatisfecha. Su tasa de desempleo es semejante a la media del país pero su porcentaje de trabajadores y trabajadoras en situación de informalidad es levemente superior a la media del país.

Cuadro No. 2 Porcentaje de trabajadores en situación de informalidad

2015			
	Hombres	Mujeres	Total
Canelones	28,02	26,51	27,35
Total País	25,46	23,76	24,70

Fuente: MTSS/DNE/OMT.

Las cifras de completitud de primaria son similares a las nacionales según la ECH 2018, los mayores de 14 años que completan el ciclo están cuatro puntos porcentuales por debajo de la media nacional (44%). El 1,3% de la población mayor de 15 años de Canelones es analfabeta. El 19,2% de la población entre 25 y 65 años tiene estudios terciarios, este porcentaje es mayor en las mujeres que en los hombres (24,1% y 14% respectivamente). El promedio de años de educación de las personas de 25 años y más es de 9 años, siendo de los departamentos más altos, Montevideo lidera este indicador con 10,9 años.

Una fortaleza identificada en el departamento es la cantidad de personas con formación terciaria y técnica.

“Después de Montevideo, es el departamento con mayor cantidad relativa a la población de profesionales en ciencias duras con potencial de aplicación tecnológica productiva relevante” (Rodríguez, 2014).

Estas características del capital humano ubican a Canelones con una ventaja competitiva con respecto a otras regiones del país.

1.3 La producción en el territorio.

Canelones es el departamento de Uruguay con mayor diversidad productiva. El mismo alberga dos Parques Tecnológicos Industriales (con industrias de alta tecnología como la farmacéutica), frigoríficos, una zona franca, vitivinicultura, bodegas, lechería, granja, fruta y ganadería.

“El entorno se corresponde con una economía con alta diversificación, con sectores muy potentes, tanto en términos relativos como absolutos. Es decir que la diversidad no se produce por la falta de sectores relevantes sino, por el contrario, debido a la presencia de muchos sectores de peso (incluso en la economía nacional). A su vez, la diversidad se da con alta especialización en varios sectores, de diversos rubros, primarios, industriales y de servicios, incluyendo sectores de alto contenido tecnológico en el contexto nacional. Más allá de los indicadores relativos, es en términos absolutos el departamento del interior que concentra más actividad industrial y presencia de grandes empresas.

Por otra parte, es interesante que, si bien presenta una capacidad relativa alta del sector privado en la generación de empleo, no muestra los mejores desempeños relativos en cuanto a iniciativa privada y capacidad emprendedora.

Por último, toda la potencialidad productiva del departamento que se describió se beneficia de importantes economías de aglomeración urbana, derivadas de su proximidad a Montevideo, la lógica metropolitana, la gran población del departamento y la cantidad de ciudades intermedias que tiene” (Rodríguez, 2014).

CANELONES EXPORTA

De acuerdo al Observatorio del Territorio de la OPP, el departamento contribuye con un 9,3% al PIB nacional, estando por encima de la media del país y exhibe una especialización en el sector secundario (industria manufacturera) del orden del 32,8%. Por este motivo, la participación del departamento en la creación de valor del sector secundario está por encima de la media del país.

Como se señaló anteriormente, el departamento es fronterizo con Montevideo y San José siendo parte de la región metropolitana y beneficiario de los servicios y del mercado de la región más poblada del país. Canelones cuenta además con una importante ventaja logística: alberga el aeropuerto internacional de Carrasco localizado a 18,5 km del puerto de Montevideo y es atravesado por importantes redes viales nacionales, todo lo cual hace del departamento parte del nodo logístico del país y del MERCOSUR.

Canelones cuenta con un porcentaje importante de emprendimientos productivos de pequeña escala y baja incorporación de valor. También con otros de pequeña o media escala que agregan valor en cantidad significativa o no lo hacen, pero que lo podrían hacer con la generación de capacidades adecuadas.

Las PyMES que constituyen el 16% de las empresas del departamento y emplean más del 40% de los trabajadores, plantean dificultades a la hora de innovar ya sea por la cultura empresarial, por las características de sus procesos productivos y su organización o por las dificultades de acceso a financiamiento o de incorporación de tecnología adecuada. Todo esto dificulta el acceso de los productos locales al mercado internacional.

Un estudio del Departamento de Economía de la Facultad Ciencias Economicas Udelar y ANDE, señala la importancia del departamento, ubica a Canelones en tercer lugar a nivel nacional. A través del Índice de Desarrollo Regional (IDERE) mide el desarrollo de cada una de estas dimensiones: 1) Educación; (2) Salud; (3) Bienestar y Cohesión Socioeconómica; 4) Economía; (5) Conectividad; (6) Seguridad; (7) Calidad Institucional Sub-nacional y (8) Ambiente.

Canelones se ubica por encima del promedio nacional de este indicador, y esta característica se ha ido consolidando en el tiempo, el departamento tienen la segunda tasa de crecimiento del Índice. El desarrollo global pasa de 2009 a 2016 de 0.479 a 0.611. Analizando las dimensiones particulares se destaca que Canelones se ubica en los primeros lugares en conectividad y educación.

De acuerdo a un informe de cuantificación de las exportaciones de Uruguay XXI, Canelones junto con Colonia y Montevideo son los departamentos que exportan en conjunto concentran el 40% del total de las exportaciones uruguayas. “Canelones es el tercer departamento exportador (con más del 13% de las exportaciones totales), ya que tiene una gran variedad de industrias exportadoras, muchas de ellas relacionadas a la transformación de productos agropecuarios, aunque también se exportan desde este departamento productos químicos y farmacéuticos y vehículos y autopartes” (Uruguay XXI: 2019).

1.4 Principales sectores productivos.

A continuación, se describen los principales sectores del departamento, sus características y principales desafíos, (Uruguay XXI: 2018).

1.4.1 Sector Hortofrutícola.

El sector está muy presente en el departamento en la región centro y centro - oeste, la superficie de suelo dedicado al cultivo en el departamento equivale a la mitad del suelo dedicado a este tipo de cultivo en todo el país. Otra característica que identifica esta actividad es la heterogeneidad en su producción conviviendo la industria con productores pequeños. “Existe una alta concentración de la cadena productiva organizada como una integración vertical” (Uruguay XXI). Es un sector que necesita del proteccionismo del Estado para competir con los precios del mercado. La ventaja de la cercanía al puerto y al Mercado Modelo favorece a la industria.

1.4.2 Sector Vitivinícola.

La producción vitivinícola del departamento alcanzó en 2015 las 67.000 toneladas (Uruguay XXI), el 79,7% de la producción del país es desarrollada en el departamento, siendo de influencia las localidades de: Juanicó, Sauce, Santa Rosa, Progreso, Canelón Chico, Canelón Grande y El Colorado. Los vinos que se producen son en primer lugar tintos, luego rosados y por último se producen vino blanco y clarete.

1.4.3 Sector Lechero

Es un sector que se desarrolla en el norte del departamento, tiene el 6% del ganado lechero del país, está cuarto en cantidad de cabezas de ganado del territorio productivo y es el quinto en producción de leche, con una producción que supera los 130 millones de litros de leche. Es un sector con gran capacidad de empleo en el departamento. Generalmente son emprendimientos familiares que venden su producción a empresas más grandes para su comercialización.

1.4.4 Sector granjero y ganadero

Canelones tiene producción de carne avícola, porcina y vacuna. En el rubro avícola hay empresas grandes que se encargan de toda la cadena de producción, comprando a pequeñas empresas su producto. La carne porcina se encuentra volcada al consumo interno del departamento. A diferencia de los anteriores, la ganadería vacuna se concentra en grandes superficies y en su mayoría son empresas generadoras.

1.4.5 Sector Citrícola.

El departamento se presenta segundo a nivel nacional en cuanto a cantidad de exportaciones y en la superficie plantada, que representan el 21% del total del país (Uruguay XXI: 2019).

1.4.6 Sector Turismo.

Existe un importante desarrollo a nivel turístico, con una extensión importante de playas que además, es el nexo entre Montevideo y el Departamento de Maldonado. El desarrollo del turismo en el departamento estuvo acompañado por el progreso de la infraestructura.

1.4.7 Sector Químico – Farmacéutico.

Este sector ha ido en crecimiento tanto a nivel nacional como en el departamento de Canelones. Se instalaron una serie de empresas y de polos de desarrollo que han permitido tener presencia en la investigación y desarrollo de productos químicos farmacéuticos veterinarios. Un ejemplo es el llamado “corredor industrial y logístico” sobre la ruta 8, donde se encuentra el Parque Científico y Tecnológico de la ciudad de Pando a través del que se desarrolla e investiga sobre la industria farmacéutica y actividades y productos asociados.

Asimismo, sobre la ruta 101, aledaño al Aeropuerto Internacional de Carrasco se encuentra la Zona Franca Parque de las Ciencias dedicado a la producción, investigación y difusión científica correspondiente a ciencias de la vida y de la salud. En este sector es donde se encuentra la mayor innovación del departamento y tiene necesidad de mano de obra calificada que no está cubierta en la zona. (Uruguay XXI).

Cuadro No.3 Fortalezas y desafíos de los sectores productivos de Canelones

Sector	Fortalezas	Desafíos
Hortifructicultura	CERCANIA AL PUERTO Y AL MERCADO MODELO. 50% DE LA SUPERFICIE NACIONAL DEDICADO AL CULTIVO ESTA EN CANELONES	NECESIDAD DE MEDIDAS DE PROTECCIÓN DEL ESTADO PARA COMPETIR A PRECIOS DE MERCADO
Vitivinícola	EL DEPARTAMENTO REALIZA CASI EL 80% DE LA PRODUCCIÓN DE VINOS DEL PAÍS	NECESITA DEL APOYO ESTATAL, LA ESCALA DE PRODUCCIÓN NO PERMITE REALIZAR VINO A GRANEL COMPETITIVO EN EL MEDIO LOCAL O INTERNACIONAL
Lechería	4 DEPARTAMENTO EN GANADO 5 DEPARTAMENTO PRODUCCIÓN DE LECHE SECTOR INTENSIVO EN MANO DE OBRA	
Ganadería y animales de granja	GRANDES EMPRESAS DEDICADAS A LA GANADERIA CONVIVENCIA DE GRANDES Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN LA EXPLOTACIÓN AVICOLA CONSUMO INTERNO DE LA CARNE PORCINA BUENA MANO DE OBRA	ADECUADA ARTICULACIÓN DE GRANDES Y PEQUEÑAS EMPRESAS EXPORTACION DE LA PRODUCCIÓN AVICOLA
Citrícola	PRODUCCIÓN DEL LIMONES 21% DE LAS TIERRAS EXPLOTADAS DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL.	LEJANIA DEL NORTE DEL PAIS DONDE SE PRODUCE LA MAYOR CANTIDAD DE CÍTRICOS

CANELONES EXPORTA

Turismo	GRAN DESARROLLO TURISTICO	DESAFIO EN LA OFERTA DE SERVICIOS Y HOTELES
Químico - farmacéutico	CRECIMIENTO EN EL PAIS DOS GRANDES POLOS EN CANELONES DE DESARROLLO	NECESIDAD DE MANO DE OBRA CALIFICADA

Fuente: Uruguay XXI.

Los desafíos a la producción del departamento son de diversa índole y varían según el sector y su consolidación. Desde la institucionalidad del departamento se han generado distintos programas de impulso a la promoción de inversiones como el “Programa de Fomento y Promoción de Inversiones” que funciona en la órbita de la Dirección de Desarrollo Industrial y Comercial de la Comuna Canaria. El objetivo del programa es facilitar la implementación de proyectos de inversión dentro del Departamento. Existe la ley de parque industriales N° 17547 para la promoción de Parques Industriales y en la articulación de empresas factibles de operar o producir como cadenas productivas.

