



MIPYMES URUGUAY

El motor que impulsa el país



INNOVACIÓN

Ideas que transforman y generan valor.



TRABAJO

Miles de personas que construyen futuro cada día.



COMPROMISO

Esfuerzo, dedicación y pasión por lo que hacemos.



FUTURO

Mipymes hoy, desarrollo para siempre.

Más producción, más empleo, más desarrollo.



URUGUAY CRECE
con sus mipymes



**APOYEMOS
LO NUESTRO**
ELEGÍ MIPYMES, ELEGÍ URUGUAY

MiPymes: el motor silencioso que sostiene al Uruguay

Celebrar el Día Nacional de las MiPymes exige algo más que homenajes. Requiere asumir que sin un cambio profundo en las condiciones para producir, invertir y competir, el principal motor de la economía uruguaya seguirá funcionando con el freno puesto



Dirección General:
Juan Carlos Blanco

Dirección Periodística:
Valeria Machado
Leonardo Perez
Victor Palacios
Maria Arismendi
Amalia Plachot
Camila Jiménez
Inés María Alfonso
Gabriel Vidart
Marcelo Falca
Pablo Consenza

Fotografía:
Cirio Ortiz
Camila Ordoñez
Ana Laura Podesta
Servicios de Vecteezy

Departamento Comercial y Avisos:
R Multimedia SAS

Diagramación y Artes Gráficas:
Hernán Medina

Oficinas:
Cerrito 673 / 677
Montevideo, Uruguay

Teléfono:
Teléfono - +598.2618.8348
WhatsApp - +598.97.417.382

Email:
comunicacion@grupormultimedia.com

Contenidos en la web :
www.grupormultimedia.com

*Contenidos y desarrollos bajo contrato - R Multimedia S.A.S

por:
Victor Palacios

Cada 13 de agosto Uruguay conmemora el Día Nacional de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPymes), una fecha que debería trascender el simbolismo del calendario para convertirse en una instancia de reflexión profunda sobre el verdadero papel que desempeña este sector en el presente y el futuro del país.

Las cifras hablan por sí solas. Las MiPymes representan el 99% del tejido empresarial uruguayo, generan más del 60% del empleo privado y constituyen uno de los principales motores de la actividad económica nacional.

Detrás de cada comercio de barrio, de cada emprendimiento familiar, de cada pequeña industria, de cada empresa tecnológica emergente o de cada productor rural existe una historia de esfuerzo, inversión, innovación y riesgo asumido por miles de uruguayos que diariamente sostienen la economía real.

Uruguay atraviesa una etapa en la que las MiPyMEs ocupan un lugar central en la agenda pública. El gobierno ha reconocido su importancia como motor de empleo, producción y desarrollo territorial, y el desafío ahora es continuar fortaleciendo las herramientas que les permitan crecer. Financiamiento accesible, capacitación, innovación, digitalización y apertura de nuevos mercados son algunos de los caminos para consolidar un ecosistema empresarial más dinámico y competitivo. Apoyar a las MiPyMEs es, en definitiva, apostar por quienes todos los días producen, invierten y generan trabajo en Uruguay.

Las pequeñas empresas enfrentan una realidad marcada por elevados costos laborales, presión tributaria, dificultades para acceder al crédito, excesiva burocracia, competencia informal y un mercado interno limitado. A ello se suma, en los últimos años, un fenómeno que comienza a modificar profundamente las reglas del comercio: la expansión

acelerada de las plataformas internacionales de comercio electrónico.

Las MiPymes son mucho más que unidades económicas. Constituyen un factor de cohesión social y territorial. Son ellas las que mantienen abiertas las persianas de los comercios en los barrios, dinamizan las economías del interior, crean oportunidades laborales para jóvenes, mujeres y trabajadores mayores, y sostienen comunidades enteras lejos de los grandes centros urbanos.

Cada pequeña empresa que cierra no representa únicamente una pérdida económica. Detrás de esa decisión suelen existir familias que ven desaparecer años de trabajo, empleados que pierden su fuente laboral y localidades que reducen su capacidad productiva.

Uruguay enfrenta además un escenario internacional desafiante. La desaceleración económica global, la incertidumbre geopolítica, las transformaciones tecnológicas y la



creciente automatización obligan a repensar las estrategias de desarrollo productivo. En ese contexto, fortalecer a las MiPymes deja de ser una política sectorial para convertirse en una política de Estado.

El país necesita avanzar hacia un ecosistema empresarial más competitivo. También resulta imprescindible revisar instrumentos fiscales y regulatorios que, en muchos casos, terminan castigando proporcionalmente más a quienes poseen menor capacidad financiera.

La simplificación administrativa no constituye una concesión, sino una herramienta para aumentar la competi-

tividad y liberar recursos que hoy se consumen en trámites innecesarios.

El desafío tampoco corresponde exclusivamente al Estado. El sistema financiero, las universidades, las cámaras empresariales y las grandes compañías pueden desempeñar un papel determinante mediante programas de innovación abierta, desarrollo de proveedores locales, transferencia tecnológica y formación permanente.

Celebrar el Día Nacional de las MiPymes debería significar mucho más que entregar reconocimientos o realizar actos protocolares. Debe ser una oportunidad para colocar nuevamente a

las pequeñas empresas en el centro de la agenda nacional.

Porque cuando una MiPyme invierte, el país crece.

Cuando una MiPyme contrata personal, disminuye el desempleo.

Cuando una MiPyme innova, aumenta la productividad.

Cuando una MiPyme exporta, Uruguay gana competitividad. El desarrollo económico sostenible no se construye únicamente con grandes inversiones o megaproyectos.

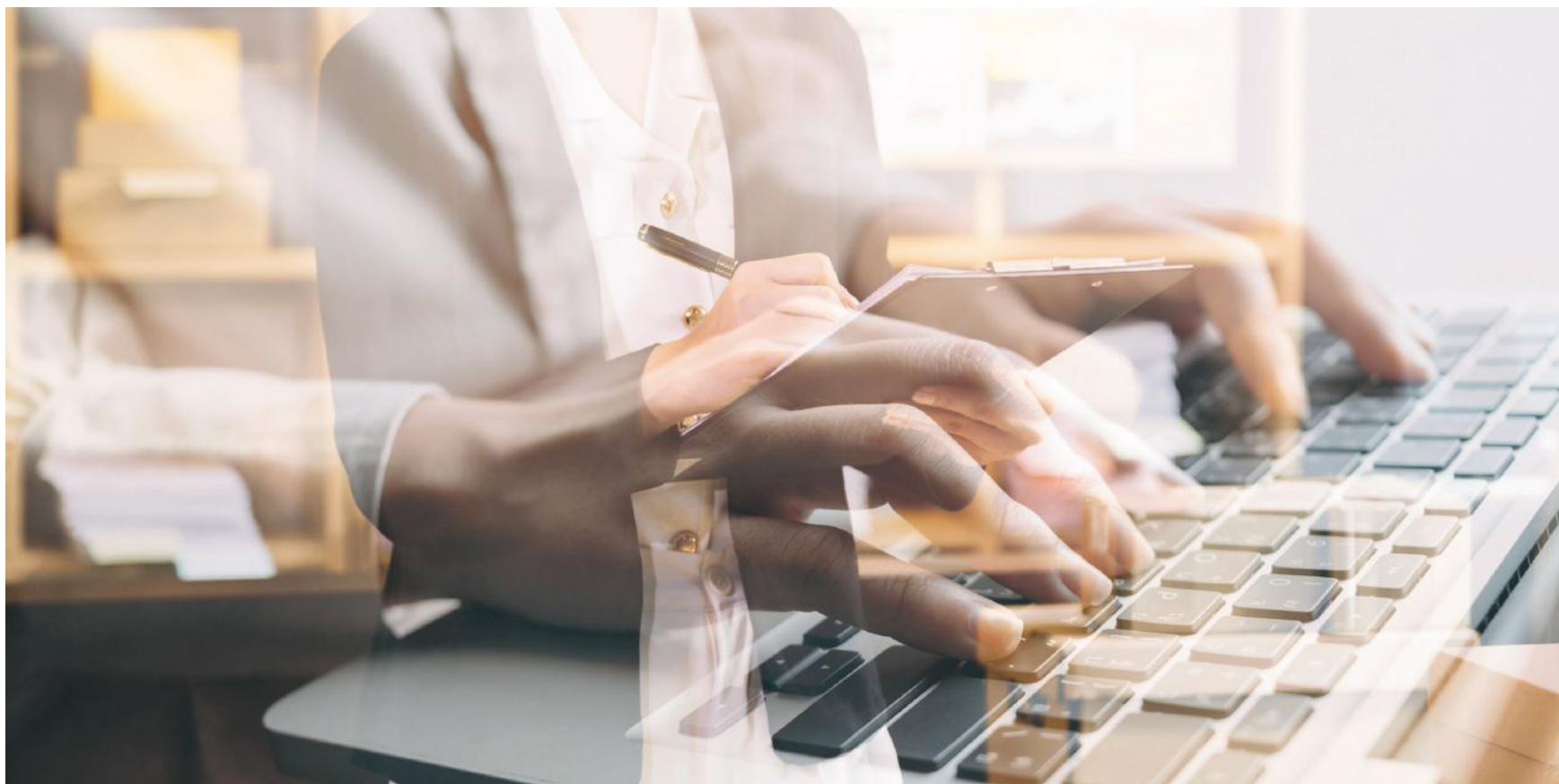
También se edifica desde el pequeño taller, el comercio familiar, la empresa tecnológica naciente, la cooperativa, el

