



Departamento de Economía
Facultad de Ciencias Sociales
Universidad de la República

Documentos de Trabajo

Estudios de competitividad sectoriales.
Industria manufacturera.

M. I. Terra, G. Bittencourt, R. Domingo, C. Estrades,
G. Katz, A. Ons, H. Pastori

Documento No. 23/05
Noviembre, 2005

ESTUDIOS DE COMPETITIVIDAD SECTORIALES INDUSTRIA MANUFACTURERA

**Investigación realizada en el marco de los estudios sectoriales financiados
por el Banco Interamericano de Desarrollo.**

Coordinadora: Inés Terra

Gustavo Bittencourt

Rosario Domingo

Carmen Estrades

Gabriel Katz

Álvaro Ons

Héctor Pastori

**Departamento de Economía
Facultad de Ciencias Sociales
Universidad de la República**

Octubre de 2004

RESUMEN

El objetivo de este estudio es analizar la competitividad de los sectores textil, vestimenta y diseño y farmacéutico en Uruguay y sus perspectivas. En el sector textil se espera, a mediano plazo que las cadenas de lana y cuero mantengan su capacidad competitiva, aumentando el componente de diseño para la creación de productos de mayor valor agregado. Las cadenas comerciales de algunas marcas uruguayas que cuentan con ventajas importantes seguirán creciendo, aunque las expectativas de crecimiento para el sector en su conjunto son moderadas, especialmente para las empresas grandes. Las políticas públicas podrían contribuir a mantener, en este sector, los costos de producción reducidos. En el sector vestimenta y diseño se debe esperar una recuperación del mercado local y del mercado regional, aunque esta tendencia de crecimiento encontrará algunas limitantes: la competencia dentro del MERCOSUR, el dinamismo del sector informal, y las restricciones que puedan provenir de la oferta de factores. La competencia con los rivales globales continuará creciendo, lo que sumado a la eliminación de cuotas en los mercados de destino y a la tendencia a la mejora de calidad de los productos de estos rivales, constituirá una amenaza mayor a nuestra industria, por lo que debe esperarse un moderado crecimiento general del sector, con algunos productos estrella. En el sector farmacéutico se visualiza al mercado interno como de lento crecimiento y precios a la baja. Aquellos laboratorios que piensan su expansión hacia las exportaciones planifican algunas inversiones para ampliar su capacidad, pero como su espacio competitivo es el de los "genéricos" no consideran el desarrollo de nuevos productos, sino el aseguramiento de la calidad y el cumplimiento de los requisitos de acceso planteados por las autoridades sanitarias de los países compradores. La evolución futura de mediano plazo de esta industria depende de un conjunto de factores complejo. Por último, se presenta en el trabajo un análisis de las políticas económicas que afectan a los sectores de interés.

Palabras clave: competitividad, ventajas competitivas, farmacéutica, textiles, vestimenta, política industrial.

Clasificación JEL: L52, L65, L67.

ABSTRACT

The aim of this study is to analyse competitiveness in textiles, garments and design, and pharmaceutical industry in Uruguay. In textiles, wool and leather industries are expected in the medium run to maintain their competitive capacity, increasing the importance of design to create products with more aggregate value. Firms in Uruguay that present important advantages will continue to grow, even when growth expectations are moderate, specially for big firms. Public policies could contribute to maintain in this sector low production costs. In garments and design industries it can be expected a recovery in local and regional markets, although there might be some restrictions to this growth: competition with MERCOSUR partners, dynamism in informal sector, and restrictions from factor supply. Competition with global rivals will continue to rise, that together with the quota elimination in destination markets and with the quality improvement of rivals' products, will constitute a major threaten to our industry. For that reason, it can be expected a moderate general growth in the sector, with some star products. In the pharmaceutical industry, the local market presents slow growth and decreasing prices. Those laboratories that intend to expand towards exports are planning some investments to widen their capacity, but as their competitive area is the one of "generics" they do not consider developing new products. Instead, they tend to assure quality and access requirements from sanitary authorities in buying countries. Future development of this industry in the medium run depends on several complex factors. Finally, this study presents the economic policies that affect our interest sectors.

Keywords: competitiveness, competitive advantages, pharmaceuticals, textiles, garments, industrial policy.

ÍNDICE

CAPITULO I: ASPECTOS GENERALES

I. INTRODUCCIÓN GENERAL

1. Evolución del sector industrial
2. Participación de las ramas seleccionadas en la industria manufacturera
3. Factores generales que afectan la competitividad del país

II. RESUMENES EJECUTIVOS

1. Sector Textil
2. Sector Vestimenta y Diseño
3. Sector Farmacéutico

III. BIBLIOGRAFÍA

IV. GUIA Y LISTADO DE ENTREVISTAS

CAPITULO II: ESTUDIO DE COMPETITIVIDAD SECTOR TEXTIL

1. Introducción
 2. Factores clave de competitividad del sector textil en el ámbito internacional y regional
 3. Estructura y evolución histórica de la industria textil en Uruguay
 4. Nivel de competitividad del subsector: ventajas competitivas actuales y potenciales
 5. Factores que afectan la competitividad y las ventajas competitivas potenciales
 6. Prospectiva
- Anexo estadístico

CAPÍTULO III: ESTUDIO DE COMPETITIVIDAD SECTOR VESTIMENTA Y DISEÑO

1. Introducción
2. Factores clave de competitividad del subsector en el ámbito internacional y regional

3. Trayectoria histórica del sector vestimenta y diseño a nivel nacional
4. Nivel de competitividad actual de la industria de la vestimenta y el diseño
5. Impacto de los factores que afectan la competitividad empresarial en la industria de la vestimenta
6. Prospectiva a mediano plazo

CAPITULO IV: ESTUDIO DE COMPETITIVIDAD SECTOR FARMACÉUTICO

1. Factores clave de competitividad de la industria farmacéutica en el ámbito internacional y regional
 2. Trayectoria de la industria farmacéutica uruguaya
 3. Nivel de competitividad: ventajas competitivas actuales y potenciales
 4. Factores que afectan la competitividad que afectan la competitividad de la industria farmacéutica nacional
 5. Prospectiva a mediano plazo (5 a 10 años)
- Anexo estadístico

CAPÍTULO V: POLÍTICAS PÚBLICAS URUGUAY: SECTOR TEXTIL, VESTIMENTA Y FARMACÉUTICA

1. Introducción
2. Promoción de inversiones
3. Promoción de exportaciones
4. Política comercial
5. Regulación del sector farmacéutico
6. Otros