1.5 Canelones empresarial

Canelones es el segundo departamento con mayor cantidad de empresas grandes detrás de Montevideo. La alta diversificación productiva del departamento así como también la presencia de grandes empresas con capacidad de generación de empleo genuino en el departamento. El 11% de las empresas del país están en Canelones, suman un total de 23.500 empresas con accionar en diferentes rubros (Uruguay XXI, 2019)

“Si analizamos las empresas instaladas en el departamento según sector de actividad aparecen dentro de las más importantes aquellas relacionadas al sector agropecuario, aunque las construcciones de obras de arquitectura ocupan un lugar preponderante observándose más de 2.300 empresas que desarrollan esta actividad.

En el sector agropecuario en particular existe cerca de 1.340 empresas que se dedican al cultivo de cereales, le siguen predios de explotación mixta (1.225 empresas) y la cría de ganado vacuno destinado a la producción de carne con un total de 935 empresas que se desempeñan en dicha industria”.(Uruguay XXI, 2019)

En el siguiente cuadro se presentan los principales indicadores de exportación del departamento.

Cuadro No.4 Exportaciones del Canelones por producto del año 2018.

Productos de exportación	Mill. US\$	Part %
Carne bovina	616,8	48
Productos farmacéuticos	120,4	9
Despojos y subproductos cárnicos	87,2	7
Plásticos y sus manufacturas	85,2	7
Madera y productos de madera	55,0	4
Carne ovina y caprina	44,6	3
Caucho	44,2	3
Sustancias químicas	37,0	3

CANELONES EXPORTA

Productos lácteos	36,5	3
Carne equina, porcina, otras	23,2	2

Fuente: Uruguay XXI

Se observa que las exportaciones de carne bovina ocuparon el primer lugar totalizando 616,8 millones de dólares, en segundo lugar productos farmacéuticos y en tercer lugar productos de despojos cárnicos y sus subproductos. En cuanto a los destinos de los productos, China es el país principal (31%), seguido por Brasil, Estados Unidos y Países Bajos.

Cuadro No. 5 Exportaciones del departamento por destino en el año 2018.

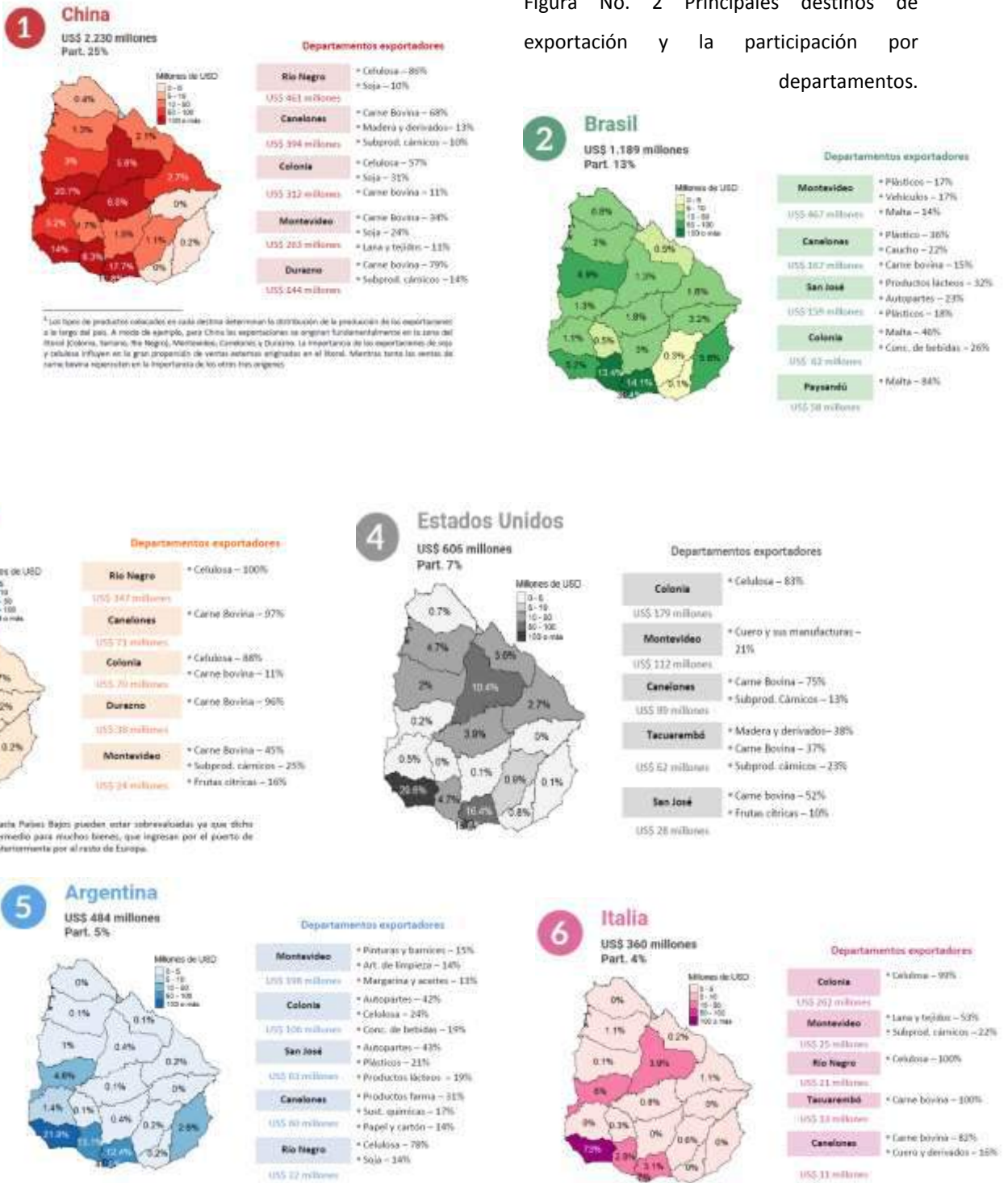
País de destino	Mill. US\$	Part %
China	394,5	31
Brasil	167,5	13
Estados Unidos	99,2	8
Países Bajos	71,1	6
Argentina	60,1	5
Federación Rusa	44,6	3
Chile	35,7	3
Israel	35,5	3
Alemania	30,4	2
Paraguay	26,2	2

Fuente: Uruguay XXI

A continuación, se presenta la contribución del departamento a los distintos destinos comparados con los otros departamentos exportadores.

CANELONES EXPORTA

Figura No. 2 Principales destinos de exportación y la participación por departamentos.



CANELONES EXPORTA



Fuente: Uruguay XXI

Como se observa en los mapas, la contribución de Canelones es de importancia en los países receptores. En ese sentido, se destacan las exportaciones con destino a China y Brasil. Dos mercados en los que Canelones está presente en el 31% y 13% de la participación respectivamente.

1.7 Síntesis.

Es imperativo para el Uruguay insertarse más profundamente en el mercado internacional. La pequeña escala de su mercado interno, tanto de consumo como de capitales, demanda diversificación de mercados y de bienes y servicios exportables. Esto significa, diversificar la producción nacional, diversificar y ampliar los mercados. Pero el reto, de acuerdo al diagnóstico del gobierno y de los analistas no pasa solo por aumentar la producción sino por definir una estrategia global de inserción internacional que permita al país y a sus productores aumentar la calidad de los bienes y servicios exportables para ingresar en mercados cada vez más exigentes en vista que los competidores de los productos uruguayos producen a una escala muy superior.

Esto implica una inserción en los circuitos comerciales más dinámicos incorporando mayor inteligencia a la producción. Generando producción de alta calidad para mercados altamente exigentes. Sin embargo también significa aplicar la inteligencia comercial para analizar las tendencias y las señales de mercados potencialmente en expansión aunque no tan sofisticados como los arriba señalados.

Es imprescindible también mejorar las condiciones de acceso a los mercados internacionales a través de un fortalecimiento de las capacidades institucionales para participar en las negociaciones comerciales (Desarrollo de instrumentos de “Inteligencia Competitiva”).

Para insertarse en el mercado internacional es fundamental gestionar la inteligencia colaborativa de todos los actores involucrados. El tejido industrial necesita más diferenciación de producto y una mayor generación de valor. Para esto es fundamental desarrollar una inteligencia activa y colaborativa entre el sector privado y el público.

CANELONES EXPORTA

El Uruguay debe continuar buscando (como lo viene haciendo) nichos de mercado donde importen la calidad más que la cantidad. Pero para eso, es imprescindible incorporar conocimiento a los procesos productivos, algo en lo que Uruguay ha incursionado exitosamente en (por ejemplo) sus cadenas cárnicas, rubro en el cual se exporta para alimentar a 30 millones de habitantes, pero donde aún resta que este logro se concrete en otras cadenas productivas.

Capítulo 2. Mapa de actores

Las claves para el crecimiento económico son la inversión de capital (en forma de capital nacional o inversión extranjera directa), y el uso intensivo del conocimiento,, de forma tal de aumentar la productividad y la capacidad exportadora de las empresas nacionales y, en este caso, del departamento de Canelones.

Entes como la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE), Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII), la Dirección de Industria del MIEM, el Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca (MGAP), Uruguay XXI, el Banco República (BROU), el Laboratorio Tecnológico el Uruguay (LATU), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Instituto Clemente Estable, el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INAVI), el Instituto Nacional de Carnes (INAC), el área de control sanitario del MSP, el Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria (INIA), la Cancillería, la Asesoría de Política Comercial del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), la Corporación Andina de Fomento, entre otros , son solo algunos de los agentes del sector público e internacional con conocimiento y capacidades en aspectos parciales de la innovación para la exportación.

Las empresas, los directivos y los trabajadores de las empresas poseen un conocimiento insustituible para innovar. Ese conocimiento es muchas veces “conocimiento implícito” es decir resultado de la práctica y de las competencias generadas en el hacer. Sin embargo este conocimiento no está documentado y por lo tanto solo se comunica por la trasmisión en la práctica. Para agregar valor en una lógica de cooperación dentro de la empresa y entre empresas es necesario documentar y difundir ese conocimiento, el cual articulado con el conocimiento explícito (el que sí está documentado) y con el conocimiento de otros individuos y organizaciones potencia la capacidad innovadora de las empresas. Entonces es que, entre otras, emergen las siguientes preguntas las cuales muchas veces no pueden ser respondidas por las empresas en forma individual.

¿Dónde se encuentran y cómo se llega a las distintas agencias del sector público que apoyan a las empresas en sus proyectos innovadores/exportadores? ¿Cómo se llega y/o capta el financiamiento? ¿Cuál es la tecnología adecuada para el aumento de la productividad de la empresa? ¿Cómo fortalecer la capacidad de gestión de las organizaciones que producen bienes y servicios exportables? ¿Cómo mejorar los procesos? ¿Cómo identificar y salir a los mercados? ¿Cómo negociar en mercados desconocidos? ¿Cómo realizar el seguimiento de las negociaciones públicas y privadas? En definitiva, ¿Cómo innovar en los diversos frentes que hacen a la gestión empresarial?

Un aspecto que no se debe dejar de lado es el de las cadenas productivas, una mejor inserción en el mercado internacional y la innovación empresarial, tiene un efecto altamente positivo en el mercado de trabajo, al generar más empleo de mejor calidad.

El siguiente apartado tiene por objetivo presentar los principales actores nacionales vinculados a los procesos de exportación de las empresas. Las preguntas que se buscan responder son: *¿Dónde se encuentran y cómo se llega a las distintas agencias del sector público que apoyan a las empresas en sus proyectos innovadores/exportadores? ¿Cómo se llega y/o capta el financiamiento?* En primer lugar se presentan las instituciones nacionales que forman parte del sistema de transformación productiva y en segundo lugar se presentan las instituciones departamentales.