emprendimiento industrial y cada empresario que apuesta por producir en Uruguay.

Las MiPymes significa cuidar el empleo, la innovación, el desarrollo territorial y la estabilidad social.

El mejor homenaje que puede rendir el país a quienes integran este sector no consiste en los discursos de ocasión, sino en generar condiciones para que puedan crecer, competir e innovar.

Porque el futuro económico del Uruguay dependerá, en gran medida, de la fortaleza de ese inmenso universo de empresas que, silenciosamente, sostienen todos los días la economía nacional.



Las MiPymes consolidan su papel como uno de los principales motores del desarrollo económico del Uruguay

Con el 99% del tejido empresarial formal, bajos niveles de informalidad y una creciente red de programas de apoyo, las micro, pequeñas y medianas empresas enfrentan el desafío de innovar, internacionalizarse y aumentar su participación en las exportaciones nacionales.



por:
Maria Arismendi

Uruguay llega a una nueva conmemoración del Día Nacional de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPymes) con un escenario que combina fortalezas estructurales, oportunidades de crecimiento y desafíos que marcarán el futuro del aparato productivo nacional.

Reconocido como uno de los países más estables de América Latina, Uruguay ha construido durante las últimas dos décadas un entorno económico e institucional que ha favorecido el desarrollo del sector empresarial. Tras superar la profunda crisis financiera registrada entre 1999 y 2002, el país logró recuperar la confianza de los mercados, fortalecer sus instituciones y consolidar

un marco de estabilidad que hoy constituye uno de sus principales activos. Uno de los aspectos que distingue al país en el contexto regional es su bajo nivel de informalidad.

Mientras en buena parte de América Latina la economía informal continúa representando un obstáculo para el crecimiento y la productividad, Uruguay mantiene uno de los porcentajes más reducidos de la región, generando condiciones más favorables para la inversión, la formalización empresarial y la generación de empleo de calidad.

En este contexto, las micro, pequeñas y medianas empresas desempeñan un papel determinante. De acuerdo con diversos estudios especializados, en 2021 las pequeñas y medianas em-

presas representaban el 30,1% de la matriz empresarial, mientras que las microempresas alcanzaban el 65%.

En conjunto, las MiPymes constituyen cerca del 99% del universo de empresas formales del país, excluyendo a los trabajadores independientes. La evolución del sector durante los últimos años también muestra señales alentadoras.

Las estadísticas evidencian un crecimiento sostenido en el número de empresas, reflejando el dinamismo del ecosistema emprendedor y la capacidad de adaptación de miles de empresarios frente a un entorno económico cambiante.

Su importancia trasciende ampliamente el ámbito empresarial.

Las MiPymes participan en prácticamente todos los sectores de actividad, desde el

comercio y la industria hasta los servicios, el turismo, la tecnología, la agroindustria y la economía del conocimiento.

Su presencia resulta especialmente relevante en el interior del país, donde constituyen uno de los principales motores de las economías departamentales y de la generación de empleo local.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), este segmento genera cerca del 47% del empleo nacional, confirmando su aporte al desarrollo económico y a la cohesión social.

Su capacidad para crear oportunidades laborales convierte a las MiPymes en un componente estratégico para el crecimiento inclusivo y la consolidación de una economía diversificada.

No obstante, el potencial del sector aún ofrece importantes márgenes de expansión.



Indicadores mipymes

Actualmente, las exportaciones realizadas por las MiPymes representan aproximadamente el 6% del total de las ventas externas del país. Este indicador refleja que todavía existe un amplio espacio para fortalecer su internacionalización mediante procesos de innovación, incorporación tecnológica, certificaciones de calidad y desarrollo de nuevos mercados.

Precisamente allí se concentra una de las grandes oportunidades para los próximos años.

La digitalización de la economía, la transformación tecnológica y la creciente demanda de bienes y servicios especializados abren nuevas

posibilidades para que las pequeñas empresas uruguayas amplíen su presencia tanto en mercados regionales como internacionales.

Durante la pandemia de COVID-19, el sector enfrentó uno de los mayores desafíos de su historia reciente.

La interrupción de la actividad económica afectó especialmente a las empresas de menor tamaño, obligando al Estado a implementar mecanismos extraordinarios de apoyo financiero.

Programas de garantías crediticias, refinanciación de deudas y líneas de capital de trabajo permitieron amortiguar parte del impacto

económico y facilitar la recuperación de numerosas empresas una vez reabierto la actividad.

A partir de esa experiencia, distintos especialistas coinciden en la importancia de consolidar políticas públicas de largo plazo orientadas al fortalecimiento financiero de las MiPymes.

La ampliación del acceso al crédito, el estímulo a la inversión productiva y el desarrollo de instrumentos financieros adaptados a las necesidades de este segmento aparecen como factores clave para potenciar su crecimiento.

En paralelo, Uruguay ha logrado construir una sólida red de programas de apoyo no financiero impulsados por organismos públicos, instituciones internacionales, universidades y agencias de desarrollo.

Estas iniciativas ofrecen asistencia técnica, capacitación empresarial, acompañamiento para la creación de nuevos emprendimientos, apoyo a la innovación y herramientas para facilitar el acceso a mercados nacionales e internacionales.

Uno de los aspectos más destacados de estos programas es su fuerte enfoque en la equidad de género y el impulso al emprendimiento femenino, promoviendo una mayor participación de las mujeres en la actividad empresarial y facilitando el ac-

ceso a recursos para nuevos proyectos productivos.

Aunque la economía uruguaya experimentó una desaceleración durante la última década, influida por el menor crecimiento regional y el fin del ciclo favorable de las materias primas, el país ha demostrado una importante capacidad de recuperación.

Tras la caída del Producto Interno Bruto provocada por la pandemia en 2020, la reactivación económica permitió recuperar buena parte de la actividad durante 2021 y consolidar nuevamente el papel de las MiPymes como protagonistas del crecimiento.

En ese escenario, fortalecer la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas no solo representa un objetivo económico. También constituye una apuesta por un modelo de desarrollo más equilibrado, innovador e inclusivo, capaz de generar empleo, dinamizar las economías locales y ampliar la inserción internacional del Uruguay.

Con estabilidad institucional, un ecosistema de apoyo cada vez más consolidado y una cultura emprendedora en crecimiento, las MiPymes uruguayas cuentan con bases sólidas para afrontar los desafíos de la próxima década y continuar siendo uno de los pilares fundamentales del desarrollo nacional.