ESTUDIOS DE COMPETITIVIDAD SECTORIALES

INDUSTRIA MANUFACTURERA

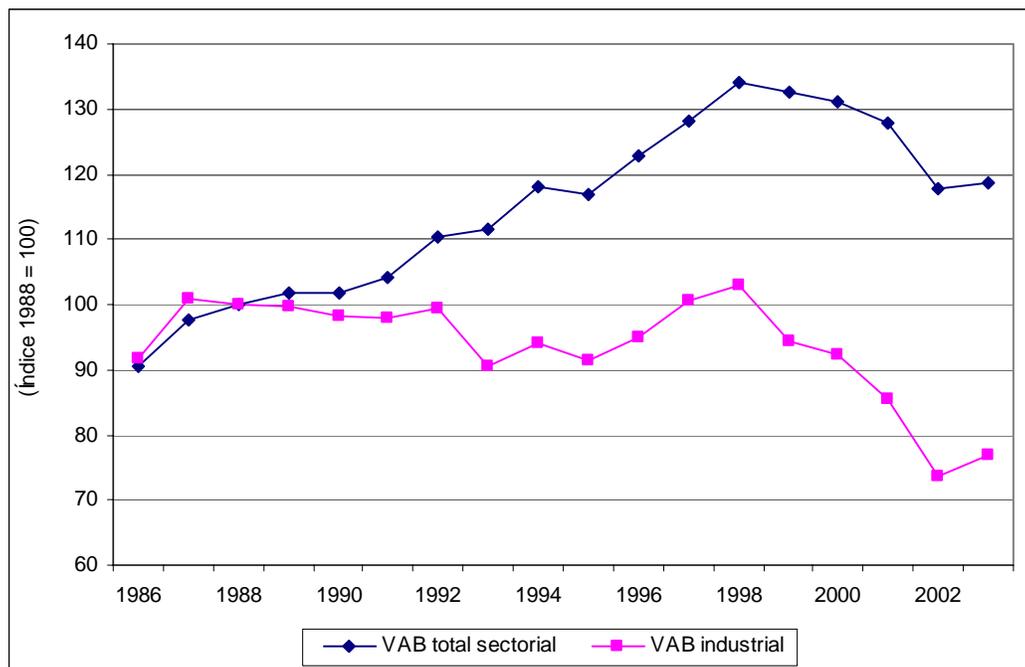
**CAPITULO I:
ASPECTOS GENERALES**

I. INTRODUCCIÓN GENERAL

1. EVOLUCIÓN DEL SECTOR INDUSTRIAL

En los últimos 17 años, la economía uruguaya creció a una tasa acumulativa anual de 1,6%, observándose dos períodos claramente diferentes: los primeros 12 años, donde el valor agregado total se incrementó al 3,31% acumulativo anual, y los últimos 5 años en los cuales dicha variable decreció al 2,4% acumulativo anual (gráfico 1).

Gráfico 1
Evolución del VAB total e industrial
1986-2003



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco Central del Uruguay.

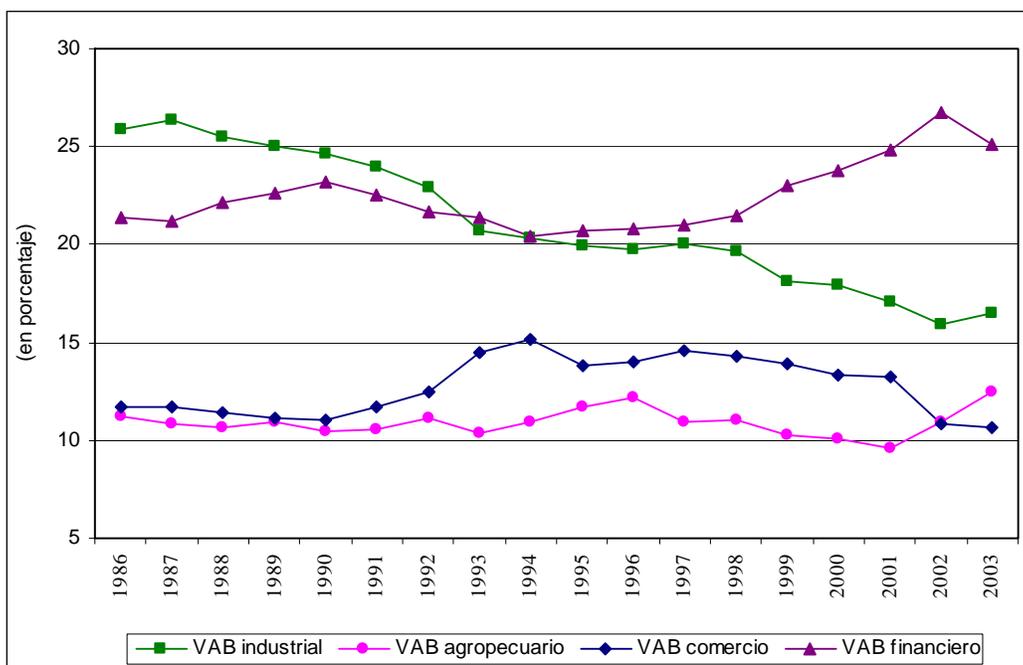
En igual período el VAB del sector industrial decreció a una tasa del $-1,0\%$ acumulativa anual. Sin embargo, pueden observarse diferentes trayectorias de esta variable en el período. Un primer ciclo de crecimiento seguido de estancamiento y reducción en los primeros 7 años, al final del cual el VAB industrial había caído un $1,4\%$ en relación a 1986 y en el cual el producto de la industria manufacturera se movió igual que la economía en

su conjunto sólo los dos primeros años, decreció levemente en los años siguientes, mientras el producto del resto de los sectores continuó incrementándose (1988-1993).

Un segundo ciclo de crecimiento y reducción del VAB industrial, en el que la última fase fue mucho más aguda que en el primero y, en consecuencia, en el año de menor valor de esta variable (2002), la misma había caído 17% en relación a 1993. En este período, la economía en su conjunto sigue un comportamiento bastante similar al del sector industrial, con tasas de crecimiento levemente superiores entre 1993 y 1998, y tasas de decrecimiento bastante inferiores entre 1999 y 2002.

Este comportamiento lleva a que el sector industrial, que en los 80 era el sector que presentaba la mayor participación porcentual en la generación de valor agregado en la economía, haya visto reducida su participación en el producto del país en forma sostenida desde inicios de los 90. Entre 1986 y 2002 la participación del VAB industrial cayó en 10 puntos porcentuales, y a partir de 1993, es superado por el sector financiero (finanzas, seguros, inmobiliarias y servicios a las empresas) como el sector que más contribuye a la generación de valor agregado en el país (gráfico 2).