2.1 El sistema de transformación Productiva y Competitividad.

El país ha generado institucionalidad que se ocupa de la transformación productiva, la internacionalización, la capacidad exportada de las empresas, el fortalecimiento institucional etc. A través de la Ley N° 19472 se crea el Sistema Nacional de Transformación Productiva y Competitividad promulgada el 23 de diciembre de 2016. Este sistema es una respuesta a los problemas de coordinación presente en el país público – público en las políticas de desarrollo productivo. En efecto la plataforma oficia de soporte institucional para dichas políticas, articulando diversas instituciones públicas, ministerios, agencias, institutos y privadas.

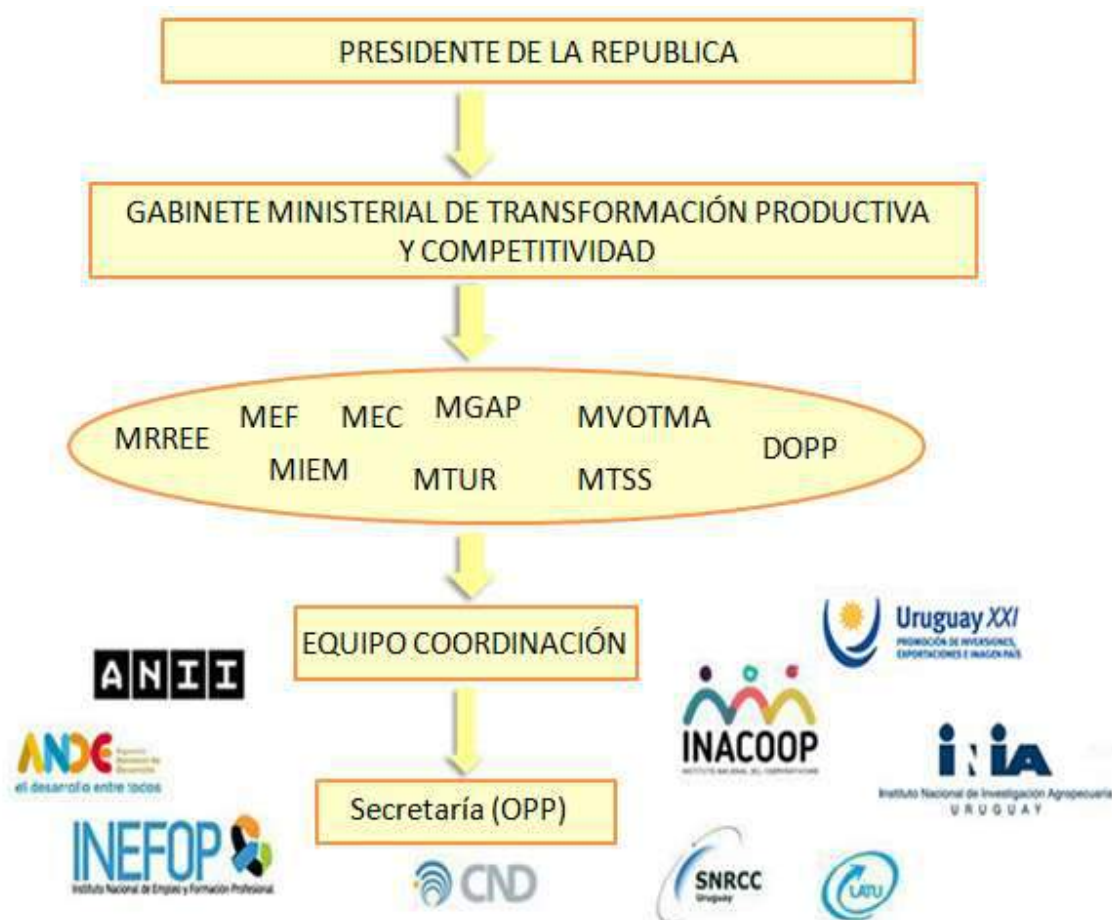
“Las múltiples dimensiones del problema tienen como correlato múltiples instituciones involucradas, públicas y privadas. Del lado público, a lo largo de la última década se han puesto en funcionamiento diversos Institutos y Agencias con especialidades que son centrales al desarrollo productivo sostenible: ANII en financiamiento de I+D+i; Latitud (LATU) en diseño y ejecución de proyectos de investigación e innovación; INEFOP en financiamiento del desarrollo de capacidades humanas y empresariales; INACOOP en promoción de la economía social; AGESIC en agenda digital; y ANDE en apoyo al desarrollo de Mipymes. Estos organismos se sumaron a otros preexistentes, también especializados, tales como, LATU, Uruguay XXI, INIA, CND y SNRCC, y al conjunto de Ministerios relacionados”(Uruguay transforma: 2019,8).

Este sistema tiene por cometidos:

- “Proponer al Poder Ejecutivo objetivos, políticas y estrategias en relación con el desarrollo económico productivo sustentable, orientados a la transformación productiva nacional y a la mejora de la competitividad, incluidos los relativos a ciencia, tecnología e innovación aplicada a la producción y a la inserción económica internacional.
- Diseñar e implementar los programas, instrumentos y actividades que corresponda, con alcance nacional, promoviendo la coordinación y articulación interinstitucional y optimizando el aprovechamiento de los recursos disponibles.
- Realizar el seguimiento y la evaluación permanentes de las acciones ejecutadas por los integrantes del Sistema y sus resultados, promoviendo la transparencia y la rendición de cuentas.
- Implementar mecanismos efectivos de consulta y articulación con trabajadores, empresarios, instituciones educativas, entidades representativas de diversos sectores de actividad y otros actores sociales interesados en las actividades del Sistema.” (Transforma Uruguay:2019)

Las instituciones que integran Transforma Uruguay son diversas y con diferentes cometidos.

Figura No. 3 Institucionalidad de Transforma Uruguay.



Fuente: Elaboración propia en base a Transforma Uruguay 2019.

Estas instituciones son actores claves del sistema de transformación productiva y ofrecen a las empresas financiamiento en distintos rubros. Las convocatorias tienen características específicas que se describen a continuación.

2.1.1 La Agencia Nacional de Investigación e Innovación

Surgió hace más de una década, es una entidad gubernamental de derecho privado que promueve cuatro pilares fundamentales: investigación, innovación, recursos humanos y emprendimiento. La agencia pone a disposición fondos públicos a través de convocatorias de instrumentos de estos pilares. En el marco de ANII también funciona el Sistema Nacional de Investigadores (SIN), un programa de incentivo económico para los investigadores nacionales categorizados en base a un sistema de evaluación entre pares. Adicionalmente funciona el Portal Timbó que permite el acceso gratuito a publicaciones científicas.

En el pilar INNOVACIÓN existe una serie de apoyos a los emprendimientos y las empresas:

- Para fortalecer las capacidades internas de las empresas, la agencia desarrollo **Herramientas para la innovación**. Entre estas herramientas se pueden realizar las siguientes acciones:

Capacitación de los empleados de la empresa: la agencia apoya económicamente para capacitar a los empleados a través de estadías en centros tecnológicos, universidades extranjeras o empresas. Se trata de fondos no reembolsables de hasta el 70% del costo del proyecto con un tope máximo de USD10.000.

Adicionalmente, se ofrecen **becas de Maestría y Doctorado** para los empleados de la empresa. El instrumento busca promover la tarea de investigación, desarrollo e innovación en las empresas. La agencia financia hasta el 70% del costo del proyecto por un máximo de \$300.000 no reembolsable.

La contratación de profesionales. El objetivo del instrumento es favorecer la creación de departamentos de I+D+i. El profesional tiene que tener la capacitación adecuada. El Beneficio consiste en fondos no reembolsables de hasta el 65 % del costo mensual de la contratación para un máximo de tres recursos humanos. Si el profesional tiene posgrado en el exterior se financia hasta el 80% del costo mensual para una dedicación de 40 horas semanales.

La agencia financia **pasantías en las empresas** para la realización de maestrías y doctorados. Son fondos no reembolsables de hasta 70% del costo de la contratación, máximos tres beneficiarios.

La contratación de expertos internacionales es otra de las herramientas en la agencia. En este instrumento se contrata un experto con conocimiento que no exista en el país. Los fondos son no reembolsables y cubren hasta el 70% del costo reconocido del proyecto con un tope máximo de \$640.000.

La validación de ideas tecnológicas tiene por objetivo demostrar la viabilidad de una innovación. Se financian hasta el 70% del costo reconocido del proyecto, son fondos no reembolsables con un tope máximo de \$640.000.

- Para generar competitividad y aumentar la productividad de las empresas, la agencia desarrolló los instrumentos de **Implementación de la Innovación**.

Se apoya económicamente la implementación de innovaciones en tres aspectos fundamentales introducir: “en el mercado un producto (bien o servicio) tecnológicamente nuevo, una nueva forma de comercializar un producto ya existente, nuevos métodos de producción o significativamente mejorados” (ANII, bases). Se trata de fondos no reembolsables de hasta el 70% del costo reconocido del proyecto con un tope máximo de \$3.840.000

- Para aprovechar una oportunidad comercial y **potenciar la innovación** la agencia financia los siguientes instrumentos.

Se financia ajuste técnico y estandarización, pruebas piloto, perfeccionamiento de la calidad del diseño, validación productiva y comercial, gastos de protección de propiedad intelectual, pruebas con grupos de clientes y ajustes y mejoras en el modelo de negocio. Pueden postular proyectos con presupuestos inferiores a \$3.200.000 con un tope máximo del 50% del costo del proyecto. Se ofrece crédito hasta \$12.800.000 para proyectos de mayor presupuesto con una tasa de interés del 8% anual en pesos uruguayos.

- Para la internalización y **potenciar la innovación**, la agencia propone las siguientes actividades:

Se apoyan empresas con facturación anual mayor a USD 5.000.000 y menos a USD 4.000.000, con un uso intensivo de conocimiento para la elaboración de sus productos, servicios, procesos, organización y comercialización. Se ofrece un crédito flexible de USD 1.000.000.

- Para proteger los resultados de I+D, la agencia tiene un instrumento específico de patentamiento.

Con este instrumento se trata de apoyar económicamente la inversión que requiere el patentamiento. Se trata de fondos no reembolsables de hasta el 80% del costo reconocido del proyecto.

- Para tener una diferenciación del producto se ofrece **industrias creativas**.

Según las bases del instrumento se busca la mejora de producto, servicios, procesos o la comercialización a través del trabajo de empresas creativas de: editorial, audiovisual, música, radio, software de contenido, publicidad, diseño, artes visuales, artes escénicas y espectáculos, turismo o agencias de noticias. Se apoya económicamente para la contratación de las empresas pertenecientes a las industrias creativas. Son fondos no reembolsables de hasta el 80% del costo total del proyecto. Con un tope máximo de \$254.000.

- **Los desafíos empresariales** son formas de identificar y trabajar sobre algún desafío que la empresa tenga.

Para la solución del desafío se contacta a la empresa con los otros actores relevantes. Se apoya económicamente la implementación de la solución. Puede ser de una sola empresa en cuyo caso se financiara de forma no reembolsable el 70% del costo total del proyecto con un tope máximo de \$5.500.000. Si se trata de empresas asociadas se financiará con fondos no reembolsables el 80% del costo total del proyecto con un tope máximo de \$27.500.000.

- La **alianza para la innovación** es un instrumento asociativo entre Academia y Empresa.

A través de las alianzas se desarrolla un proyecto innovador que implique: proyectos de desarrollo tecnológico que impliquen: “la detección de cuellos de botella tecnológicos para el sector productivo, la búsqueda de soluciones a través de la puesta en marcha de proyectos de investigación y desarrollo. Actividades de transferencia tecnológica, absorción y difusión de nuevas tecnologías al sector productivo. Proyectos de innovación que involucren el desarrollo de productos o procesos que tengan potencial impacto en el mercado una vez finalizado el proyecto”.