“El poder de la palabra, el eco de lo que somos”

Del 7 al 13 de setiembre de 2026

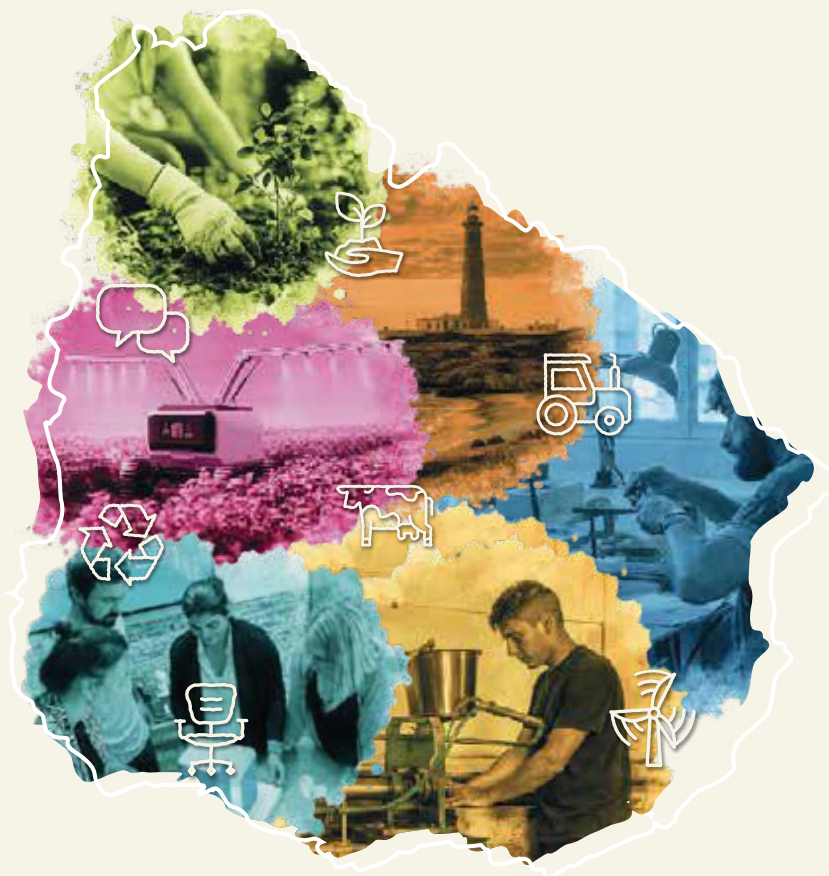
Feria librera - Exposiciones - Talleres - Charlas
Conferencias - Presentaciones de libros
Invitados internacionales - Mesas redondas y debates
Veladas literarias - Artes escénicas
Transmisiones de programas en directo
Música en vivo - Actividades para todo público

Plaza de los Treinta y Tres y
centro histórico de San José de Mayo


19^a
feria
internacional
de promoción
de la **lectura**
y el **libro**



**Intendencia
de San José**



Día Nacional de las MIPYMES

Cada micro, pequeña y mediana empresa que crece fortalece el desarrollo productivo del Uruguay.

En ANDE impulsamos ese crecimiento a través de programas e instrumentos que promueven la innovación, la transformación tecnológica, el desarrollo empresarial y la competitividad.

Porque cuando las mipymes crecen, crece todo el país.

Juan Ignacio Dorrego: “Queremos que ANDE sea un socio estratégico para que las Mipymes puedan escalar y crecer”

En el marco del Día Nacional de las MiPymes, el presidente de ANDE repasó la estrategia de la agencia, basada en productividad, competitividad y sostenibilidad



Juan Ignacio Dorrego, presidente de ANDE

por:
Equipo de Redacción

La Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE) tiene entre sus objetivos promover el desarrollo productivo del país a través de programas y herramientas destinadas a empresas, emprendimientos y, especialmente, a las micro, pequeñas y medianas empresas.

En marzo de 2025 asumió un nuevo directorio encabezado por el presidente Juan Ignacio Dorrego, quien plantea una nueva etapa para el organismo con foco en recuperar su rol como agencia de desarrollo.

En un diagnóstico inicial desde su llegada a la institución, Dorrego explicó que

encontraron un ANDE con una agencia ordenada, con un equipo técnico sólido y con las ventajas de una institucionalidad que le permite actuar con flexibilidad. Sin embargo, señaló que también encontraron una Agencia que había ido concentrando su tarea en la asistencia de corto plazo a las MiPymes, especialmente a partir del impacto de la pandemia.

“Nos proponíamos recuperar el apellido del desarrollo. Para eso era necesario pensar en una estrategia que combinara dos cosas: por un lado, pensar en diversificar la matriz productiva; pero también teníamos que velar por no dejar a nadie atrás”, explicó.

Según Dorrego, la nueva etapa busca combinar una mirada de transformación productiva con una política de oportunidades para empresas de todos los tamaños y territorios. “En esto de dejar a nadie atrás definimos que uno de los programas que hoy son emblema de la Agencia Nacional de Desarrollo, que es el programa Centros Pymes, no solamente había que sostenerlo, sino que además fortalecerlo e incluso expandirlo”, afirmó.

El presidente de ANDE explicó que la estrategia de la agencia se apoya en tres grandes ejes: productividad, competitividad y sostenibilidad. En ese sentido, señaló que Uruguay enfrenta un desafío importante en materia de productividad empresarial.

“La productividad de la empresa tipo en nuestro país ha avanzado por debajo del 1% en la última década. También sabemos que las empresas grandes son cuatro veces más productivas que las empresas pequeñas”, indicó. En ese contexto comentó: “Hay evidencia de que aquellas empresas que logran pasar de productividades bajas a productividades altas luego se mantienen en esos guarismos.

Eso es una invitación para que la política pública haga los esfuerzos para mover esa aguja”, sostuvo.

Impacto de ANDE y Centros Pymes

Uno de los principales instrumentos para lograr impactar son los Centros Pymes.

Entre las iniciativas destacó el programa de adecuación tecnológica, que busca acompañar a las empresas en la identificación de las inversiones necesarias para mejorar sus procesos.

En ese marco, ANDE impulsa el programa Uruguay al Mundo junto a Uruguay XXI, la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII), LATU y el Ministerio de Industria, Energía y Minería, con el objetivo de promover la internacionalización de MiPymes y startups.

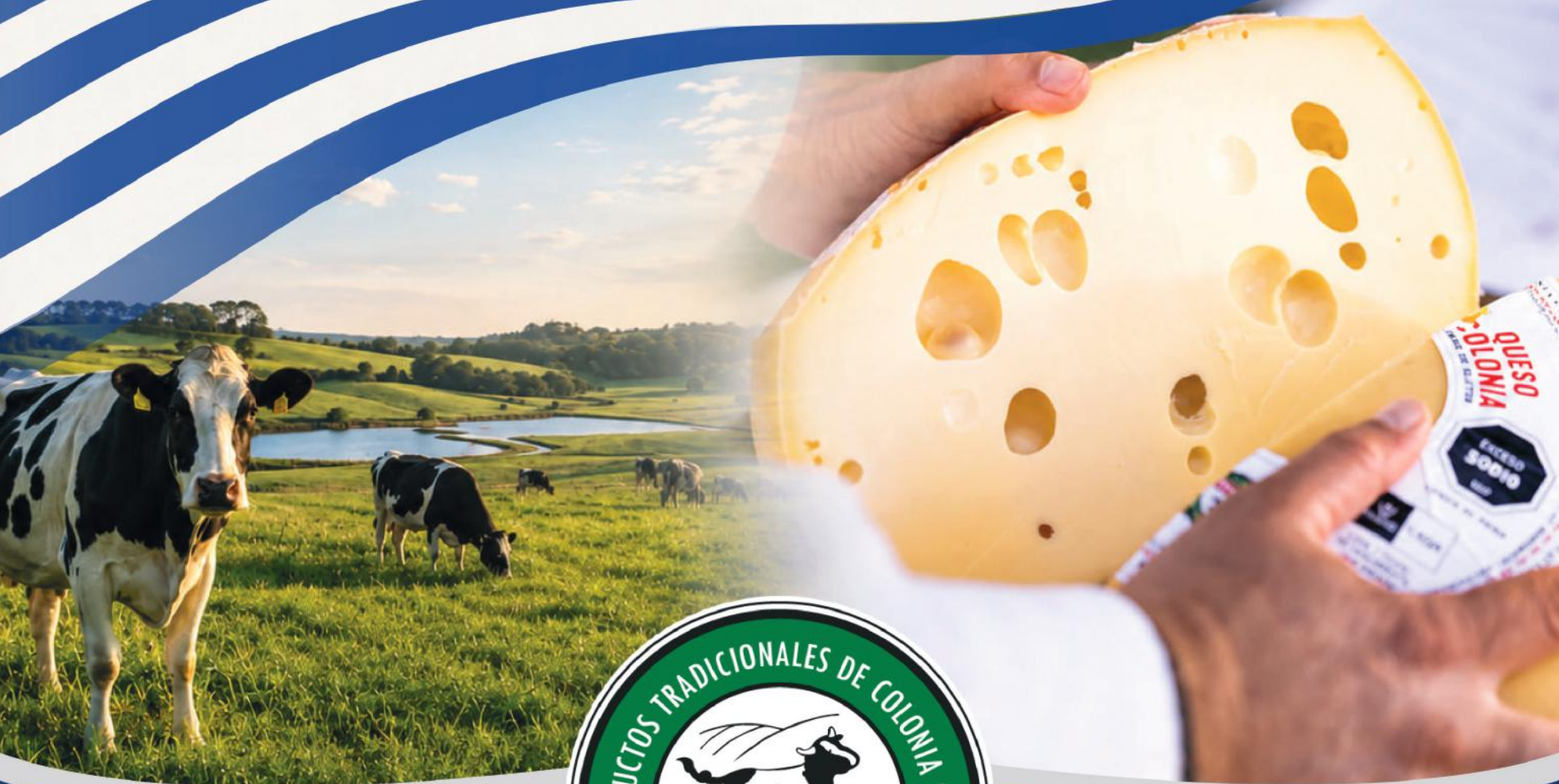
Esas empresas creemos que deben estar vinculadas a cadenas de valor importantes para el país y allí aparecen desafíos como la innovación, la internacionalización y el acceso a tecnología”, señaló. Sobre el rol que busca que tenga ANDE, el número 1 de ANDE planteó que la agencia debe ser vista como un socio estratégico del sector empresarial.