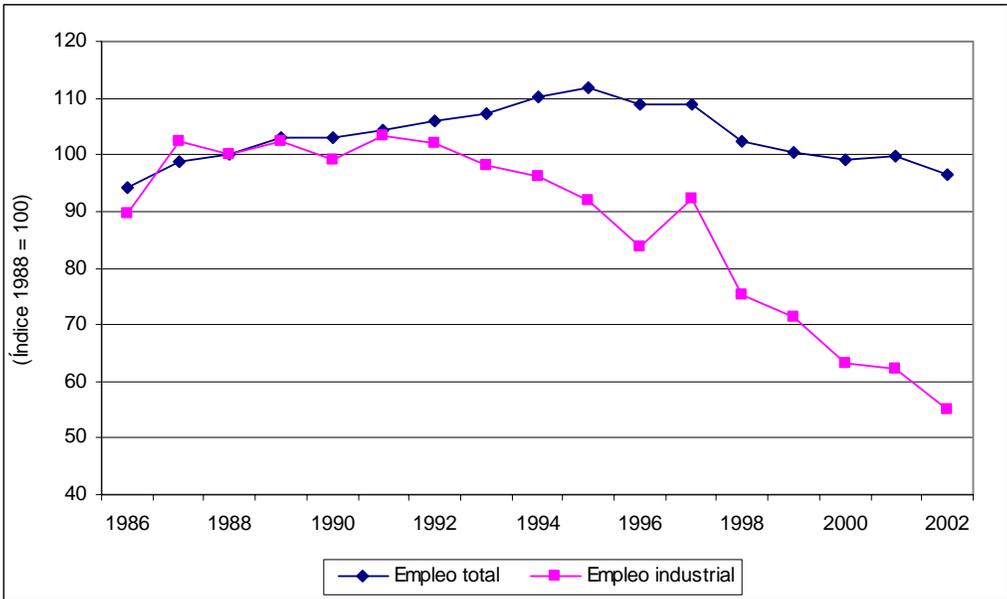
Gráfico 2
Participación de diferentes sectores en el VAB total
1986-2003



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco Central del Uruguay.

Esta pérdida de participación en el producto del sector industrial se acompaña por una importante reducción de los puestos de trabajo del sector. Mientras que el total del empleo en la economía se mantuvo constante entre 1986 y 2002, la industria manufacturera, a partir de 1993, redujo considerablemente el número de ocupados, con decrecimientos anuales importantes (gráfico 3). Al final del período la reducción alcanza a 40 puntos porcentuales, la que resulta muy superior a la reducción en el VAB en términos constantes, lo que está señalando que la productividad del sector fue creciente en el período. Este comportamiento determina que el sector contribuya en menor medida que en el pasado a la tasa de empleo de la economía en su conjunto. En 1986 la industria empleaba al 20% de los ocupados, mientras que en el 2002 este porcentaje era apenas del 12%.

Gráfico 3
Evolución del empleo
1986-2002



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Instituto Nacional de Estadísticas.

2. PARTICIPACIÓN DE LAS RAMAS SELECCIONADAS EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA

2.1 Aspectos metodológicos

Las ramas seleccionadas para el estudio fueron: industria textil, industria de la vestimenta e industria farmacéutica. La información disponible para las variables de producción, empleo e inversión provienen de las encuestas de actividad económica que realiza el Instituto Nacional de Estadística (INE), mientras que la información sobre comercio exterior proviene del Banco Central del Uruguay y de Aduana.

Para la construcción de series estadísticas largas en aspectos vinculados a producción, empleo e inversión, se han enfrentado dificultades debido a que en el año 1997, año del Censo de Actividad Económica, el INE modificó la metodología utilizada en la recolección y presentación de los datos de las encuestas de actividad económica, no habiendo compatibilizado la información hasta el presente. Por lo tanto, si bien la información proviene de la misma fuente, se ha realizado un trabajo de compatibilización de la información correspondiente a la Encuesta Industrial Anual (EIA) que cubre el período 1990-1996, con la proveniente de la Encuesta de Actividad Económica (EAE) que abarca los años 1997 a 2001, último año para el cual la información está disponible.

Los siguientes aspectos deben tomarse en consideración a la hora de analizar las diferentes series estadísticas presentadas:

a. Clasificación CIU: en ambas encuestas se utilizan diferentes clasificaciones CIU. En la EIA, la clasificación utilizada fue la Rev. 2 de la CIU, mientras que en la EAE se utiliza la Rev. 3, esto determinó la siguiente compatibilización de la información:



Hilandería, Tejeduría y Acabado de Textiles

CIIU Rev. 2

32112 Hilandería, tejeduría y acabado de lana y lana-sintético. Incluye teñido

32113 Hilandería, tejeduría y acabado de algodón y algodón sintético. Incluye teñido

32114 Hilandería, tejeduría y acabado de sintéticos

32115 Hilandería y tejeduría de fibras duras



CIIU Rev. 3

1711 Hilandería, tejeduría y acabado de lana, algodón, sintético y fibras duras. Se incluye el teñido cuando éste se realiza en la misma unidad de producción del hilado o tejido. Incluye tejidos de fibra de vidrio.

1712 Acabado de productos textiles (blanqueo, teñido, etc., cuando no se produce en la misma unidad en que se hace el tejido o el hilado).

Otros Productos Textiles

CIIU Rev. 2

3212 Confección de artículos textiles excepto prendas de vestir. Toldos. Bordado. Fabricación de toldos (textiles) y velas de surf.

3214 Fabricación de tapices y alfombras

3215 Cordelería.

3219 Fabricación de textiles n.e.p.



CIIU Rev. 3

1720 Fabricación de otros productos textiles con tejidos no producidos en la misma unidad. (Cuando los artículos se fabrican en la misma unidad que produce los tejidos, la actividad se considera auxiliar de la tejeduría). Incluye fabricación de toallas, frazadas, toldos, cortinas, redes, alfombras, artículos de pasamanería, tejidos recubiertos de plástico, guatas, camisas para mecheros, cuerdas, cordeles, hilos de fibras textiles recubiertos o no con caucho o plástico, etc...