En el componente de emprendimiento, la agencia financia los siguientes instrumentos:

- **Emprendedores innovadores.**

El objetivo del instrumento es promover la creación y desarrollo de nuevas empresas o empresas jóvenes que tengan una necesidad de comercialización de productos o servicios innovadores.

Pueden postular al instrumento, emprendedores mayores de edad y empresas jóvenes que no tengan más de 36 meses de existencia y no hayan facturado más de \$1.116.000. Se preveen varias etapas, Según bases de la agencia “Para la puesta en marcha del emprendimiento, los proyectos tendrán un financiamiento no reembolsable de hasta el 80% (ochenta por ciento) del costo del proyecto con un monto máximo de aporte ANII de hasta UYU 900.000”. El capital brindado por ANII se dividirá entre: el aporte al equipo emprendedor por su dedicación hasta un 50% del aporte de ANII. Este capital no requerirá de rendición de gastos y el apoyo para desarrollar las actividades previstas en el marco del proyecto. De resultar aprobado el proyecto, la IPE recibirá UYU 108.500. Se prevé una etapa de puesta en marcha con sucesivos financiamientos.

- **Validación de Idea de Negocio.** Busca acompañar a los emprendedores en el proceso de validación de una idea de negocio en un mercado potencial o de una validación técnica.

- **Pre Incubados** Instituto Pasteur El Espacio de Innovación promueve la creación y desarrollo de nuevas empresas que se planteen la comercialización de productos o servicios innovadores en el área de la Biotecnología Roja (Salud Humana y Animal) y Bioinformática.

Para el fomento del ecosistema innovador la agencia presenta los siguientes componentes:

- Incubadoras de Emprendimientos que financia el diseño, puesta en marcha y fortalecimiento de incubadoras de emprendimientos, enfocadas en apoyar emprendimientos dinámicos en sus etapas iniciales.
- Instituciones Patrocinadoras que financia apoyo a Instituciones Patrocinadoras de Emprendimientos (IPE) para que lleven adelante la difusión, captación, realización y evaluación de concursos y seguimiento de proyectos que deseen realizar una Validación de Ideas de Negocio.
- Fondo de Coinversión Programa de inversión conjunta de fondos privados y ANII, que permite a los emprendimientos acceder a mecanismos de inversión más complejos.

Para profundización en los instrumentos de la agencia se encuentra la información en su página web, así como también la descripción con mayor profundidad de los instrumentos disponibles, montos, beneficiarios y tipo de convocatoria.

2.1.2 Agencia Nacional para el Desarrollo

Es una agencia que promueve el desarrollo del país mejorando la competitividad empresarial con un enfoque territorial a través de diversos instrumentos de apoyo. Su finalidad es “contribuir al desarrollo económico productivo, en forma sustentable, con equidad social y equilibrio ambiental y territorial. Diseñamos programas e instrumentos eficaces, eficientes, transparentes, con especial énfasis en la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas”. Los instrumentos que pone a disposición son:

- **Programa Uruguay Audiovisual** cuyo objetivo es promover la producción audiovisual nacional con la optimización de los procesos para ejecutar proyectos. Pueden postular al instrumento empresas que tengan su certificado de vigencia, personería jurídica, y estar al día con las obligaciones tributarias. Los proyectos recibidos se clasifican en dos categorías: proyectos entre \$345.000 y \$690.000 y proyectos con un monto mayor a \$690.000
- **Programa de Desarrollo de Proveedores** Promover el desarrollo de capacidades en MIPYMES proveedoras de grandes empresas y nuevas mediante la identificación de oportunidades de negocios.

- **Bienes Públicos para la competitividad** Apoyar proyectos orientados al desarrollo de bienes públicos que aborden fallas de mercado y coordinación, que afectan la productividad y competitividad del país. Estos bienes públicos podrán orientarse a uno o varios sectores de actividad a nivel nacional (modalidad 1 - Bienes Públicos Sectoriales) o a una o varias cadenas productivas con impacto regional (modalidad 2 - Bienes Públicos Regionales)

ANDE cofinanciará en forma no reembolsable hasta el 80% del costo total del proyecto con un monto máximo de \$U.7.000.000 por proyecto (pesos uruguayos siete millones)

- **Programa de articulación productiva y competitividad.** El objetivo del programa es contribuir a aumentar la productividad de las empresas pertenecientes al clúster. Se pueden postular las empresas, en particular Mipymes pertenecientes al clúster de turismo (como por ejemplo es el caso específico de turismo de Piriapolis). ANDE brinda asistencia técnica y financiamiento no reembolsable del 80% en proyectos conjuntos.
- En el marco de la **economía circular**, existen varias propuestas: a) fomentar mejoras de productividad y competitividad en las empresas mediante el apoyo a la implementación y ejecución de proyectos que se enmarquen en algunas de las líneas de acción de la economía circular: regenerar, compartir, optimizar, recircular, desmaterializar e intercambiar materiales, insumos y recursos utilizados en la producción, contribuyendo a reducir el impacto ambiental. b) fomentar mejoras de productividad y competitividad en las empresas mediante la puesta en marcha de nuevos negocios circulares y/o el desarrollo de prototipos de nuevos productos (bienes, servicios) y/o procesos. C) fomentar mejoras de productividad y competitividad en las empresas y emprendimientos mediante la validación de ideas que se enmarquen en algunas de las líneas de acción de la economía circular.
- Para el **desarrollo empresarial e institucional** se proponen: a) Programa de Apoyo a la Digitalización en MIPYMES, b) Programa integral de adecuación tecnológica para pymes (PAT) c) Convocatoria Programa de Fomento a la Competitividad Territorial.
- Para el desarrollo de emprendimientos ANDE propone: a) apoyo a emprendedores para la validación de negocios de turismo, b) Generación y fortalecimiento de Ecosistemas Regionales de Emprendimiento) Programas de Inglés para Emprendimientos y PYMES, d) Becas Prodem, e) Movilidad y Profesionalización de Emprendimientos, f) Fondo concursarle corredor de pájaros pintados, g) Semilla ANDE para incubadoras de empresas, h) Semilla ANDE, i) fomento de la cultura innovadora.

2.1.3 Uruguay XXI

Es un actor relevante en el proceso de internacionalización y promoción de inversiones y exportación de bienes y servicios de las empresas. Sus ejes de trabajo son por un lado la internacionalización de la economía uruguaya, trabajando para promover el crecimiento de las exportaciones y el posicionamiento del país como destino estratégico. Tiene varios instrumentos para cumplir con sus cometidos, entre ellos se destacan:

- Acompañamiento a las empresas que quieren iniciar su perfil exportador o buscan incrementar sus ventas a nuevos mercados. En el marco de ese apoyo la agencia brinda información acerca de oportunidades comerciales en nuevos mercados, el análisis de los escenarios competitivos.
- Adicionalmente realiza capacitación dirigida a empresas para que desarrollen su potencial exportador a través de diversos talleres sobre la temática.
- Por otro lado, realizan promoción de los productos o servicios de empresas uruguayas en ferias internacionales y visitas comerciales.

La agencia pone a disposición una serie de herramientas que sirven a las empresas que empiezan su proceso de exportación:

- Guía básica de herramientas para exportar: esta guía contiene toda la información necesaria para comenzar el proceso de exportación.
- Informes Comerciales: contienen información acerca de oportunidades comerciales de exportación, sectoriales y de países con relación al mundo y con relación a Uruguay. Actualmente se cuenta con: 1. Informes de países de África; América; Asia; Europa; 2. Informes de comercio exterior de carácter mensual, anual, así como anuario estadístico, notas técnicas e informes acerca de las perspectivas de comercio internacional y regional.
- Informes sectoriales con información detallada acerca del sector, y de las oportunidades de exportación y series históricas de exportación e importación.
- Oportunidades comerciales: es una herramienta que facilita la detección de lugares en donde los productos uruguayos tienen oportunidades comerciales. "Permite identificar tanto los países donde nuestros productos pueden ser comercializados, así como ver qué productos tienen oportunidades en un determinado país. Una oportunidad comercial es una demanda concreta de un bien específico, detectada por el departamento de Inteligencia Competitiva de Uruguay XXI. Para utilizar la herramienta, seleccione un país o ingrese su producto o Nomenclatura Común del Mercosur (NCM). Al mismo tiempo, se pueden descargar los perfiles de cada país seleccionado.

- Sistema de Aranceles (SA): "Permite obtener información de aranceles intra y extrazona, preferencias y devoluciones de tributos desglosado por NCM".
- Sistema de Información de Exportaciones (SIE): "Permite realizar consultas online, sobre las exportaciones de Uruguay; productos, destinos, valores, obtenidas del Sistema Lucia, de la Dirección Nacional de Aduanas".
- **Programa Proexport-** El programa consiste en realizar proyectos para comenzar a exportar, aumentar las exportaciones o acceder a nuevos mercados. El instrumento consisten en cofinanciar actividades de promoción en el marco de un proyecto de internalización de la empresa. Según las bases del instrumento pueden postular al mismo: "todas las MIPYMES que cuenten con Certificado PYME emitido por DINAPYME (MIEM), sean exportadoras o tengan potencial exportador, produzcan y comercialicen bienes y/o servicios de origen nacional con potencial exportador. Se priorizarán aquellas MIPYMES que produzcan bienes o servicios con innovación o valor diferencial. Cuenten con compromiso y capacidad para desarrollar e implementar una estrategia de exportación. Requieran asesoramiento y/o apoyo financiero para desarrollar o impulsar su estrategia de acceso a los mercados y su plan de negocios.

Existen dos modalidades de postulación: por un lado nuevo exportador orientado a empresas que tienen potencial exportador y desean comenzar a exportar. Por otro lado consolidación exportadora orientada a empresas que buscan consolidar y aumentar sus exportaciones. El instrumento se adapta a cada caso definiéndose los montos de apoyo de acuerdo a cada situación y los montos previstos en el instrumento.

El financiamiento es en modalidad no reembolsable de hasta USD30.000 por proyecto de internacionalización. Cada proyecto tiene una duración máxima de 24 meses.

Se podrá aceptar más de un Proyecto de Internacionalización por empresa, en la medida en que refiera a productos o mercados diferentes, hayan transcurrido al menos 24 meses desde la aprobación del proyecto previo, éste haya culminado y se haya obtenido una evaluación satisfactoria.

- **Eventos y Misiones.** Está contemplado financiamiento específico para la participación de MYPIMES en eventos y misiones vinculados a su estrategia de internacionalización. Los fondos disponibles en el marco de este programa ascienden a USD 300.000 para ser adjudicados en el período 2019 que se repartirán en cuatro convocatorias de USD 75.000. Se podrá solicitar hasta un máximo de USD 3.000 anuales por empresa.
- **Marca País.** Este instrumento de la agencia tiene por objetivo contribuir a mejorar el proceso de inserción económica internacional del país a través del fortalecimiento de la capacidad institucional del sector público y privado en materia de negociación, implementación y administración de las políticas comerciales respectivas, así como de promoción de

exportaciones, atracción de inversiones y turismo. Se prevé el uso del logo «Uruguay Natural» en sus comunicaciones institucionales y packing.

2.1.3 Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional (INEFOP)

Tiene como principal cometido ejecutar políticas de formación profesional y fortalecimiento del empleo de trabajadores y trabajadoras del país. Para el fortalecimiento de la empresa, la capacitación y consultoría brinda distintos instrumentos:

- **Empresas Micro y Pequeñas**. Este instrumento brinda apoyo a las MIPYMES para desarrollar consultorías y capacitación con la finalidad de mejorar la competitividad mediante la formación de recursos humanos. Las modalidades son: capacitaciones en cursos regionales, capacitaciones a medida y asistencia técnica.
- **Empresas Medianas y Grandes**: para las empresas medianas y grandes, el instrumento está dirigido a su personal jerárquico y busca profesionalizar la gestión a través de consultorías o actividades de capacitación. Las modalidades son: capacitaciones en cursos regionales, capacitaciones a medida y asistencia técnica.
- Co ejecuta el Programa Pro Export descrito anteriormente.