“Quisiéramos que las MiPy-
mes en nuestro país sean
más productivas de lo que
hoy son. Eso va a generar
mejores posibilidades de
competir en mercados regio-
nales y globales, y avanzar
también en materia de com-
petitividad territorial”, conclu-
yó.



100% PRODUCCIÓN URUGUAYA

Orgullo de la industria láctea nacional.
Calidad e innovación.



LIBRE DE GLUTEN



RESPETO POR LA TIERRA



COMPROMISO CON
NUESTRA GENTE

ORGULLOSAMENTE
DE ACÁ.





SIGAMOS VOLANDO JUNTOS



Facultad de Ciencias Empresariales

Carreras de Grado

- Contador Público
- Licenciatura en Marketing
- Licenciatura en Administración de Empresas
- Licenciatura en Recursos Humanos
- Licenciatura en Comercio Exterior
- Licenciatura en Economía y Finanzas ¹

Carreras de Postgrado

- Postgrado de Negocios

Maestrías

- Maestría en Dirección y Administración de Empresas
- Maestría en Marketing y Dirección Comercial
- Maestría en Gestión Ambiental

Diplomados

- Diplomado en Tributación

Facultad de Ciencias Agrarias

Carreras de Grado

- Ingeniero Agrónomo
- Licenciatura en Gestión Agropecuaria

Carreras de Postgrado

- Administración de Agronegocios
- Gestión y Comercialización de Commodities
- Producción Animal

Carreras Técnicas

- Técnico Agropecuario ¹
- Técnico Forestal ¹
- Técnico Asistente Veterinario
- Técnico en Ciencias Veterinarias
- Técnico en Gestión de Equinos ¹
- Auxiliar de Consignatario
- Hidroponía Comercial ²
- Instructor de Equitación Terapéutica ¹

Facultad de Ciencias de la Salud

Carreras de Grado

- Licenciatura en Fisioterapia
- Licenciatura en Imagenología
- Licenciatura en Enfermería

Diplomados

- Diplomado en Tomografía Computada Multicorte ²
- Diplomado en Fisioterapia del Deporte ³
- Diplomado de Especialista en Resonancia Magnética ²

Maestrías

- Maestría en Salud Pública

Facultad de Ciencias Jurídicas

Carreras de Grado

- Abogacía
- Escribano Público
- Licenciatura en Relaciones Internacionales

Maestrías

- Maestría en Derecho de las Relaciones Internacionales y de la Integración en América Latina
- Maestría en Ciencias Criminológico - Forenses

Facultad de Ciencias de la Educación

Carreras de Grado

- Licenciatura en Educación Física, Deportes y Recreación

Maestrías

- Maestría en Educación
- Maestría en Educación para Altas Habilidades/Superdotación

Doctorados

- Doctorado en Educación ***

*** En trámite de modificación de plan de carrera reconocida por el Ministerio de Educación y Cultura.

Facultad de Ingeniería

Carreras de Grado

- Ingeniería en Informática
- Licenciatura en Logística
- Licenciatura en Informática

Carreras Terciarias no Universitarias

- Analista en Ingeniería Informática **
- Técnico en Informática **³

Carreras Técnicas

- Analista en Tecnología Informática ³
- Analista en Logística ¹
- Analista en Ciberseguridad ²

Diplomados

- Diplomado en Inteligencia Artificial Aplicada ²

Certificados

- Certificado en Inteligencia Artificial ²

Cursos Cortos de Profesionalización

- Ciberseguridad ²

** Carrera terciaria no universitaria con reconocimiento del Ministerio de Educación y Cultura.

Facultad de Diseño y Comunicación

Carreras de Grado

- Licenciatura en Diseño de Indumentaria ¹
- Licenciatura en Diseño Gráfico ¹
- Licenciatura en Diseño Industrial ¹

Carreras Técnicas

- Tecnicatura en Diseño de Indumentaria ¹
- Tecnicatura en Diseño Gráfico ¹
- Tecnicatura en Diseño de Interiores ¹

Diplomados

- Diseñador de Moda ²
- Diseñador Gráfico ²
- Diseñador de Interiores ²

Escuela de Desarrollo Empresarial

- Postgrado Ejecutivo Experto en Dirección del Capital Humano ²
- Postgrado Ejecutivo Experto en Habilidades Gerenciales ²
- Postgrado Ejecutivo Experto en Marketing y Dirección Comercial ²
- Postgrado Ejecutivo Experto en Innovación y Liderazgo ²

- Técnico en Gerencia ²
- Analista en Marketing ²
- Analista en Recursos Humanos ²
- Analista en Comercio Exterior ²
- Analista en Marketing Digital ²
- Analista en Periodismo en la Era Digital ²
- Analista de Negocios Digitales e Inteligencia Artificial ²

- Programa de Inteligencia Artificial ²
- Programa de Formación Integral en Mandos Medios ²
- Programa de Community Management ²
- Experto en Turismo & Entretenimiento ¹

- Emprender en Tiempos de IA ⁴
- Programa de Grafología ⁴
- Gestión Estratégica de Recursos Humanos en Tiempos de IA ⁴
- De Usuario de IA a Pensador Aumentado ⁴



**TU CARRERA.
TU FUTURO.**



info@ude.edu.uy
ude.edu.uy

1. Carreras dictadas en modalidad semi-presencial, | 2. Carreras dictadas en modalidad 100% virtual, | 3. Carreras dictadas en modalidad presencial y semi-presencial, | 4. Dictados en modalidad híbrida.

Sede Central Soriano 959 Tel.: 2900 2442*	Sede Pocitos 21 de Setiembre 2741 Tel.: 2711 6220*	Sede Colonia Río de la Plata s/n Circ. Plaza de Toros Tel.: 4522 1400	Sede Punta del Este Av. Roosevelt (Parada 7) y Salto Tel.: 4248 2502	Ciudad de la Costa Tels.: 094978185 093438085 ciudadlacosta@ude.edu.uy	Facultad de Ciencias Agrarias Av. Dr. Luis A. de Herrera 2890 Tel.: 2487 5010
--	---	---	--	--	--

De la idea al financiamiento: cómo la UDE acompaña a las mipymes uruguayas

Las micro, pequeñas y medianas empresas no son una categoría económica menor: son la estructura productiva del país.



Equipo de Ulab de UDE (izq a derecha) : Jorge Castro, Natalia Aviaga y Juan Irazoqui.

por: Equipo de Redacción

Las mipymes representan el 99,5% de las empresas activas y el 67% del empleo privado. Sin embargo, esto no se refleja en su permanencia en el mercado: según datos de ANDE, la mitad de las empresas que nacen como microempresas no logran superar los primeros tres años de vida.