Industria de la vestimenta

Tejidos de punto

CIIU Rev. 2

3213 Fabricación de tejidos de punto y medias.



CIIU Rev. 3

1730 Fabricación de tejidos de punto como buzos, chalecos, camisetas, medias y similares. Se incluyen prendas de vestir cuando los tejidos se producen en la misma unidad.

Prendas de vestir

CIIU Rev. 2

32201 Confección de ropa exterior

32202 Fabricación de prendas de cuero

32203 Confección de ropa interior

3230 Fabricación de productos de cuero, sucedáneos de cuero y pieles, excepto calzado y otras prendas de vestir



CIIU Rev. 3

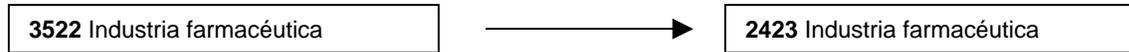
1810 Fabricación de prendas de vestir, con materiales no fabricados en la misma unidad, excepto prendas de piel. Incluye la fabricación de prendas de tela, otros materiales textiles y de cuero. Ropa interior y exterior, y accesorios como guantes, cinturones, sombreros, redecillas para el pelo, excepto calzado.

1820 Fabricación de pieles finas y de artículos de pieles finas (excepto calzado). Incluye fabricación de prendas de vestir de piel y teñido de pieles finas. Incluye fabricación de artículos con pieles artificiales.

Industria farmacéutica

CIIU Rev. 2

CIIU Rev. 3



b. Presentación de la información agregada: a partir de 1997, los datos de actividad industrial recabados por el INE a cuatro dígitos de la CIIU Rev. 3 sólo se publican para las empresas de inclusión forzosa en la EAE (empresas con 50 o más ocupados o que en el año 1997 presentaran ventas superiores a diez millones de pesos), a diferencia de lo que ocurría hasta 1996, cuando los datos muestrales se publicaban expandidos. A dos dígitos de la CIIU Rev. 3 (con algunas divisiones consideradas en forma conjunta con la 17, 18 y 19; y la 24 y 25) los datos se publican para las empresas de 5 o más ocupados

A los efectos de poder compatibilizar las series se procedió a estimar el VBP, VAB, Remuneración, Empleo y Formación Bruta de Capital Fijo de las empresas de menos de 50 ocupados de las ramas a cuatro dígitos a partir de los datos del Censo y de la Encuesta de Actividad Económica entre 1997 y 2001. Para ello se calculó en primer término el valor de cada una de estas variables para las empresas de menos de 50 ocupados para el total de las agrupaciones 17, 18 y 19 en cada uno de los años en que la información se presenta agregada (1998-2001). A los efectos de desglosar estos datos entre las tres divisiones consideradas se utilizó la participación que éstas tenían en el total de cada variable en el Censo Económico de 1997. El valor así obtenido se sumó al de las empresas de inclusión forzosa, alcanzándose entonces el valor total de cada variable para las empresas del sub – sector considerado.

A fin de ilustrar la metodología adoptada, se ejemplifica a continuación el procedimiento seguido para estimar el VBP de la industria textil en el año 2001.

Datos en miles de pesos

VBP empresas textiles de inclusión forzosa en 2001	VBP empresas aleatorias de las ramas 17, 18 y 19	Participación de la rama 17 en el VBP agregado (17+18+19) en 1997	VBP empresas aleatorias, sector textil en 2001	VBP total de las empresas del sector textil en 2001
3.163.460	1.207.367	22,01%	22,01% de 1.207.367 = 265.799	3.163.460 + 265.799 = 3.429.259

Este procedimiento se repitió para cada una de las variables consideradas y para todos los años entre 1997 y 2001. Si bien esta metodología parece en principio la más adecuada para estimar los datos a partir de la información disponible, es necesario mencionar tres dificultades insalvables que afectaron el procedimiento. En primer término, el supuesto que subyace es que la distribución del valor de las diferentes variables correspondiente al conjunto de las empresas aleatorias de los sectores de textiles, vestimenta y cueros, entre cada uno de estos sectores se mantiene inalterada entre 1997 y 2001. En segundo término, los criterios de clasificación de empresas de inclusión forzosa y aleatoria variaron a partir de 1998. En 1997, se consideraban empresas de inclusión forzosa aquellas con más de 20 ocupados y eran, por tanto, empresas aleatorias aquellas con menos de 20 ocupados. A partir de 1998 se pasó a catalogar como empresas forzosa a aquellas con más de 50 ocupados o aquellas cuyas ventas superaran los diez millones de pesos en 1997.

Por último, en la metodología empleada se produce una sobre-estimación de la participación de la industria textil y una sub-estimación de la industria de la vestimenta en el tramo de empresas aleatorias, ya que las empresas de la rama 1730, tejidos de punto, que en el trabajo se incluye en la industria de la vestimenta, no puede desagregarse de la división 17 a los efectos de este cálculo.

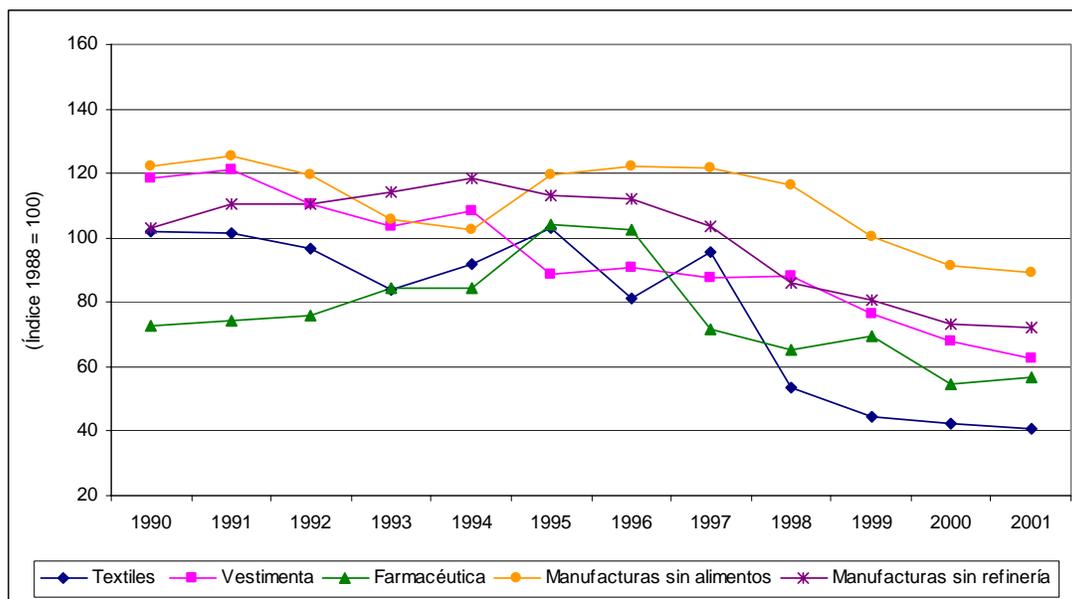
c. Otras consideraciones metodológicas: Un problema adicional de importancia consiste en que los criterios para el relevamiento de las unidades económicas es diferente en la EIA que en la EAE. En el primer caso la unidad encuestada era el establecimiento, mientras que en la segunda es la empresa. Esto provoca posiblemente subvaloración en el caso de la industria de la vestimenta, ya que unidades productivas de empresas comercializadoras no estarían incluidas en esta información. Otro aspecto que se tomó en cuenta en la compatibilización realizada es que la información anterior a 1997 estaba valuada a costos del consumidor, mientras que los datos a partir de 1997 se presentan a precios del productor. La compatibilización debió hacerse hacia atrás, o sea con los datos a precios del productor, ya que con la información que publica el INE no es posible llevar el VBP de 1997 en adelante a precios del consumidor (sólo se publica el IVA neto y no desagregado en IVA ventas e IVA compras como sí se hacía hasta 1996).