2.1.3 Instituto Nacional de Cooperativismo

Tiene por objetivo promover el desarrollo económico, social y cultural del sector cooperativo y su inserción en el desarrollo del país. Se dedica a impulsar la formación de cooperativas para la gestión de la empresa y la enseñanza del cooperativismo. Se encarga de comunicar los temas del cooperativismo así como de evaluar su incidencia en la economía. Cuenta con dos herramientas fundamentales de apoyo.

- Fondo de Promoción y Educación (FOMCOOP)
- Fondo Rotatorio Especial (FRECOOP) para financiar proyectos destinados al desarrollo cooperativo. Dichos fondos se alimentan con aportes mixtos del Estado y las propias cooperativas (prestación anual, a través del para tributo creado para esos fines).

2.1.4 Laboratorio Tecnológico del Uruguay

El laboratorio tiene por cometido prestar servicios orientados a la cadena productiva. “Es referente nacional e internacional en innovación, transferencia tecnológica y soluciones de valor en servicios analíticos, de evaluación de la conformidad, metrológicos y tecnológicos. Promueve la cultura científica y emprendedora, así como el desarrollo de plataformas tecnológicas”.

- Desarrolla los métodos analíticos necesarios para el cumplimiento de las normativas nacionales e internacionales con el fin de superar barreras técnicas al ingreso de la producción nacional en

otros mercados. Tal es el caso de como alimentos y juguetes—para el control medioambiental o el de los regímenes de promoción industrial.

- El LATU apoya el desarrollo en gestión organizacional y contribuye al avance productivo a través de la transferencia tecnológica. Ofrece sus servicios a organizaciones públicas y privadas, para propiciar procesos de cambio que contribuyen y fortalecen su competitividad y sustentabilidad a través de la mejora de la gestión empresarial, de sus procesos, de la promoción de la innovación y de su gestión socialmente responsable.
- A través de Latitud, su fundación para la investigación, el desarrollo y la innovación (I+D+i) planifica y ejecuta proyectos adaptados a las necesidades de la industria.

2.1.5 Corporación Nacional para el Desarrollo.

Brinda servicios a Ministerios, Intendencias, Entes y empresas públicas y sector privado para la consecución de los objetivos de desarrollo del país mediante la excelencia de gestión con enfoque al ciudadano y responsabilidad social.

De acuerdo a su documento de creación los Cometidos de CND son:

“A. Actuar como concesionario de proyectos de infraestructura pública de transporte, energía, telecomunicaciones y de cualquier otro tipo que sean de uso público, de acuerdo con lo que por ley, contratos y convenios se le asignen. A estos efectos la Corporación podrá crear o adquirir sociedades comerciales o participar en consorcios y/o en fideicomisos especializados en la explotación de las concesiones o proyectos que se le otorguen.

B. Ejercer como administrador y/o fiduciario de proyectos vinculados al desarrollo y mantenimiento de infraestructura financiados con recursos públicos, préstamos o donaciones nacionales o internacionales.

C. Crear o adquirir sociedades comerciales, constituir consorcios y fideicomisos, celebrar convenios con entidades públicas o privadas, a los efectos de la realización de obras de infraestructura o prestación de servicios asociados a estas.

D. Identificar áreas de oportunidad en infraestructura pública y servicios conexos. Preparar y promover proyectos de inversión, prestar servicios de consultoría, analizar y estructurar proyectos para el sector público o privado, relacionados con su ámbito de competencia.

E. Prestar servicios fiduciarios y de administración de fondos, de recursos humanos o de administración contable y financiera, por cuenta de terceros. De los acuerdos o decisiones que impliquen la ejecución de este cometido con fondos públicos se informará al Ministerio de Economía y Finanzas”.

De los acuerdos o decisiones que impliquen la ejecución de este cometido con fondos públicos se informará al Ministerio de Economía y Finanzas

A partir de la Ley Nº 18.786 (promulgada el 19 de julio de 2011), se agregan a CND los siguientes cometidos en materia de Participación Público-Privada (PPP), enumerados en el art. 9:

A. Desarrollar y fomentar la ejecución de proyectos de Participación Público-Privada mediante la aplicación de los mejores criterios técnicos y el apego a los principios y orientaciones contenidos en la presente ley.

B. Elaborar los lineamientos técnicos aplicables a proyectos de Participación Público-Privada a través de la confección de guías de mejores prácticas recomendadas, uniformización de procedimientos y preparación de manuales, modelos e instrumentos que contribuyan al diseño y ejecución de los referidos proyectos en formas más eficaz y eficiente. La difusión de los mismos requerirá la aprobación del Ministerio de Economía y Finanzas, previo informe de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto.

C. Asesorar en la identificación, concepción, diseño, estudio, estructuración, promoción, selección y contratación de los proyectos de Participación Público-Privada, en los términos y condiciones que se acuerden mediante convenio con las Administraciones Públicas contratantes.

D. Contribuir al fortalecimiento de capacidades de las Administraciones Públicas contratantes en el diseño e implementación de proyectos de Participación Público-Privada.

E. Asesorar al Poder Ejecutivo a identificar y priorizar proyectos susceptibles de ser ejecutados mediante el sistema de Participación Público-Privada.

F. Facilitar a las Administraciones Públicas contratantes la coordinación interinstitucional de sus actividades relacionadas con proyectos de Participación Público-Privada.

G. Crear o adquirir sociedades comerciales de cualquier naturaleza así como instrumentos financieros, cuando ello se entienda necesario para el mejor desarrollo de proyectos de Participación Público-Privada.

El art. 10 de la Ley Nº 18.786 se refiere a la estructuración de los proyectos de Participación Público-Privada, estableciendo que la Administración Pública puede contratar en forma directa a CND a tales efectos.

La ley mencionada admite que la Administración Pública acuerde con CND que ésta asuma “la implementación de un proyecto de Participación Público-Privada en forma integral, con el fin de viabilizar su concreción y, posteriormente, transferir el mismo al sector privado” (art. 11).

Con respecto a los contratos de Participación Público-Privada institucional, la Administración Pública puede celebrar directamente contratos de Participación Público-Privada con CND (art. 12).” (CND)

Los apoyos que brinda están relacionados con la infraestructura:

- la planificación, dirección y gerenciamiento de obras y proyectos de infraestructura, desarrollando actividades de estructuración, diseño, ingeniería y construcción.
- Facilitar la ejecución de fondos: administración operativa, contable y financiera de fondos de terceros, por cuenta y orden de los clientes, para facilitar el cumplimiento y concreción de proyectos específicos a través del área de Administración de Fondos.
- Realizar la estructuración financiera de proyectos: a través del fiduciario financiero CONAFIN AFISA, CND brinda soporte en el asesoramiento, estructuración y administración de

fideicomisos y fondos que operan como instrumento para la financiación de obras de interés público.

2.1.6 Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria. (INIA)

El instituto tiene por cometido “Generar y adaptar conocimientos y tecnologías para contribuir al desarrollo sostenible del sector agropecuario y del país, teniendo en cuenta las políticas de Estado, la inclusión social y las demandas de los mercados y de los consumidores.”

- Tiene 6 direcciones regionales, la Estanzuela en Colonia, Salto Grande en Salto, Tacuarembó, Treinta y Tres y Las Brujas en Canelones.
- Cuenta con dos tipos de programas nacionales de investigación por cadenas de valor: arroz, carne y lana, cítrica, secano, forestal, frutícola, hortícola y leche. Y por áreas estratégicas: producción familiar, pasturas y forrajes, sustentabilidad ambiental.
- Los apoyos que brinda están relacionadas a sus investigaciones sobre los temas relevantes de producción.
- En particular, la Estación experimental INIA Las Brujas situada en Canelones es sede de cuatro de los programas de investigación: Carne y Lana; Fruticultura, Horticultura y Producción Familiar.

2.2 Actores Nacionales vinculados a la producción y la exportación.

2.2.1 Junta Nacional de la Granja.

La Junta es una unidad ejecutora del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca (MGAP). La junta tiene por cometido articular la demanda de los granjeros organizados y los servicios del sector público.

- Presta servicio técnico para promover la producción, industrialización y comercialización de la producción granjera.
- Promueve a la adaptación de nueva tecnología.
- 12000 pequeños y medianos empresarios son beneficiarios de los servicios de la Junta estos producen comercialmente fruta de hoja caduca, hortalizas, miel, flores y animales de granja

2.2.2 Instituto Nacional de Vitivinicultura

El Instituto es el rector en política vitivinícola nacional. Tiene la posibilidad de asesorar en todo el proceso productivo e industrial, así como también promociona, desarrolla e investiga sobre la actividad del sector.

- Los apoyos que realiza están vinculados a: tramitación, estadísticas sectoriales, programa de Enoturismo, Programa Uva y Vino por regiones.
- En concreto para los exportadores es quien otorga los certificados de muestreo y de origen para exportación.

2.2.3. Unión de Exportadores del Uruguay

La Unión de Exportadores del Uruguay es una gremial empresarial que promueve la exportación. Tiene diferentes apoyos para el crecimiento de las empresas exportadoras.

- Exportación Inteligente es un programa para promover ventajas competitivas a través de la generación de conocimiento. “Busca desarrollar y aplicar conocimiento a través de las universidades y las empresas, contribuyendo al acercamiento de las academias a las realidades empresariales y a las empresas al conocimiento generado y acumulado por nuestros centros de estudios terciarios”
- Línea verde, es un servicio de asistencia que apunta a la levantar las distintas barreras a la exportación que presentan las empresas.
- Programas de cooperación: Uruguay- San Pablo, Uruguay- Buenos Aires. Se trata de espacios de intercambio, negocios, eventos, show- room, degustaciones y teleconferencias, a costos accesibles.
- Exportación de alimentos. Registro de alimentos en los Estados Unidos.

2.2.4 Cámara Uruguaya de Tecnologías de la Información

La Cámara Uruguaya de Tecnologías de la Información (CUTI) es la asociación de empresas de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Uruguay, entidad sin fines de lucro, de carácter privado. Tiene como misión impulsar el desarrollo y crecimiento de la industria de las tecnologías de información y comunicación (TIC) a través del desarrollo de sus asociados.

Los apoyos que brindan son:

- acceso a fuentes de financiamiento y otros aspectos relevantes para las empresas.

- orientaciones y decisiones de Cuti a través de sus órganos Directivos y sus comisiones de trabajo.
- Información
- relevamiento y procesamiento de información estadística acerca de la actividad del sector mediante la Encuesta Anual TIC (exportaciones, empleo, remuneraciones, facturación total, etc.)
- acceso a estudios de información nacional e internacionales.
- Oportunidades de negocios.
- Asesoramiento, capacitación y difusión.

2.2.5 Asociación Nacional de Micro y Pequeños Empresarios

La asociación es un grupo gremial que se ocupa de la defensa, representación y promoción del sector de micro y pequeños empresarios.

La asociación realiza actividades de:

- Vinculación con las empresas con organismos públicos y privados.
- Participación en espacios interinstitucionales.
- Servicios de asesoramiento y capacitación.
- Asistencia técnica y herramientas de planificación y gestión estratégica personalizada para el emprendimiento; desde el área contable, marketing y ventas, comercio exterior, programación y diseño web, seguridad, salud ocupacional, soluciones informáticas, asesoramiento notarial, gestoría y trámites, entre otros.
- Servicios de comercio exterior e internacionalización.