Formalizar una empresa es sencillo; sostenerla en el tiempo, no tanto. Las barreras que enfrentan en sus primeros años son tanto operativas

como de gestión y estrategia. Entre las operativas se destacan los costos laborales y el cumplimiento normativo (tributos, habilitaciones); la competencia desde la informalidad, que golpea especialmente a las microempresas; el acceso al financiamiento, limitado por la falta de historial crediticio; la falta de economía de escala para comprar a precios mayoristas; y el costo de la intermediación digital, ya que vender online implica comisiones de plataformas de pago que erosionan el margen.

A esto se suman las brechas de gestión: en el manejo financiero (claridad en

costos, márgenes, precios y actividad crediticia, ya que muchas mipymes no registran la información que les permitiría construir historial para acceder a financiamiento); en el desarrollo de su estrategia (incorporar un valor diferencial claro y las herramientas para comunicarlo); y una brecha digital particular, donde el uso individual de redes sociales está extendido pero no siempre se traduce en un uso productivo de la tecnología, el que realmente incrementa productividad y competitividad.

La llegada de la inteligencia artificial no cierra esa brecha: puede profundizar si

no se incorporan los conocimientos necesarios para su uso efectivo.

Frente a este escenario, el acompañamiento de instituciones públicas y privadas en el acceso a herramientas, conocimiento y profesionalización de la gestión no es solo una oportunidad: es una necesidad.

La Universidad de la Empresa (UDE) trabaja en esa dirección a través de Ulab, su Unidad de Emprendimientos, vinculando la academia con el medio productivo y acompañando de forma directa y sostenida a mipymes reales en su crecimiento, mitigando las brechas mencionadas.

Para desarrollar un apoyo adecuado, Ulab trabaja en todo el país: alcanza directamente a empresas y emprendedores desde sus sedes en Colonia, Montevideo, Maldonado y Rocha, y complementa ese despliegue territorial con programas de alcance nacional.

El acompañamiento abarca distintas líneas y sectores: agrotech, innovación tecnológica, salud, una mirada transversal de género, con foco en emprendimientos de alto valor diferencial orientados a la sostenibilidad y el impacto positivo, buscando impulsar las economías locales.

A esto se suman programas vinculados a planes de exportación, porque la internacionalización es también un camino de desarrollo posible para las mipymes uruguayas.

Ulab se apoya en la propia estructura académica de la universidad, y sus siete facultades, entre ellas Ciencias Empresariales, Ciencias Agrarias, Ciencias de la Salud, Ingeniería y Diseño y Comunicación.

Por ejemplo, un emprendimiento agrotech puede apoyarse en la mirada técnica

de Ciencias Agrarias; uno del sector salud, en la experiencia de esa facultad; y las estrategias de comunicación y marca de cualquier mipyme, en los estudiantes y docentes de Diseño y Comunicación que participan de las prácticas reales en empresas del país. De esta forma se propone un acompañamiento integral de toda la universidad puesta al servicio del desarrollo productivo.

La Unidad de Emprendimientos nació en 2019 como Institución Patrocinadora de Emprendimientos (IPE): trabajando como una institución que asesora, evalúa y acompaña a un emprendimiento durante todo su proceso de acceso a fondos públicos, orientándose hacia el instrumento adecuado a su etapa y rubro, y colaborando en la formulación del proyecto y en su ejecución hasta la rendición final.

Su equipo está integrado por Juan Irazoqui, Jorge Castro y Natalia Aviaga.

Hoy Ulab funciona como un espacio que promueve una mirada de innovación, emprendedurismo y sostenibilidad dentro de la universidad, a través de talleres de innovación y emprendedurismo dirigidos a alumnos de distintas carreras, integrados en sus currículos académicos.

Vincula además la academia con los sectores productivos por dos vías: programas de formación en habilidades emprendedoras con acceso a mentorías, y tutorías que conectan a estudiantes de Comunicación, Negocios, Marketing, Diseño, Administración y Finanzas con prácticas reales sobre su carrera, un intercambio de gran valor tanto para los estudiantes como para las mipymes participantes

Universidad y desarrollo productivo

La UDE cumple así un doble rol: no solo forma a quienes liderarán empresas en el futuro, sino que fortalece desde la raíz la matriz productiva uruguaya a través del trabajo

directo de Ulab.

Se presenta no solo como facilitadora de conocimiento profesional para sus estudiantes, sino como un actor activo del ecosistema productivo del país, operando como puente entre los instrumentos de apoyo estatal y la realidad de una mipyme que muchas veces no tiene los mecanismos ni el equipo para navegar esos caminos por su cuenta.

Los desafíos actuales

En tiempos de cambios disruptivos, nuevos modelos de negocio, acceso a la información, tendencias y nuevas tecnologías, el desafío pasa por intensificar el foco en las empresas tractoras de la economía nacional, especialmente en aquellas que mueven la economía local y son fuente de empleo.

El camino para lograrlo implica alcanzar acuerdos y sinergias entre los múltiples actores nacionales de apoyo a las mipymes, priorizar la formación técnica y específica, avanzar en la construcción de redes y alianzas en territorio, e impulsar políticas públicas que prioricen las cadenas productivas y el desarrollo de proveedores locales, para darles a las mipymes espacios de negociación y comercio que les permitan crecer y sostenerse en el tiempo.

Quienes quieran conocer los instrumentos disponibles o iniciar un proceso de asesoramiento pueden contactar a Ulab a través del mail emprendimientos@ude.edu.uy



Programa de Competitividad Empresarial Sostenible para Mipymes de UDE- Inefop 2025



Sumate a un espacio con beneficios directos para tu PYME y que desarrolla proyectos de futuro.

ALGUNOS DE NUESTROS BENEFICIOS



Protección legal y defensa de derechos

Asesoramiento en normativa laboral, impositiva y de seguridad social



Representación sectorial

Participación en Consejo de Salarios, comisiones bipartitas, tripartitas y en los fondos sociales de la construcción.



Amplia gama de servicios

Asesoramiento laboral sobre contratación de personal, seguridad e higiene, listas de precios, licencias, seguros y más.



Capacitación continua

Actualización permanente en tendencias, normativas y tecnologías del sector.

NUESTRO PROYECTO ESTRATÉGICO



Promovemos la creación de un Campo de Experimentación y Exhibición de Materiales y Tecnologías para la Construcción.

Un espacio físico para construir prototipos de sistemas constructivos a escala real, sumar tecnologías digitales, realizar talleres de práctica y capacitación técnica sobre nuevos materiales y tecnologías materiales, coordinando el trabajo entre las empresas, la academia y el estado.

Hacete socio

Comunicate por el Tel.: 2908 2082,
por email a info@ligaconstruccion.org
o en nuestra sede social en Soriano 1048



Más de un siglo respaldando a la industria de la construcción

Innovación, capacitación y colaboración: las claves para el futuro de las mipymes de la construcción

Desde la Liga de la Construcción destacan que las pequeñas empresas del sector necesitan acceder a tecnología, conocimiento y espacios de apoyo para crecer.



por:
Valeria Machado

La transformación tecnológica también alcanzó a la construcción. Nuevas herramientas digitales, materiales y métodos obligan a las empresas a adaptarse a un escenario donde la actualización dejó de ser una opción para convertirse en una necesidad.

En ese contexto, las micro, pequeñas y medianas empresas enfrentan el desafío de crecer sin quedar rezagadas frente a los cambios que atraviesa la actividad.

Desde la Liga de la Construcción del Uruguay, sostienen que el futuro de las mipymes pasa por incorporar tecnología, fortalecer el trabajo conjunto y generar espacios donde puedan acceder a conocimiento, investigación y nuevas oportunidades de negocio.

En entrevista con Mario Bellón, integrante de la directiva, aseguró que las pequeñas y medianas empresas ya ocupan un lugar relevante dentro de la industria, aunque advirtió que el próximo paso será acompañar la evolución tecnológica que vive el rubro.

“Hay muchas empresas pequeñas y medianas participando en distintas tareas”, señaló Bellón, quien entiende que el desafío ahora es “incorporar todo lo que está pasando en el mundo” para mejorar la productividad y responder a las nuevas exigencias del mercado.