2.2 Participación

Las ramas seleccionadas para el estudio (textiles, vestimenta y farmacéutica) en la década de los 90 muestran una mayor variación en la evolución de su valor agregado que

la industria en su conjunto (descontada la refinería de ANCAP) y que el grupo de sectores industriales que no incluyen los de alimentos, bebidas y tabaco. En la gráfica 4 puede apreciarse que entre 1990 y 1993, mientras la industria textil y de la vestimenta siguen una evolución similar a la del conjunto industrial sin alimentos, la industria farmacéutica presenta una evolución creciente. Entre 1994 y 1997, mientras que la industria en su conjunto (excepto alimentos y refinería) crece en el primer año y luego se estanca, la industria de la vestimenta sigue un proceso inverso, reduciendo su VAB en el primer año para luego estancarse. Por su parte tanto la industria textil como la farmacéutica presentan fuertes fluctuaciones. A partir de 1997, cuando el valor agregado industrial presenta una tendencia decreciente, el sector textil sigue la misma tendencia pero en forma más acelerada, mientras que la industria de la vestimenta decrece fuertemente a partir de 1998. El sector farmacéutico, si bien también presenta un decrecimiento sostenido desde 1996, es el que en el 2001 había perdido menos en relación al VAB de 1990.

Gráfico 4
Evolución del VAB por sectores
1990 – 2001



Fuente: Elaboración propia con base en datos del INE

La industria en su conjunto (sin considerar la refinería de petróleo) pierde 31 puntos porcentuales entre 1990 y 2001, en el VAB. Si eliminamos los alimentos, el resto de los sectores industriales agregados pierden 33 puntos porcentuales en el mismo período. Los tres sectores de estudio tienen un comportamiento dispar, mientras que los textiles

pierden 61 puntos porcentuales, vestimentas pierde 56 puntos y la industria farmacéutica pierde 16 puntos porcentuales, incrementando su participación en el VAB industrial (cuadro 1).

Cuadro 1
Participación sectores de estudio en VAB industrial
excepto refinería y alimentos
(en porcentaje a precios de 1988)

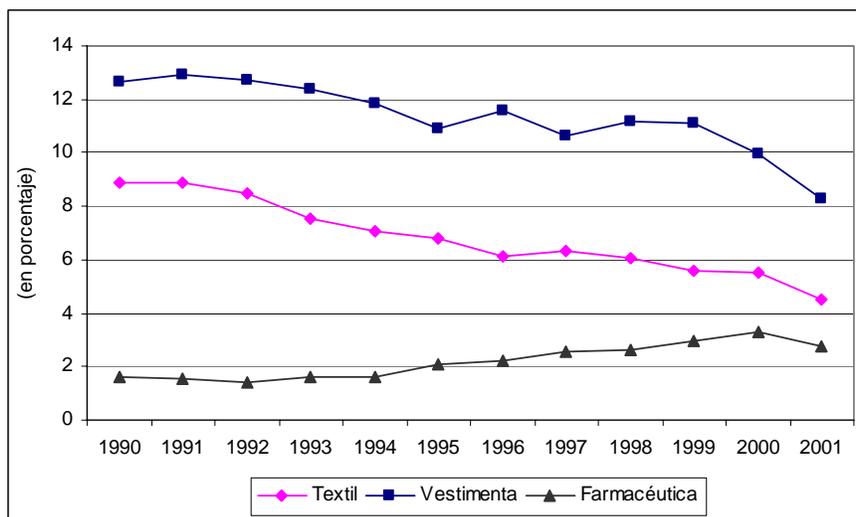
Año	Textiles	Vestimenta	Farmacéutica
1990	12,97	8,58	4,24
1991	12,62	8,52	4,21
1992	12,59	8,18	4,52
1993	12,38	8,66	5,69
1994	14,00	9,39	5,88
1995	13,42	6,56	6,20
1996	10,37	6,59	5,99
1997	12,29	6,37	4,18
1998	7,17	6,72	4,00
1999	6,87	6,72	4,91
2000	7,19	6,56	4,27
2001	7,09	6,19	4,50

Fuente: Elaboración propia con base en datos EIA-EAE - INE

Esta pérdida de participación de los textiles y en menor medida en la vestimenta en el VAB se manifiesta en forma mucho más intensa en el empleo (Gráfico 5). Entre 1990 y 2001 el sector industrial sin la refinería perdió algo más de 71 mil puestos de trabajo (12 mil en la industria de alimentos y 59 mil en otras industrias).

Los sectores textil y vestimenta responden por el 40% de los empleos perdidos en el sector manufacturero excepto alimentos, bebidas y tabaco. La industria textil pasa de 14,9 mil ocupados en 1990 a 4,4 mil en 2001, mientras que la industria de la vestimenta que tenía 21,3 mil ocupados en el primero de esos años, sólo ocupa a 8 mil personas en el año 2001 (cuadro 2). Por su parte, la industria farmacéutica mantiene constante su nivel de ocupación entre esos años, aumentando su participación en el empleo total industrial.

Gráfico 5
Participación en el empleo industrial



Fuente: Elaboración propia con base en datos del INE.