2.2.6 Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay

La Cámara tiene por cometido: “Velar por el interés general del comercio y los servicios y del sector privado de la Economía Nacional, defendiendo los principios de libertad en el sentido más amplio en el marco del estado de Derecho.”

Servicios que presta:

- Departamento de Comercio Exterior de la Cámara brinda a los socios: asesoramiento en operaciones de comercio internacional, Organización de misiones comerciales, Base de datos normativa y documental de comercio exterior, Reseña anual de comercio exterior de Uruguay, Seminarios internacionales
- Apoyo y promoción de las exportaciones de servicios
- Publicación de oportunidades comerciales y ferias internacionales. Análisis de mercado
- Asesoramiento de Comercio Exterior e Internacionalización.
- Capacitación.

2.2.7 Cámara de Industria y Comercio.

La Cámara es la entidad empresarial que representa el sector industrial del país. Está integrada por 45 gremiales. Sus apoyos son diversos:

- A través del Centro Internacional de Negocios promueve la inserción internacional de las empresas uruguayas. Las principales actividades son servicios de consultoría, promoción y difusión.
- Desde el programa de desarrollo de exportadores apoya a las empresas en la expansión de sus productos a los mercados externos.
- Programa de Desarrollo de Nuevos Emprendedores (DNE)
- Desde el Centro Internacional de Negocios brinda asistencia técnica sobre: Implementación del plan comercial de exportación de su empresa - Seguimiento de los contactos comerciales en el exterior - Investigación y desarrollo de nuevos mercados de exportación - Análisis de otras alternativas de inserción internacional.
- Desde el Centro de Extensionismo Industrial-, se brinda apoyo a las empresas en la detección de puntos críticos de los procesos productivos, “Identifica oportunidades de mejora tecnológica, Sugiere cómo fortalecer sus capacidades de innovación., Indica los instrumentos de apoyo más apropiados para ejecutar las acciones recomendadas por el CEI., Revisa la cadena de valor de la empresa identificando brechas entre la situación actual y la deseable en la gestión de los procesos claves. Propone un plan de acción para atender las brechas más críticas y fortalecer las capacidades de innovación, Indica los instrumentos de apoyo más apropiados para ejecutar las acciones recomendadas por el CEI.
- Cuando la empresa ya identificó necesidades e intereses concretos, el CEI asesora directamente sobre los instrumentos de apoyo y beneficios económicos existentes, los servicios más apropiados y otras capacidades disponibles para resolver problemas.”(CEI).

2.2.8 Cooperativas Agrarias Federadas

La CAF es una red integrada por cooperativas agrarias y sociedades de fomento rural de Uruguay. Tiene actualidad más de 20 socios y aproximadamente 2000 productores del país.

- Trabaja sobre las cadenas de valor: ganadería, agricultura, lechería, granja, y floricultura. Los principales apoyos que realiza son: representación gremial, desarrollo integral a través de la integración de los productores a las cadenas globales de valor a través del acceso a mejor tecnología y escala.
- Generar investigación y estudios de las diversas áreas con la finalidad de identificar factores que contribuyan a la competitividad de las empresas cooperativas.

- Tienen servicios de modernización de las estructuras de las empresas, incorporación de recursos humanos calificados, etc.

2.7.8 Ministerios.

Existen varios Ministerios que tienen políticas específicas de fomento a la producción, internacionalización y comercialización de los productos y servicios de las empresas. A continuación se describen algunas de las iniciativas.

- Desde la Dirección Nacional de Industrias del MIEM se desarrollan numerosas actividades para el desarrollo industrial-
- Desde el Ministerio de Economía y Finanzas se realizan políticas específicas como: la devolución de tributos a la exportación a través de la COMAP.
- Desde el Ministerio de Relaciones Exteriores se apoya con una Plataforma Nacional de Inteligencia Comercial (PNIC): Directorio de Contactos Uruguayos y extranjeros con referencias de importadores, exportadores, institucionales como Organismos, Ministerios, Agencias, así como datos de personas físicas que se hayan registrado previamente en el Directorio
- El Ministerio de Turismo contribuye desde: “ Planificar, fomentar y estimular el Turismo, Generar las condiciones para que el ejercicio del derecho al Turismo resulte accesible, Planificar el desarrollo de formación y capacitación en Turismo, Impulsar en la actividad turística los enfoques de género, étnico-racial, diversidad sexual, discapacidad, entre otros, Fomentar el desarrollo y la adecuación de la infraestructura dotándola de condiciones de accesibilidad asegurando la universalización del derecho, Estimular políticas de infraestructura turística orientadas a la protección y conservación de los valores naturales, históricos y culturales del país, territorializar la gestión aprovechando los distintos niveles de descentralización geográfica, Reglamentar la actividad así como las condiciones y requisitos a exigir de aquellas personas físicas o jurídicas del sector, y supervisar su cumplimiento, Obtener y administrar información de carácter turístico para la investigación, educación, planificación y gestión”(MINTUR)
- Desde el Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca (MGAP) se realiza la presentación de planes de negocios para destino exportación de Frutas y Hortalizas entre otras.

2.3 Instituciones con apoyos específicos en el Departamento.

La segunda categoría de instituciones se trata de aquellos actores claves presentes en el Departamento. Estos actores generan sinergia en el territorio para promover productividad, internacionalización, exportación. Claramente se identifican actores públicos y privados. Entre los organismos públicos el primer actor a señalar es el Gobierno de Canelones.

2.3.1 Intendencia Municipal de Canelones.

La Intendencia es el gobierno local, tiene por cometido promover el desarrollo sustentable del Departamento, mejorar la calidad de vida de su población y promoviendo políticas coordinadas con el nivel nacional y regional. La Intendencia cuenta con varias áreas que brindan diversos apoyos al departamento.

- El área de desarrollo económico trabaja en los siguientes cometidos: fomentar el cooperativismo, la economía solidaria y la autogestión, promover espacios de comercialización de las cooperativas, identificar sectores de expansión, fomentar el emprendedurismo. Promover y fortalecer espacios de coordinación. Diseñar dispositivos para asistencia técnica hacia los emprendimientos auto gestionados. Tiene una Unidad de Apoyo a Mipymes que ha generado un formulario de revelamiento de información que permite a emprendedores y empresarios comunicarse de manera ágil con la Unidad y plantear desafíos y dificultades para su desarrollo.
- La Unidad de desarrollo turístico, promueve, planifica y genera acciones para el desarrollo del turismo en el Departamento.
- La Unidad de Cooperativismo y economía solidaria articula y gestiona la red de cooperativas del Departamento. Buena parte de las cooperativas sociales están contratadas por la Intendencia para diferentes servicios (limpieza, recolección, reciclado de materiales, mantenimiento y limpieza de oficinas).
- La Agencia de desarrollo rural, se ocupa del desarrollo de las zonas rurales como proceso localizado de desarrollo socio económico de los territorios rurales y de las comunidades que viven en él.
- La Agencia de Promoción a la Inversión del Gobierno de Canelones busca promover al Departamento como captador de inversiones y generador de bienes y servicios con el fin de impulsar la competitividad de Canelones y del país, para el afincamiento de emprendimientos, así como su desarrollo sostenible para mejorar el bienestar de la población.

Un segundo conjunto de actores son las Cámaras Locales, Los Parques industriales y Comerciales e incubadoras del Departamento.

2.3.2 Parque Científico y Tecnológico de Pando

El Parque Científico y Tecnológico de Pando (PCTP), creado por el artículo 251 de la Ley 18.362 de 2008, tiene por objetivo ser; "un espacio articulador entre el sector empresarial, que apuesta por la innovación en Uruguay, y el sector científico capaz de desarrollar productos y procesos para la mejora de la competitividad en los mercados nacionales e internacionales".

- Cuenta con un proyecto urbanístico que busca instalar empresas de base tecnológico que impulsen el trabajo en I+D. Se pueden alquilar parcelas, alquilar oficinas y laboratorios.

- También brinda servicios especializados: asesoramiento en propiedad intelectual: búsqueda y tramitaciones. transferencia de tecnología y comercialización, vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva, articulación con fuentes de financiamiento nacionales e internacionales, asesoramiento integral para la realización de proyectos de I+D y asesoramiento integral para la creación de spin off y start ups.
- Adicionalmente genera oportunidades para desarrollar I+D+i, Investigadores trabajan en proyectos demandados por las empresas.

2.3.3 Khem, incubadora de empresas tecnológicas,

La incubadora situada en el Departamento tiene por objetivo: “Fomentar, promover, acompañar la creación, establecimiento y desarrollo de nuevas empresas y spin-offs proveedoras de productos, servicios o procesos de base tecnológica. Potenciar la transformación de conocimiento en valor, la innovación, el emprendedurismo científico universitario y en otras instituciones afines del sector productivo”.

- Brinda capacitación, diseño del proyecto a emprendedores para fortalecer su idea de negocio.
- Realiza procesos de incubación en los que fortalece las capacidades de gestión de los emprendedores.

2.3.4 Parque Industrial de Pando y de Las Piedras

El parque depende de la Agencia de Promoción a la Inversión. Brinda beneficios fiscales en el departamento para que se instalen empresas en su predio.

2.3.5 Cámara de Pando, Las Piedras, Atlántida y Santa Lucía

Las *Cámaras* nuclean a los empresarios locales, entre sus principales cometidos están: fomentar la unidad y el desarrollo de sus asociados. En ese sentido brinda determinados servicios, tales como: asesoramiento contable y tributario, capacitación para el desarrollo empresarial, asesoramiento jurídico y de recursos humanos. Adicionalmente permite el uso de las instalaciones a sus asociados.

Por su parte, en el marco de las entrevistas dirigidas a autoridades vinculadas al Departamento de Canelones se mencionó a las Cámaras como actores clave destacando que “hay una integración de Cámaras Empresariales importantes,

(...) la Cámara Comercial de Pando, y la Cámara Comercial de Las Piedras a mi juicio son las Cámaras de mayor relevancia del Departamentos por los enclaves, la tradición y los socios (...) bueno la de Pando está en un enclave industrial, tiene una capacidad operativa muy grande” (entrevista dirigida a autoridades de Canelones)

2.3.6 Cooperativismo.

Las cooperativas están muy presentes en el Departamento. El cooperativismo se ha convertido en una forma de producción y de empleo del Departamento. Actualmente existen en Canelones: 395 cooperativas registradas en la Intendencia:

- 200 Cooperativas de Vivienda,
- 98 Cooperativas de Trabajo,
- 10 Cooperativas Médicas
- 43 Cooperativas Sociales,
- 17 Cooperativas Cooperativas Agrarias,
- 4 Cooperativas de Ahorro y Crédito,
- 2 Cooperativas de Consumo
- 21 Sociedades de Fomento Rural.

También estas cooperativas están a su vez nucleadas en organizaciones de cooperativas, gremiales etc.

2.4 En síntesis.

La descripción de los actores principales muestra una densa trama de instituciones que colaboran con la internalización y seguimiento de las empresas. Según la Encuesta de Actividades de Innovación (EAI) realizada por el Instituto Nacional de Estadística y la Agencia Nacional de Investigación en Innovación en el período 2013-2015 el 27% de las empresas realizaban al menos una actividad de innovación. Asimismo el 20% de las empresas mencionan la barrera de acceso al financiamiento como obstáculo para innovar. En particular, las empresas (en el mismo periodo) financiaban la innovación con recursos propios solo un 5% solicitaba apoyo estatal para innovar. Esta cifra puede aumentar en la medida que las empresas se encuentren con quienes financian estos procesos.

Se desprenden varios instrumentos vinculados a distintos procesos de la empresa. *La innovación y el emprendedurismo*, desde las distintas agencias: ANII, ANDE, Uruguay XXI se pueden rastrear instrumentos con la finalidad de propiciar la innovación y el emprendedurismo. Estos son los instrumentos que deberían estar en el menú de opciones de las empresas. *La Internacionalización y la exportación*: Uruguay XXI, las distintas Cámaras, así como la Intendencia de Canelones están fomentando estas prácticas. La internacionalización de las empresas.