Tecnología como desafío

Para Bellón, una de las principales diferencias entre grandes empresas y mipymes está en la capacidad de incorporar innovación. Mientras las compañías de

mayor porte suelen avanzar primero en herramientas digitales e inteligencia artificial, las pequeñas empresas deben encontrar mecanismos para no quedar rezagadas.

En ese sentido, sostuvo que las mipymes son protagonistas de una parte importante de la ejecución de las obras y, por lo tanto, también necesitan actualizarse para responder a los estándares que exigen las empresas contratantes.

Bellón entiende que esa adaptación no debe verse únicamente como una inversión tecnológica, sino como una condición para mantenerse vigente.

Afirmó que “el desafío de las pequeñas y medianas es también estar preparadas para formar parte de esas tareas que requieren una actualización tecnológica”.

Innovación en las mipymes

Uno de los proyectos que impulsa actualmente la Liga de la Construcción es el Campo de Experimentación y Exhibición de Materiales y Tecnologías para la Construcción (Ceemtec), una iniciativa que busca reunir en un mismo espacio a empresas, investigadores, estudiantes, profesionales y organismos públicos para probar nuevos sistemas constructivos y fomentar la innovación aplicada a la industria.

Bellón explicó que el proyecto puede convertirse en una herramienta especialmente útil para quienes cuentan con menos recursos para investigar o desarrollar nuevos productos.

Según indicó, muchas veces existen emprendedores o pequeñas empresas que desarrollan materiales o soluciones innovadoras, pero no



Mario Bellón. (Integrante del consejo directivo)

encuentran dónde validarlas o con quién vincularse para transformarlas en proyectos viables.

A su vez, explicó que “este campo es ese espacio de sinergia positiva para la industria”, y destacó que allí podrán encontrarse investigadores, estudiantes avanzados de ingeniería, empresas proveedoras de tecnología y potenciales inversores para impulsar iniciativas que, de otra forma, difícilmente prosperarían.

Para Bellón, “Uruguay tiene el desafío de estar a tono con lo que está pasando en el mundo, de actualizarse” para así fortalecer ese ecosistema de colaboración.

Además de servir como ámbito de experimentación, entiende que el Ceemtec también puede convertirse en un espacio de formación permanente para estudiantes de arquitectura, ingeniería, UTU y para los propios trabajadores de la construcción.

Innovar sin grandes inversiones

Aunque la innovación suele asociarse a fuertes inversiones económicas, Bellón sostiene que existen oportunidades para las mipymes

puedan avanzar sin afrontar costos imposibles.

A su entender, uno de los principales problemas es el desconocimiento de las herramientas de apoyo disponibles. “Una gran cantidad de empresas desconocen el potencial de apoyo que pueden tener a nivel de las organizaciones”. En ese sentido, consideró que Uruguay dispone de instrumentos de financiamiento que muchas veces no llegan a quienes más los necesitan y que, con una mejor articulación, podrían transformarse en un impulso para proyectos innovadores.

El rol de la capacitación

Para Bellón, ninguna inversión en tecnología tendrá impacto si no está acompañada por la formación de quienes integran las empresas. Por eso insiste en que la capacitación debe ocupar el primer lugar en la agenda de cualquier mipyme que aspire a mantenerse competitiva.

“La actualización permanente del personal de toda la línea” es, a su juicio, el principal desafío que enfrenta hoy la industria. Explica que la velocidad con

la que aparecen nuevos materiales, herramientas digitales y procesos constructivos hace que los conocimientos queden rápidamente desactualizados.

“La construcción ha sido históricamente una industria lenta en la integración de tecnologías, pero hoy tiene ese desafío”, sostuvo. En ese escenario, remarcó que tanto quienes trabajan en obra como quienes diseñan o gestionan proyectos necesitan incorporar nuevas competencias para responder al mercado.

A su entender, acceder a programas de formación, aprovechar los sistemas de apoyo existentes y promover la actualización continua permitirá que muchas empresas puedan sostenerse en el tiempo y adaptarse a los cambios.

Financiamiento y colaboración

Bellón también planteó la importancia de fortalecer la industria nacional y generar políticas que favorezcan el trabajo local. En ese sentido, planteó que Uruguay puede tomar como referencia experiencias de otros países de la región, donde existen programas específicos para apoyar el desarrollo de nuevos materiales, sistemas constructivos e investigación aplicada a la construcción.

Consideró que el Estado puede “generar espacios de financiamiento basados en propuestas concretas de desarrollo”, generando mecanismos de apoyo para iniciativas que permitan a las pequeñas empresas innovar y crecer.

También considera fundamental el rol de las organizaciones gremiales como espacios capaces de reunir esfuerzos individuales y transformarlos en proyectos colectivos.

Desde esa perspectiva, invitó a las empresas a acercarse a la Liga de la Construcción

para participar activamente en los proyectos que impulsa la institución.

Sostenibilidad y trabajo nacional

Si bien la construcción atraviesa un proceso de transformación impulsado por criterios de eficiencia energética y reducción del impacto ambiental, Bellón considera que el concepto de sostenibilidad debe abordarse desde una mirada más amplia.

Asimismo, destacó que resulta necesario fortalecer el desarrollo de la industria nacional y promover la generación de empleo. Por ese motivo, planteó que las compras públicas podrían otorgar un mayor espacio a empresas que utilicen mano de obra y materiales desarrollados en Uruguay, favoreciendo así el crecimiento del entramado productivo local.

Colaborar para crecer

En el marco del Día Nacional de las Mipymes, Bellón dejó un mensaje dirigido especialmente a quienes comienzan un emprendimiento o buscan consolidarse dentro del sector.

Su principal recomendación es perder el temor a innovar y asumir que la capacitación permanente debe ocupar un lugar central en la estrategia de cualquier empresa.

“Que se animen a participar de la innovación, que pongan en el número uno el tema de la capacitación”, expresó. También llamó a fortalecer la colaboración entre empresas, dejando de lado una visión basada únicamente en la competencia:

“Hay que mirar el mundo desde el punto de vista de la colaboración y no solamente desde el punto de vista de estar compitiendo permanentemente”, y agregó que “por ese lado de la colaboración podremos tener un mejor desarrollo para las empresas pequeñas y medianas”.





de cada
10
MiPyMEs
en Uruguay
son lideradas
por mujeres
y seguimos
trabajando para
cerrar brechas.

En **OMEU**, potenciamos esta realidad conectando emprendedoras con las herramientas técnicas que sus negocios necesitan para consolidarse.



Conocé nuestros programas
Escaneá el código y descubrí
como podemos acompañarte.



omeu.org.uy



omeu_uy



/omeu



/omeu.uy



OMEU

OMEU: las emprendedoras ya no piden capacitación, necesitan crecer

La medición de impacto de la organización muestra avances en ventas, formalización y gestión, pero advierte que el desafío ahora es convertir esos logros en ingresos suficientes y autonomía económica.



Participantes de Más Emprendedoras, uno de los programas de formación impulsados por OMEU.

por:
Valeria Machado

El Día Nacional de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas invita a mirar un sector que representa una parte sustancial de la actividad económica del país. Dentro de ese universo, miles de emprendimientos son liderados por mujeres que encontraron en el autoempleo una alternativa para generar ingresos.

Después de más de una década de trabajo en todo el territorio nacional, la Organización de Mujeres Empresarias, Ejecutivas y Emprendedoras del Uruguay (OMEU) asegura que las emprendedoras llegan hoy mejor preparadas al mercado. La evidencia surge de la última Medición de Impacto, que incorpora un seguimiento de las participantes luego de finalizar los programas de formación y permite observar qué ocurre cuando las herramientas aprendidas se trasladan a la práctica.

Los resultados muestran que las mujeres venden más, sostienen mejor sus precios, fortalecen su confianza y profesionalizan la gestión de sus emprendimientos. Sin embargo, el crecimiento de los negocios todavía no se traduce —en muchos casos— en ingresos suficientes para sostener los gastos del hogar.

Del aula al mercado

OMEU desarrolla cuatro programas dirigidos a mujeres emprendedoras, empresarias y ejecutivas. Entre Todas y Más Emprendedoras constituyen la base de su trabajo, con talleres sobre liderazgo, autonomía económica, ventas, negociación y educación financiera.