Cuadro 2
Evolución del empleo industria manufacturera

Año	Total manufacturas	Textil	Vestimenta	Farmacéutica
1990	168.022	14.944	21.273	2.716
1991	159.697	14.229	20.661	2.491
1992	147.413	12.539	18.728	2.131
1993	134.235	10.100	16.607	2.203
1994	122.832	8.696	14.516	1.988
1995	112.499	7.626	12.252	2.327
1996	102.353	6.260	11.862	2.303
1997	113.647	7.213	12.060	2.884
1998	110.715	6.722	12.406	2.910
1999	103.849	5.835	11.502	3.045
2000	94.656	5.236	9.450	3.126
2001	96.958	4.373	8.015	2.708

Fuente: Elaboración propia con base en datos EIA - EAE - INE

Esta mayor reducción del personal ocupado, determinó que la productividad del trabajo de estas ramas medida como VAB por trabajador, tuviera un ritmo de crecimiento mayor que la productividad promedio de la industria (excluida la refinería), tal como se presenta en el cuadro 3. Mientras que la productividad promedio industrial aumentó un 21% entre 1990 y 2001 en dólares constantes de 1988, la productividad del sector textil creció un 36% entra

ambas puntas, superando la media de la industria. Por otra parte, el sector vestimenta que se caracteriza por una productividad por trabajador sustancialmente menor a la media industrial, presentó una tendencia creciente en esta variable, la que al comienzo de los 80 era un tercio de la media de la industria y en 2001 supera al 50% de la media industrial. La industria farmacéutica por su parte, luego de aumentar considerablemente su productividad hasta mediados de la década, perdió productividad durante el período recesivo, manteniendo prácticamente incambiados los niveles de empleo.

Cuadro 3
Productividad (VAB por trabajador) de la manufactura
(miles de pesos constantes de 1988)

Año	Total manufacturas*	Textil	Vestimenta	Farmacéutica
1990	4,10	4,52	2,10	8,13
1991	4,62	4,74	2,20	9,03
1992	5,01	5,11	2,22	10,80
1993	5,64	5,50	2,34	11,59
1994	6,36	7,00	2,81	12,86
1995	6,70	9,31	2,72	13,54
1996	7,31	8,60	2,88	13,49
1997	6,11	8,81	2,73	7,50
1998	5,21	5,27	2,68	6,79
1999	5,19	5,03	2,50	6,90
2000	5,22	5,34	2,70	5,31
2001	4,98	6,16	2,93	6,32

* Excluida la refinería

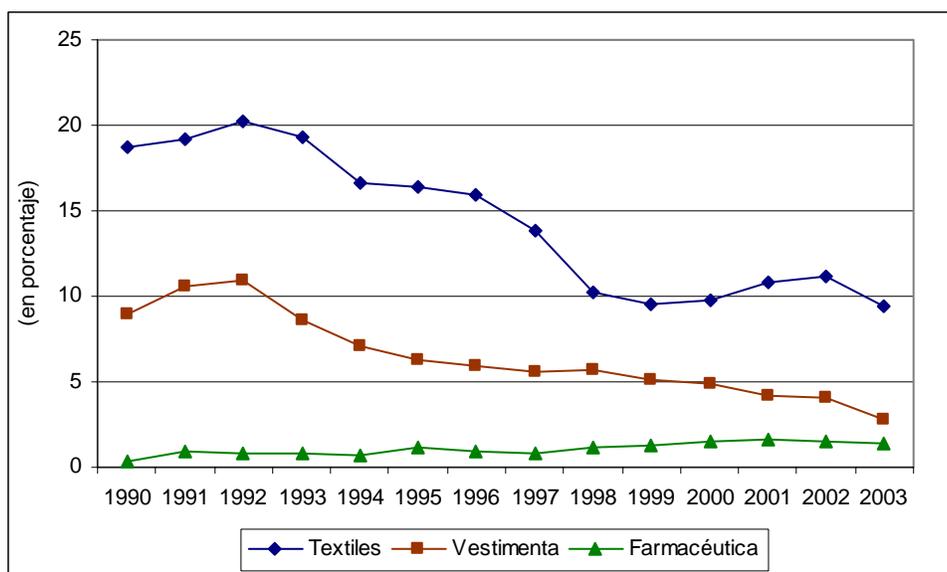
Fuente: Elaboración propia con base en datos del INE.

El sector textil y de la vestimenta, como consecuencia de la contracción del producto, perdieron participación en las exportaciones totales del país (gráfico 6). Por su parte la industria farmacéutica incrementó su participación en las mismas.

Si bien tanto los textiles como la vestimenta perdieron participación en las exportaciones totales del país, es el mercado externo el que absorbe la mayor parte de sus ventas, presentando ambos sectores una mayor propensión a exportar que la media de la industria (cuadro 4). Por su parte el sector farmacéutico que a comienzos de la década presentaba una clara orientación al mercado interno, incrementa su orientación exportadora. Esto se explica porque las empresas del sector que dejaron de tener actividad industrial han sido principalmente las filiales de empresas transnacionales

instaladas en el proceso de sustitución de importaciones que reorganizan su producción en la región en el marco del proceso de integración.

Gráfico 6
Participación de los sectores en las exportaciones totales 1990-2003



Fuente: Elaboración propia con base en datos del BCU.

Cuadro 4
Propensión a exportar, 1990-2000
(en porcentaje)

Año	Textil	Vestimenta	Farmacéutica	Total Industria
1990	45,28	48,99	1,59	24,35
1991	44,61	39,62	1,66	21,27
1992	46,77	53,67	3,30	20,55
1993	54,30	53,25	3,77	21,89
1994	57,69	40,52	13,72	23,92
1995	60,88	45,39	8,39	23,81
1996	61,69	47,22	8,54	25,54
1997	71,79	48,52	12,24	32,02
1998	68,33	50,11	18,79	30,80
1999	76,88	52,94	16,74	29,89
2000	79,34	63,69	21,36	33,05

Fuente: elaboración propia con base en datos EIA-EAE -INE

La formación bruta de capital fijo anual total del sector industrial en dólares constantes, se redujo en un 23% entre 1990-2001 (cuadro 5). Los sectores considerados presentan muy baja formación de capital en relación al total de la industria, con una participación inferior a la que tienen en el VAB y en el empleo. Entre ellos, el sector textil presenta una reducción drástica de su inversión a partir de 1995, con cifras que en el año 2001 apenas representan el 13% de lo invertido en 1990. El sector vestimenta invertía en 2001 apenas el 31% de lo invertido en 1990. Estas cifras reflejan el bajo desempeño de ambos sectores en este período.