Adrián Rodríguez (2014) sostiene que “si bien en Uruguay existen diversos instrumentos de apoyo a la innovación, sería interesante observar si ellos realmente están funcionando como mitigadores de los obstáculos que mencionan las empresas(...). La innovación consiste en un manejo estratégico, de lograr organizar los procesos de manera que la innovación no se convierta en “un proyecto más”, sino en un proceso medular de la empresa, que no se relacione con el corto plazo sino con un proceso continuo, de

amplio alcance y largo plazo. Los espacios de intervención por este lado, podrían partir del apoyo a las empresas a que realicen un cambio en su interior, principalmente de enfoque estratégico que les permita incorporar la idea de la innovación como un proceso medular”.

Es imprescindible generar las fuentes de encuentro entre las necesidades de las empresas del departamento y las ofertas departamentales y nacionales de instrumentos de financiación, asesoría y capacitación que ofrecen los distintos organismos.

Desde la concepción de la importancia de desarrollo endógeno, el autor describe seis factores fundamentales para ayudar a desarrollar ese crecimiento. El primero de los factores tiene en cuenta a los actores presentes en el territorio. Las decisiones son tomadas por las personas situadas en el territorio con determinada circunstancia y cuota de poder, que pueden tener entre sí relaciones basadas en la confianza y en la desconfianza. Estos actores se clasifican en tres categorías principales: actores individuales, corporativos y colectivos.

Al respecto señala Boisier señala que “La matriz de relaciones inter-personales en cualquier región tiene importancia decisiva en materia de desarrollo. Las “relaciones de confianza” han sido empíricamente estudiadas por Rojas (1995) en relación al empresariado de la Provincia de Concepción (Chile), una provincia de antigua e importante industrialización y cabeza de la no menos importante Región del Biobío. Los estudios de Rojas concluyen en que la falta de “relaciones de confianza” En este territorio ha sido un escollo de primera magnitud para la formulación de proyectos colectivos de desarrollo y en consecuencia, ha entrabado el desarrollo territorial” (Boisier: 1997, 58)

Una segundo factor de desarrollo son las instituciones, en ese sentido, las características a observar tienen que ver con: si la institución es moderna, la velocidad para reaccionar frente a cambios, la flexibilidad a las demandas del entorno, y la capacidad de cooperación.

El análisis de la cultura es el tercer factor mencionado por el autor, la cultura territorial entendida como: “productora de auto referencia, radica en la posibilidad de construir nichos de comercio específicos y particularizados en un contexto de una globalización que contiene enormes fuerzas homogeneizadoras. La cultura se expresa no sólo en manifestaciones inmateriales, sino que también en productos y en tecnologías de producción y tales productos y tecnologías pueden ser defendidos de la competencia homogeneizadora mediante disposiciones gubernamentales, como denominación de origen y otras bien conocidas” (Boisier: 1997, 60).

Los procedimientos utilizados son el cuarto factor condicionante para el desarrollo endógeno. Estos procedimientos son utilizados por las instituciones del territorio. Las acciones importantes son: la gestión del desarrollo, las formas de actuación del gobierno que estimulan el desarrollo. Un segundo

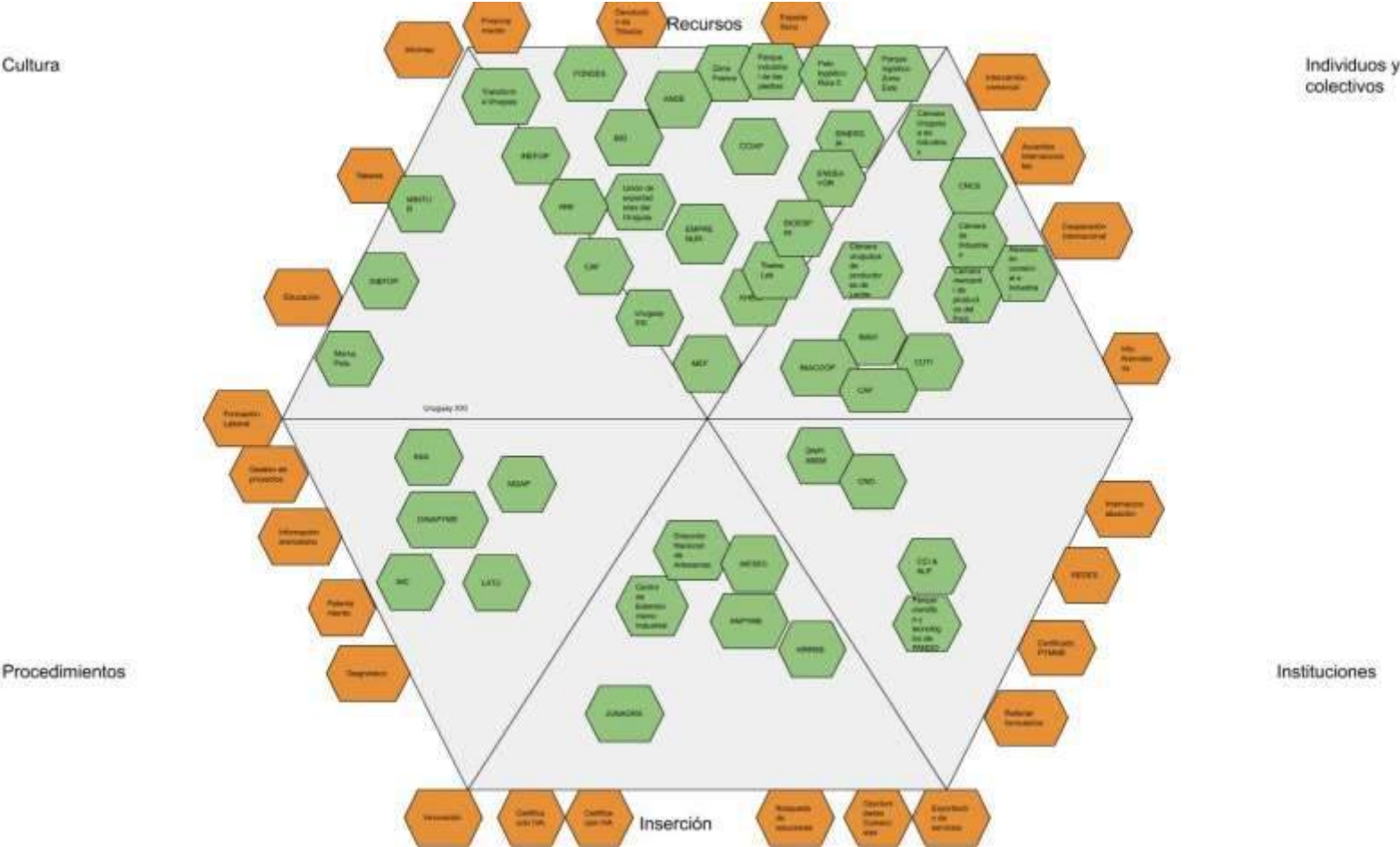
aspecto es la cercanía del gobierno local con los distintos actores muy relevante para establecer la confianza y canales de viabilización del desarrollo, el tercer es el manejo de información. Dicho manejo en términos práctico por ejemplo permite o no el acceso de los actores a los instrumentos de financiamiento.

Un quinto factor que favorece el desarrollo son los recursos del territorio. En este caso son relevantes los recursos con calificación adecuada para las necesidades del departamento. El sexto factor de crecimiento es el entorno: “configurado por una multiplicidad de organismos sobre los cuales no se tiene control, sólo capacidad de influencia, pero con los cuales el territorio o la región, como un todo, se articula necesaria y permanentemente”. (Boisier, 1997; 62)

Con los seis factores condicionantes del desarrollo endógeno, el autor construye una figura de hexágono donde situar las distintas organizaciones y los apoyos que brindan con la finalidad de potenciar el desarrollo endógeno.

A continuación se presenta el mapa de actores propuesto en base a la clasificación propuesta por Boisier con 6 ejes de desarrollo endógeno. (Boisier; 1997)

Figura No.4 Actores desplegados según clasificación de Boisier.



Para poder comprender la institucionalidad en torno a la innovación, la internacionalización y la exportación es necesario conocer los actores y sus propuestas de modo tal de unir las necesidades de las empresas con los recursos disponibles sobre los seis ejes que potencian el desarrollo endógeno del departamento.

Capítulo 3. Avance de caracterización de empresarios registrados en el Proyecto Canelones Exporta

Este capítulo presenta un avance de la caracterización de empresarios que a Agosto de 2019 se registraron en el proyecto Canelones exporta y que, posteriormente al cierre de la convocatoria podrá ser modificado y mejorado en función de un aumento de los registrados y de lograr que se completen todas las preguntas por parte de quienes ya se han registrado.

La base de datos de registros se nutre de las respuestas a las preguntas diseñadas en dos formularios. Uno de ellos releva datos básicos: nombre completo, correo electrónico, empresa, dirección, localidad, teléfono de contacto, sector de actividad, principales productos o servicios, si tienen o no experiencia previa en exportar, cantidad de personas que trabajan en la empresa, si tienen compromiso para participar e interés en hacerlo.

En el otro formulario se integran preguntas relativas a la experiencia de la exportación, en caso de que los empresarios hubiesen exportado, preguntando, por ejemplo, a qué países de destino se exportó; y qué productos o servicios exportaron. También se pregunta acerca de su participación en ferias internacionales y si contaron con apoyo estatal o sectorial.

Además, se indaga sobre el nivel de conocimiento de diferentes temáticas relacionadas a la exportación, por ejemplo, acerca de cómo vender en el exterior, conocimiento sobre documentación relacionada a la exportación, certificados de origen y calidad requeridos, logística para exportar, y agencias de apoyo al exportador.

Por último, se indaga acerca de la expectativa relacionada al proyecto, que productos o servicios con potencial exportador ofrecen y que realicen una breve autoevaluación de capacidades (ej., financiera, tecnológica, de procesos, organización y recursos humanos).

Análisis

El análisis de la base de datos en función del registro muestra que de los 30 registrados solo 5 completaron el formulario 1 y 2, y no en todas sus instancias de preguntas. De este modo, se cuenta con 25 registrados que completaron el formulario 1 y no en todas sus instancias de pregunta.

Con respecto al sector de actividad, el 50% de los registrados no eligió ningún sector de actividad en particular. Entre quienes completaron estos datos encontramos a 5 identificados como del sector agroindustrial, 5 identificados como del sector de servicios, 2 identificados como del sector de producción agrícola, 1 identificado como del sector comercial, 1 identificado como del sector de vitivinicultura y 1 como identificado del sector de tecnologías de la información.

En lo que refiere a los principales productos o servicios, encontramos un universo variado de respuestas ofrecidas. En el marco de las cuales se inscriben los siguientes: productos orgánicos, vinos, compostaje de residuos aviares, diseño y fabricación digital, fotografía y diseño gráfico, artesanía en metal, fruta de hoja caduca, nueces pecan, formación y administración de empresas y gestoría, cortes y enchapado de cantos perforados, ayudante de arquitecto y técnico en infografía de la arquitectura, utilitarios de madera y hierro forjado, fruticultura, software, hilado de lana y tejido, logística, licores, material didáctico, lana hilada, prendas de lana, queso de cabra, consultoría en sistemas de gestión y productos veterinarios.

Respecto a esto último, se sugiere que de avanzar posteriormente en la convocatoria y contando con un incremento de empresarios registrados se pueda delinear como objetivo trabajar teniendo en cuenta su agrupación por sectores y servicios.