A ellos se suman Mujeres Inversoras, orientado a preparar emprendimientos para acceder a capital y formar mujeres inversoras, y Referentes Territoriales, una red que articula el trabajo con cámaras empre-

sariales, organismos públicos e instituciones locales. Según explicó la economista y responsable de la medición de impacto, Elianna Testa, el cambio de esta edición fue extender el seguimiento de las participantes más allá del cierre de los cursos. El nuevo trabajo incorporó una segunda instancia de medición meses después, cuando las emprendedoras ya habían participado en espacios reales de comercialización. Uno de los principales resultados surge del Mercado de Emprendedoras realizado en Portones Shopping. Allí, el 96% de las participantes afirmó haber aplicado herramientas aprendidas durante el programa Más Emprendedoras para vender sus productos.

Además, el 100% concretó ventas durante la experiencia y el 88% logró mantener el precio definido para sus productos sin recurrir a descuentos para cerrar operaciones. Para Testa, ese seguimiento confirmó que las participantes,

“ya se sentían mucho más preparadas y más sólidas”. El trabajo también permitió evaluar la continuidad de algunas recomendaciones planteadas en el informe de 2025.

Entre ellas aparecen avances en el fortalecimiento de contenidos, la consolidación de redes entre emprendedoras y una mayor presencia territorial. Otras líneas continúan abiertas, como la necesidad de profundizar el seguimiento en el largo plazo y abordar con mayor profundidad el impacto de las tareas de cuidados.

“Lo que no se mide, no se sabe”

La nueva metodología también permitió descubrir fenómenos que hasta ahora pasaban inadvertidos. Uno de ellos apareció en un taller, donde el 84% de las participantes había nacido fuera de Uruguay, principalmente en Venezuela, Colombia y Cuba.

El dato llevó a la organización a reconocer que existía una realidad que no estaba siendo registrada. “Nos perdimos la oportunidad de captar esto por no tener preguntas para ellas. Lo que no se mide, no se sabe”, afirmó Testa, al explicar por qué el próximo ciclo incorporará herramientas específicas para comprender mejor las trayectorias y necesidades de las mujeres migrantes.

Otro cambio observado fue el aumento sostenido en la edad promedio de las participantes del interior del país, que pasó de 41 años en 2024 a 47 años en 2026. Para la directora ejecutiva de OMEU, Fernanda Castellanos, detrás de ese fenómeno aparecen mujeres que llegan al emprendimiento después de trayectorias laborales interrumpidas o con escasa formalidad, muchas veces conscientes de que la jubilación futura no alcanzará para sostener sus ingresos.

Crecimiento y autonomía económica

Los resultados positivos de la medición no ocultan el principal problema que OMEU identifica entre las emprendedoras uruguayas. Para Castellanos, hoy el desafío ya no pasa únicamente por capacitar, sino por generar condiciones para que ese crecimiento pueda transformarse en autonomía económica. “Las mujeres se forman, aumentan las ventas, se formalizan... pero no les da para mantener sus gastos básicos”, resumió. A su entender, una de las razones está en que buena parte de los instrumentos de formalización fueron diseñados para empresas con ingresos relativamente estables y no



Instancia de comercialización de Más Emprendedoras donde pusieron en práctica estrategias de venta y negociación.

contemplan la realidad de emprendimientos que funcionan por temporadas.

El sistema de cuidados

Para Castellanos, el otro gran obstáculo sigue siendo el mismo: el sistema de cuidados. Las mujeres continúan siendo quienes asumen mayoritariamente las responsabilidades de cuidado dentro de los hogares. Esa realidad condiciona el tiempo disponible para producir, vender, capacitarse y hacer crecer sus negocios. “No somos especialistas en cuidado”, reconoció Castellanos al explicar por qué OMEU decidió incorporar a la Red Pro Cuidados al programa de Referentes Territoriales para trabajar ese eje junto a instituciones especializadas. Por su parte, la responsable de comunicación de OMEU, Paola Badiola, vinculó el crecimiento del emprendedurismo femenino con la falta de respuestas estructurales:

“El autoempleo nace de la falta de acciones afirmativas de las empresas en los sistemas de cuidados”. Según explicó, estudios muestran que, a medida que aumenta la cantidad de hijos e hijas, disminuye la participación de las mujeres en el empleo formal y crece la necesidad de generar ingresos a través de emprendimientos.

El acceso al mercado

Después de consolidar una oferta de capacitación en todo el país, OMEU entiende que llegó el momento de concentrar esfuerzos en la etapa siguiente: facilitar el acceso al mercado. Castellanos considera que muchas emprendedoras cuentan hoy con productos competitivos, pero encuentran dificultades para insertarse en un escenario comercial donde predominan las promociones permanentes, los descuentos financiados por grandes superficies y los convenios con tarjetas, herramientas que resultan difíciles de igualar para quienes recién comienzan.

En ese contexto, OMEU fortaleció los espacios de comercialización mediante experiencias como el Mercado de Emprendedoras en Portones Shopping, Mercado Creadoras en Divino, una vitrina de comercio electrónico junto a annica.uy y una experiencia gastronómica durante el Foro OMEU realizado en el Teatro Solís. Para la organización, el acceso al financiamiento sigue siendo otra de las grandes brechas.

Muchas mujeres tienen una incorporación relativamente reciente al sistema financiero formal y, en consecuencia, cuentan con menor historial crediticio, menos herramientas para negociar financiamiento y mayores dificultades para acceder a capital de crecimiento.

Medir para mejorar

Cerca de 900 mujeres participan hoy en instancias de evaluación de OMEU, un desafío que exige combinar mediciones rigurosas con una mirada cualitativa sobre sus trayectorias. Para Testa, el objetivo es encontrar ese equilibrio, incorporando nuevas preguntas y la perspectiva de mentoras y emprendedoras. La hoja de ruta incluye medir el impacto seis meses después de finalizar Más Emprendedoras, profundizar en la realidad de las emprendedoras migrantes y acompañar a aquellas empresas con potencial de exportación.

Pero detrás de esos objetivos aparece una convicción que atraviesa toda la evaluación de impacto. Los avances existen y son medibles. Más mujeres venden, negocian mejor sus precios, fortalecen sus redes y profesionalizan sus emprendimientos. Sin embargo, la evidencia también muestra que la capacitación, por sí sola, dejó de ser suficiente.



El Mercado de Emprendedoras permitió evaluar cómo las participantes aplican herramientas en espacios reales de venta.

Ana Laura Fernández: “Las Mipymes son el corazón del entramado productivo uruguayo”

La asesora Económica de la CCSUy, analizó la realidad de los emprendedores del país, que representan el 99,5% de las empresas

por:
Equipo de Redacción

Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) representan casi la totalidad del entramado empresarial del país y generan más de seis de cada diez empleos privados formales. Sin embargo, enfrentan dificultades para acceder al crédito, bajos niveles de productividad, cargas tributarias y burocráticas y una baja tasa de supervivencia.

Ana Laura Fernández, asesora económica de la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (CCSUy), analiza los principales desafíos del sector en el marco del Día Nacional de las Mipymes. Este ecosistema emprendedor representa el 99,58% del total de las empresas de Uruguay y generan el 67,72% del empleo formal privado en la industria, el comercio y los servicios. Su presencia atraviesa prácticamente toda la economía, pero ese peso convive con dificultades estructurales para crecer, consolidarse y competir.

Fernández, es economista con más de 18 años de experiencia, lideró los Departamentos de Estudios Económicos de la Cámara y ha trabajado en el análisis de políticas económicas y en el diseño de propuestas e instrumentos de apoyo empresarial. “Las mipymes son el corazón del entramado productivo uruguayo, no sólo en lo que refiere a unidades productivas, sino también como generadoras de fuentes de trabajo”, señala.

Según los últimos datos de Demografía de Empresas del INE y del Monitor Mipymes de ANDE, correspondientes a 2026, Uruguay cuenta con 207.182 empresas formales registradas ante BPS y DGI, de las cuales casi el la totalidad son mipymes y generan el más de la mitad del empleo privado formal, es decir, casi

660.000 puestos de trabajo. En Comercio y Servicios se concentra el 85,7% de las mipymes del país, que generan el 84,3% del empleo de este grupo.

Crecer y sobrevivir

El peso de las mipymes no significa que tengan un camino sencillo para consolidarse. Una de cada dos se cierra antes de cumplir tres años, mientras que en los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) ese proceso de aprendizaje del mercado se extiende entre seis y siete años.