Cuadro 5
Formación Bruta de Capital Fijo, 1988-2001
(miles de dólares de 1988)

Año	Textil	Vestimenta	Farmacéutica	Industria manufacturera
1988	24.984	5.597	3.500	171.083
1989	20.072	5.672	2.422	156.951
1990	14.109	4.307	2.503	115.760
1991	13.072	7.555	1.469	135.810
1992	21.104	5.430	2.872	134.612
1993	12.483	7.690	3.309	161.221
1994	11.512	2.739	3.358	139.756
1995	12.507	1.567	6.695	216.790
1996	5.357	1.091	4.771	141.354
1997	6.636	2.046	4.646	132.303
1998	6.161	3.951	5.647	107.707
1999	4.577	3.583	2.668	76.586
2000	-685	1.929	2.029	78.024
2001	1.909	1.341	2.893	88.705

Fuente: elaboración propia con base en datos EIA – EAE –INE

En cuanto a la inversión por ocupado (tomando como proxy de la inversión la formación bruta de capital fijo), como puede observarse en el cuadro 6, la industria de la vestimenta ha presentado siempre coeficientes muy inferiores al promedio industrial. Por su parte el sector textil en los primeros años de esta década es cuando muestra un comportamiento peor al de la economía en su conjunto en cuanto a montos de inversión por trabajador, ya que la caída en la inversión fue muy superior a la pérdida de puestos de trabajo. Finalmente la industria farmacéutica en la mayor parte de los años de la década ha presentado un coeficiente superior al promedio industrial.

Cuadro 6
Formación bruta de capital fijo por ocupado
(dólares constantes de 1988)

Año	Textil	Vestimenta	Farmacéutica	Industria manufacturera
1988	1,51	0,28	0,93	1,00
1989	1,28	0,27	0,61	0,91
1990	0,94	0,20	0,36	0,69
1991	0,92	0,37	0,59	0,85
1992	1,68	0,29	1,35	0,91
1993	1,24	0,46	1,50	1,20
1994	1,32	0,19	1,69	1,14
1995	1,64	0,13	2,88	1,93
1996	0,86	0,09	2,07	1,38
1997	0,92	0,17	1,61	1,16
1998	0,92	0,32	1,94	0,97
1999	0,78	0,31	0,88	0,74
2000	-0,13	0,20	0,65	0,82
2001	0,44	0,17	1,07	0,91

Fuente: Elaboración propia con base en datos EIA – EAE – INE

Otro aspecto a destacar refiere a la participación de capital extranjero en las empresas de estos sectores. Medida la participación extranjera como el porcentaje de las ventas de empresas con capital externo en el total de las ventas del sector, tanto el sector textil como el farmacéutico tiene una participación mayor a la media industrial, mientras que en la industria de la vestimenta las empresas con capital extranjero se retiraron del sector (cuadro 7).

Cuadro 7
Participación del capital extranjero en
la industria manufacturera, 1990-2000
(en porcentaje)

Año	Textil	Vestimenta	Farmacéutica	Industria manufacturera
1990	36,8	9,2	85,1	25,8
1991	14,5	10,1	37,6	17,7
1992	13,3	6,4	57,0	24,0
1993	35,9	7,7	60,0	27,4
1994	35,3	10,9	60,8	29,4
1995	26,6	27,6	65,8	29,1
1996	27,6	4,0	54,7	28,0
1997	29,0	10,4	58,6	22,1
1998	34,6	8,0	32,8	21,6
1999	32,6	0,7	43,7	22,2
2000	33,6	0,0	44,3	21,4

Fuente: Elaboración propia con base en datos EIA – EAE – INE

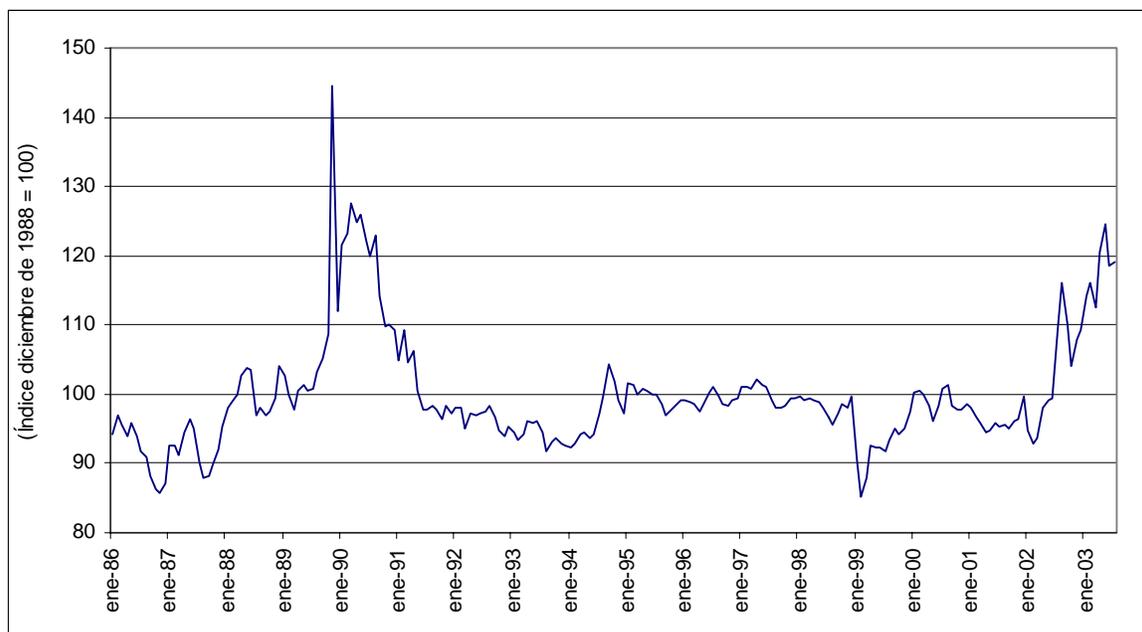
3. FACTORES GENERALES QUE AFECTAN LA COMPETITIVIDAD DEL PAÍS

3.1 Factores macroeconómicos

3.1.1 Tipo de cambio

La política cambiaria aplicada en Uruguay desde 1991 hasta junio de 2002, cuando se produce la devaluación como consecuencia de la crisis financiera que afectó al país y la flotación del tipo de cambio, consistió en un régimen de paridad deslizante preanunciada con banda de flotación. Esta política cambiaria incidió significativamente en la capacidad competitiva de las empresas uruguayas. Como se observa en el gráfico 7 , que refleja la evolución del tipo de cambio real uruguayo con el de sus nueve principales socios comerciales¹, se constató una marcada apreciación del tipo de cambio real uruguayo, particularmente en los primeros años de la década de los noventa.