En cuanto a la experiencia previa en exportación, encontramos que de los 30 registrados, 6 de ellos respondieron que no contaban con esta experiencia, aunque estaban dando pasos iniciales en este proceso, 12 de ellos también respondieron que no contaban con esta experiencia indicando que aún no habían hecho nada al respecto. Las respuestas afirmativas fueron de 5 de los empresarios registrados, 3 de los cuales han tenido experiencia y continúan exportando y 2 de ellos que han dejado de hacerlo. Cabe destacar que hubo un total de 7 empresarios que no respondieron a esta pregunta.

De los 30 registrados, 23 respondieron acerca de la cantidad de personas que trabajan en la empresa. Este dato habla del tamaño de las empresas, habiendo 15 que responden que el número de personas oscila de 1 a 4, otros 4 manifestaron que el número de personas se encuentra entre 5 a 19 y otros 4 respondieron que se ubica de 20 a 99 personas.

El compromiso para participar fue manifestado en su respuesta afirmativa por 19 empresarios de los 30 registrados habiendo 4 que respondieron que no sabían y necesitaban se haga envío de más información.

Al indagar acerca de la participación en ferias internacionales los 6 que respondieron a esta pregunta lo hicieron diciendo que no habían participado de estas instancias.

Acerca del nivel de conocimiento respecto de diferentes temáticas relativas a la exportación respondieron solo 5 empresarios. Sobre cómo vender en el exterior, documentación relacionada a exportaciones, y logística para exportar, 4 contestaron no tener ningún conocimiento y solo uno expreso tener conocimientos mínimos. En cuanto a certificados de origen y calidad requeridos y agencias de apoyo al exportador todos (5) respondieron no tener ningún conocimiento.

Hubo 3 respuestas referidas a los mercados de interés en las que uno respondió Mercosur/Unión Europea, otro respondió específicamente Brasil y Argentina y otro dijo en países de la región.

Solo 6 registrados de 30 respondieron a la pregunta que indagaba acerca de los aspectos en que el proyecto podía ayudarlos, 3 de ellos respondieron que el proyecto podría ayudarlos en recibir asistencia técnica, 2 de ellos respondieron que el proyecto podría ayudarlos en exportar de forma individual y uno respondió que podría ayudarlo a integrarlo en la cadena de valor del sector para exportar.

Sobre el análisis de capacidad respondieron 6 de 30 registrados, de los cuales sobre capacidad financiera 3 contestaron que tienen una reducida capacidad financiera y 3 de ellos que no cuentan con fondos para exportar. Respecto a la tecnología para competir, uno respondió que estaban atrasados, otro respondió contar con la tecnología adecuada y 4 respondieron no saber. En cuanto a procedimientos y organización, uno respondió tener claramente definidos estos aspectos, 2 de ellos respondieron estar trabajando para definirlos y dos de ellos respondieron no tener procedimientos establecidos. Sobre el grado de organización, 3 respondieron estar en proceso de organización interna y 2 contestaron no tener una clara división de funciones. Por último, sobre los recursos humanos, 3 contestaron que su personal necesitaría capacitación específica para este proyecto y 2 contestaron no contar con el personal adecuado para exportar.

En síntesis, este análisis responde a aquellas preguntas que fueran respondidas e intenta dar a conocer algunos aspectos que pudieran contribuir a la caracterización de los empresarios registrados una vez culminada la convocatoria. Cabe destacar que, si bien se solicitó a los empresarios que completen los datos de los formularios, un aspecto problemático para el análisis es que no se cuenta con una cantidad de respuestas sustantiva que permita un estudio más completo en los aspectos indagados.

Referencias bibliográficas:

- Bervejillo F. "Nuevos procesos y estrategias de desarrollo. Territorios en la globalización", PRISMA # 4, U. Católica del Uruguay, 1995, Montevideo. También como Doc. 96/34, Serie Ensayos, ILPES/DPPR, 1996, Santiago de Chile
- Boisier S. Técnicas de análisis regional con información limitada, ILPES, 1980, Santiago de Chile.
- Boisier S. El vuelo de una cometa. Una metáfora para una teoría del desarrollo territorial. Universidad de Santiago de Chile BIBLID [0213-7585 (1997); 48; 41-79]
- Horta R, Camacho M; Silveira L (2017) Indicadores de Competitividad Departamental en Uruguay. Edición Pharos, Academia Nacional de Economía, Universidad Católica del Uruguay.
- OPP (2019). Relación entre los ingresos de los hogares y los productos. Observatorio del Territorio de la OPP.
- OPP (2016) Producto Interno Bruto Regional 2008-2011 Principales resultados Marzo 2016 Montevideo, Uruguay.
- Rodríguez A & Martínez C (2018) Índice de Desarrollo Regional y Especialización Productiva Canelones. IECON, ANDE.
- Rodríguez A & Beder F (2017) "Caracterización industrial regional del Uruguay" INSTITUTO DE ECONOMÍA Junio, 2017 Serie Documentos de Trabajo INSTITUTO DE ECONOMÍA DT 06/2017
- Rodríguez Miranda, A., Galaso, P., Goinheix, S. & Martínez, C. (2017), "Especializaciones productivas y desarrollo económico regional en Uruguay", en Serie de Documentos de Trabajo, DT 07/2017. Instituto de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Administración, Universidad de la República, Uruguay.
- Rodríguez Miranda, A., Vial Cossani, C., Parrao, A. & Martínez, C. (2018), Índice de Desarrollo Regional Chile-Uruguay. Una propuesta para medir el desarrollo regional en América Latina, Instituto de Economía, Universidad de la República (Uruguay) e Instituto Chileno de Estudios Municipales, Universidad Autónoma de Chile.
- Rodríguez Miranda, A; Gariazzo F; Goinheix S; Parada C; Troncoso C (2014)" Mapeo de capacidades territoriales y desarrollo productivo Oportunidades de intervención para el desarrollo local con inclusión. MIEM, MIDES, IECON, FCEA, UDELAR.
- Rodríguez A. (2014) "Disparidades territoriales en Uruguay". Uruguay EL FUTURO EN FOCO. Cuadernos sobre Desarrollo Humano Desarrollo económico. PNUD.
- Uruguay XXI. (2018) Exportaciones uruguayas de bienes por departamento.
- Varela Petito C, et al (2008) "Demografía de una sociedad en transición" UNFPA.

ANEXOS**Anexo No. 1 Pautas de entrevista****PAUTA DE ENTREVISTA****AUTORIDADES**

CANELONES EXPORTA busca apoyar a las empresas del departamento para consolidar cadenas productivas con potencial exportador y generar procesos de articulación entre actores del sector público y privado para el fortalecimiento de las capacidades exportadoras. Ya hicimos una primera etapa de taller en la que usted participó,

En esta segunda etapa el objetivo es conocer información relevante del Departamento y sus principales actores. Usted es un informante calificado muy importante para la investigación, le agradecemos su disposición para la misma.

Dimensión institucional

En primer lugar, queríamos preguntarle qué acciones de fomento a la exportación desarrollan en su institución.

Dimensión Articulación:

1. ¿En qué espacios articulan las acciones?
2. ¿Cuáles son las instancias de coordinación?
1. ¿Cómo se transmiten la información?
2. En concreto, si pensáramos en un proyecto, podría decirnos como se realiza la articulación entre los actores.

Dimensión Procedimientos:

3. ¿Cómo se procede con los recursos transferidos?
4. ¿Cómo gestionan los recursos que se dirigen a apoyar la productividad y la inserción internacional?
5. ¿Cómo se administran esos recursos en el territorio?
6. ¿Cómo y quienes prestan los servicios a los empresarios y a los potenciales exportadores?
7. ¿Cómo se gestiona la información sobre los recursos, los proyectos de apoyo a los empresarios y exportadores?
8. En concreto, si pensáramos en un proyecto, podría decirnos cómo se gestiona el proyecto

Dimensión Recursos:

1. ¿Qué recursos humanos se emplean para el fortalecimiento de las empresas?
2. ¿Qué nivel de capacitación tienen?
3. ¿De qué recursos materiales se dispone?
4. ¿Cuántos recursos financieros?

Entorno:

1. ¿Con que organismos del entorno (¿Gobierno Central y agencias) se relacionan?
2. ¿Cómo se relacionan con ese entorno institucional? ¿Qué mecanismos concretos de articulación emplean?

Organismo	Mecanismos concretos	Personas de contacto
-----------	----------------------	----------------------

Otras instituciones.

¿Existe alguna institución, organización o persona que a usted le parezca clave para nuestra investigación y podamos entrevistarla?.

Institución	Persona	Contacto
-------------	---------	----------

Apelando a su experiencia en el departamento nos gustaría saber

1. ¿Cuál cree usted que son las principales barreras para procesos exitosos de exportación en el departamento?
2. ¿Qué estrategias concretas propondría para fomentar las acciones de exportación?

Por último y no menos importante, podría identificar al menos tres o más empresarios que encajen en el perfil del proyecto nuestro.

Muchas gracias por su disposición.

PAUTA DE ENTREVISTA

Empresas.

Buen día / Buenas tardes nos estamos comunicando desde el Proyecto Canelones Exporta en el marco de Somos Uruguay. De acuerdo a lo que acordamos en la reunión del martes la idea es tener un intercambio de unos minutos sobre aspectos de la empresa para conocerlos con mayor profundidad. Su aporte es fundamental para nosotros.

- 1) En primer lugar, nos gustaría que nos contara brevemente ¿a qué se dedica la empresa y cuáles son sus características principales (indagar empleo, ubicación)

- 2) A lo largo de este tiempo ¿cuáles han sido las principales dificultades que ha encontrado en la empresa? (indagar por barreras legales, dificultades económicas, falta de RRHH etc.)

- 3) Su empresa exporta, si ya exporta ¿podría mencionar las principales dificultades que su empresa ha tenido para exportar y que estrategias ha utilizado para sortearlas?

- 4) ¿Tiene pensado exportar en a corto, mediano o largo plazo? En caso de que si, ¿podría contarnos su visión? En caso de que no ¿Cuáles son los motivos?

- 5) ¿Recibió algún apoyo público o privado para inversión en su empresa? puede contarnos ¿cuál y para qué?

- 6) ¿Tiene identificado algún aspecto para el cual necesitaría apoyo?

- 7) Podría mencionar o recomendar alguna otra empresa de Canelones que quiera participar del Proyecto.

Le agradecemos su tiempo, lo estaremos convocando nuevamente en las próximas actividades del proyecto.

Anexo No.2 Siglas mencionadas en el informe con referencia

ANDE	https://www.ande.org.uy/
ANII	https://www.anii.org.uy/
ANMYPE	https://anmype.org.uy/
BID	https://www.iadb.org/es/paises/uruguay/perspectiva-general
BROU	https://www.brou.com.uy/
CAF	http://www.caf.org.uy/site/
CNCS	http://www.cncs.com.uy/
CND	https://www.cnd.org.uy/
CUTI	https://www.cuti.org.uy/portada
ECH	http://www.ine.gub.uy/encuesta-continua-de-hogares1
IMC	http://www.imcanelones.gub.uy/es
INAC	https://www.inac.uy/
INACOP	https://www.inacoop.org.uy/
INAVI	http://www.inavi.com.uy/
INE	http://www.ine.gub.uy/
INEFOP	http://www.inefop.org.uy/categoria/Entidades-de-capacitacion-80?pagina=1
INIA	http://www.inia.uy/
JUNAGRA	http://www.mgap.gub.uy/unidad-organizativa/direccion-general-de-la-granja
LATU	https://www.latu.org.uy/
MEF	https://www.gub.uy/ministerio-economia-finanzas/
MGAP	http://www.mgap.gub.uy/
MIEM	https://www.miem.gub.uy/
MIPYES	https://www.miem.gub.uy/mipymes-y-emprendedores
OPP	https://www.opp.gub.uy/
PCTP	http://www.pctp.org.uy/es/
UYXXI	https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/