“Ese protagonismo convive con diferentes fragilidades y desafíos estructurales”, plantea Fernández. Entre ellos menciona las bajas tasas de supervivencia, las dificultades para acceder al crédito, los bajos niveles de productividad y el peso del Estado en materia tributaria, arancelaria y burocrática.

Los datos sobre creación y cierre muestran, además, un sector muy dinámico. Durante el primer trimestre de 2026 nacieron 10.659 empresas, todas mipymes, mientras que cerraron 8.282, de las cuales 8.281 también pertenecían a ese grupo. La mayor parte del movimiento se concentra en las microempresas: hubo 10.545 nacimientos y 8.086 cierres.

“Esto confirma que las mipymes son un sector sumamente dinámico, con mucha entrada y salida de empresas, lo que refleja tanto oportunidades de nuevos emprendimientos, así como también la dificultad de consolidarse y sobrevivir en el tiempo”, sostiene.

El acceso al financiamiento

El crédito aparece como otra de las principales barreras. Según Fernández, el 20% de las empresas está excluida o se autoexcluye del sistema financiero.



Ana Laura Fernández - Asesora Económica de la CCSUy

La dificultad es mayor entre empresas jóvenes, del interior y aquellas lideradas por empresarios con menor nivel educativo. “Muchas comienzan utilizando capital propio o préstamos de familiares y amigos y, cuando acceden al crédito bancario, suelen destinarlo a capital de trabajo”.

“Y el gran factor explicativo de esta realidad tiene que ver con barreras de acceso: burocracia, exigencias de garantías, falta de información contable y, en muchos casos, la propia informalidad, que impide directamente acceder a una línea de crédito porque se requieren certificados vigentes de BPS y DGI”, detalla la economista.

Desde la Cámara, con apoyo de ANDE, se pusieron en marcha los Círculos de Fortalecimiento Financiero, cinco grupos de hasta 12 empresas guiados por especialistas, donde se trabaja sobre gestión financiera, acceso al

crédito e inclusión financiera. También se elaboró un Manual de Soluciones Financieras para Mipymes y se avanzó en servicios compartidos de asesoramiento financiero.

Fernández destaca además la aparición de las fintech como nuevos actores que pueden ofrecer alternativas a las que no siempre llega la banca tradicional. “Existen aún importantes debilidades que hacen que el mercado financiero en nuestro país esté muy poco desarrollado”, afirma.

Competir con las plataformas internacionales

La expansión del comercio electrónico constituye otro de los grandes desafíos, especialmente para las mipymes comerciales.

Entre 2023 y 2025, la cantidad de envíos bajo el régimen de franquicias se multiplicó por 3,6 y su valor en dólares se triplicó.

Solo en 2025 se registraron casi dos millones de envíos por unos US\$ 200 millones. En abril de 2026 se alcanzó el máximo histórico, con más de 250.000 operaciones por casi US\$ 24 millones en un solo mes. Durante 2025, el régimen representó el 8,3% de las importaciones de bienes de consumo. En vestimenta llegó al 11% y en juguetes se acercó al 18%.

En la víspera del Día del Niño, el domingo 16 de agosto, ejemplifica: “Dos de cada 10 juguetes consumidos en Uruguay entraron por esta vía”, señala Fernández, quien advierte que el volumen de rubros como vestimenta y calzado ya resulta comparable al de las importaciones de las principales cadenas locales.

A partir del 1° de mayo de 2026 entró en vigencia un nuevo decreto reglamentario. Según los datos de la Cámara, las operaciones cayeron 42% en mayo y 56% en junio frente a los mismos meses de 2025. Para Fernández, todavía es temprano para determinar cuánto de esa caída es estructural y cuánto responde a la incertidumbre de la implementación.

La Cámara, explica, no plantea restringir las compras en el exterior, sino establecer condiciones de competencia similares. “Desde la Cámara y en defensa del sector comercio y servicios, así como las de mipymes en particular, no planteamos restringir el acceso del consumidor a comprar en el exterior, sino por el contrario contar con reglas parejas para todos y evitar así una competencia desigual”, aclaró.

Pero el desafío va más allá de las franquicias. El comercio electrónico modificó los hábitos de consumo y obliga a los negocios locales a adaptarse. “El consumidor también cambió: hoy es un consumidor más exigente, hiperconectado, con menor tolerancia a la fricción, acostumbrado a comparar precios y experiencias a escala global”, argumentó.

En ese escenario, las mipymes deben repensar su propuesta. “Ya no alcanza con vender, hay que ofrecer una experiencia de compra ágil, personalizada y a la altura de los estándares que hoy marca la competencia internacional”, analizó.

Para Fernández, la transformación digital también representa una oportunidad para incorporar tecnología, desarrollar canales digitales, capacitar equipos y avanzar hacia la omnicanalidad.

Tecnología e inteligencia artificial

La inteligencia artificial y la automatización pueden tener “un rol central” en la mejora de la productividad, aunque la adopción de tecnologías 4.0 todavía es baja en Uruguay y es más marcada cuanto menor es el tamaño de la empresa.

El obstáculo, sostiene Fernández, no siempre es el acceso a la tecnología. “Muchas veces, y en particular para las mipymes, el principal obstáculo de esta transformación no suele ser externo sino más bien interno a la empresa: la cultura de gestión, la resistencia al cambio del modelo de negocio, la preparación y capacitación tanto del equipo de trabajo como de los propios empresarios”, explica.

“No quedan dudas de que la capacitación continua deja de ser una inversión discrecional para convertirse en una condición de competitividad, tanto para el trabajador como para la empresa”, sostiene.

El papel de la Cámara

La CCSUy nuclea a más de 15.000 empresas socias, de las cuales una gran parte se encuentran agrupadas en más de 120 gremiales sectoriales y regionales, con presencia en

los más diversos rubros de la economía y en todo el territorio nacional. En ese marco, la Cámara cuenta con distintas herramientas para acompañar a las mipymes.

El Departamento de Fortalecimiento Empresarial trabaja en el crecimiento de las empresas y se complementa con las áreas de asesoramiento económico y jurídico.

La institución también tiene presencia territorial a través de Centros y Asociaciones Comerciales, Industriales y Agrarias.

“Estamos cerca de las empresas, y no sólo para acercarle toda la información de relevancia para sus negocios, sino también para conocer de primera mano sus desafíos, necesidades y obstáculos más importantes que enfrentan en el día a día”, dijo Fernández.

La Escuela de Comercio ofrece programas, tecnicaturas y cursos en gestión, comercio exterior, digitalización y cultura financiera.

El Centro de Empresas Familiares acompaña procesos de profesionalización y relevo generacional.

La Cámara también trabaja en comercio internacional mediante certificados de origen, misiones comerciales y apoyo a empresas que buscan internacionalizarse, además de capacitaciones para aprovechar el acuerdo Mercosur-Unión Europea.

A esto se suma el Departamento de Impacto, desde donde se apoya a las empresas en la transición hacia modelos de gestión responsables y sostenibles.

Por último, para Fernández, mejorar las condiciones de las mipymes requiere cambios dentro de las empresas, pero también en el entorno donde desarrollan su actividad.

Uno de los puntos que considera necesario revisar es el sistema impositivo, que debería ser “más gradual y flexible” y adaptarse mejor a las características de las empresas pequeñas.

También entiende necesario reforzar los programas de apoyo existentes y facilitar el acceso a las herramientas disponibles a través de organismos como ANDE, ANII, Uruguay XXI, INEFOP y Dinapyme.

En el Día Nacional de las Mipymes, Fernández resume el papel que cumplen estas empresas en la economía uruguaya.

“Su trabajo diario sostiene al país: seis de cada diez empleos privados formales, y buena parte de la vida económica de cada barrio y cada ciudad del interior, dependen de ustedes”, dirigiéndose directamente al sector.

El desafío es que ese peso económico se traduzca en empresas con mayor capacidad de sobrevivir y crecer. “Sabemos que el camino es exigente, pero también sabemos que quienes persisten, se profesionalizan y se animan a incorporar tecnología y buenas prácticas de gestión tienen mejores chances de consolidarse”, cerró.



Foto cedida



MIPYMES URUGUAY

El motor que impulsa el país

INNOVACIÓN | TRABAJO | COMPROMISO | FUTURO

Más producción, más empleo, más **desarrollo**.

www.grupormultimedia.com