Gráfico 7
Tipo de cambio real con base en los precios mayoristas



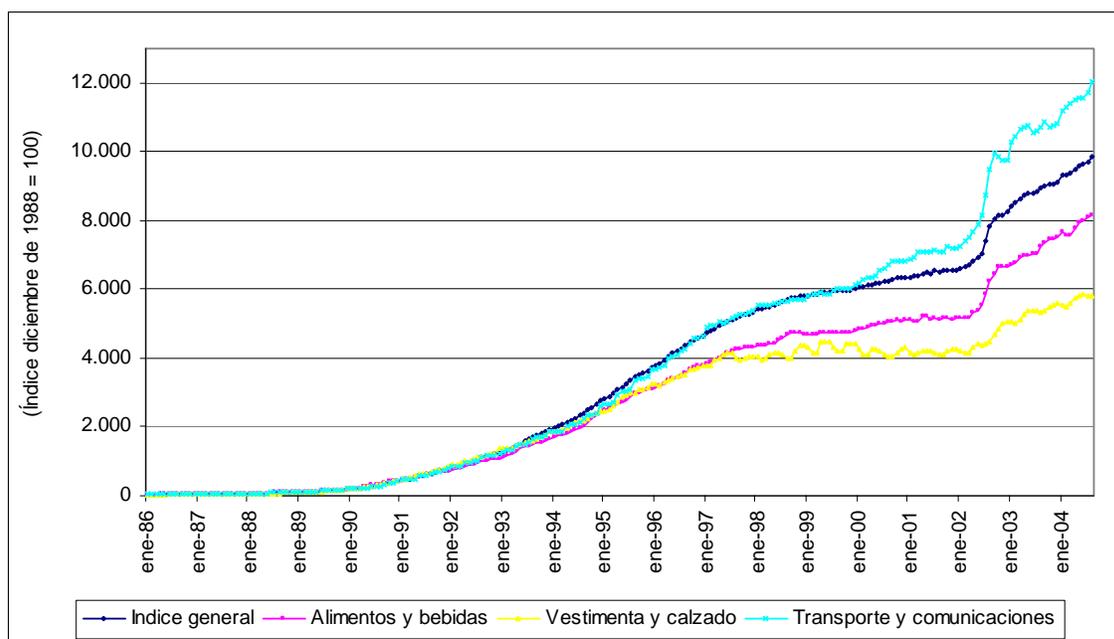
Fuente: Centro de Economía Internacional.

¹ El índice fue elaborado ponderando los precios mayoristas en dólares de Argentina, Brasil, Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Italia, Francia, Países Bajos y Japón con la participación de las exportaciones más las importaciones de cada uno de estos socios en el total, tomando como período base 1998 – 1999 = 100.

3.1.2 Precios

Los precios de los bienes transables evolucionaron por debajo de los correspondientes a los bienes no transables, fundamentalmente desde mediados de la década de los noventa, según se ilustra en el gráfico 8².

Gráfico 8
Evolución de los precios al consumo de transables y no transables

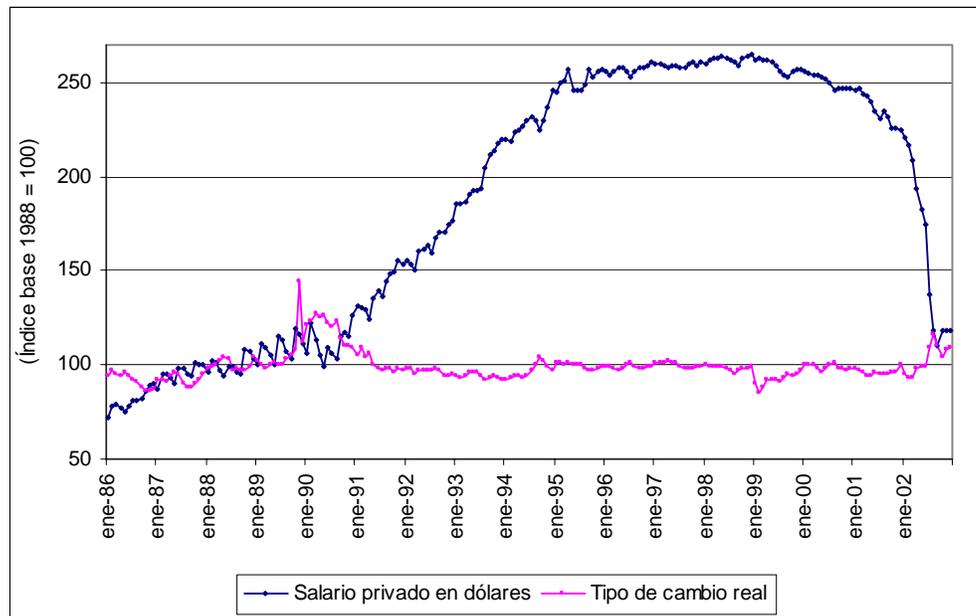


Fuente: Elaboración propia con base en datos del INE:

Al mismo tiempo, las empresas uruguayas enfrentaron un sustancial encarecimiento de las tarifas públicas medidas en dólares. La energía eléctrica (tarifa industrial), el agua corriente y los servicios telefónicos evidenciaron aumentos sostenidos en sus precios hasta 1997 o 1998, experimentando luego leves caídas. Los precios de los combustibles, por su parte, exhibieron también una tendencia al alza, aunque menos pronunciada, la que se acentuó marcadamente hacia el final de la década y comienzos de los años dos mil (cuadro 8).

² Puesto que el Índice de Precios Mayoristas (luego Índice de Precios al Productor de Productos Nacionales) no sigue la evolución de los precios de los no transables, se utilizó el Índice de Precios al Consumo a fin de ilustrar este hecho.

Gráfico 9
Tipo de cambio real y salario privado en dólares



Fuente: Elaboración propia con base en datos INE y CEI

Cuadro 8
Tarifas públicas en dólares

Año	Energía eléctrica (tarifa industrial)	Teléfono	Agua Corriente	Nafta Especial	Nafta Supra	Gas Oil	Fuel Oil
1990	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1991	99,9	106,9	128,0	109,4	109,4	101,2	113,2
1992	100,8	116,6	149,9	100,3	101,8	97,3	112,0
1993	122,7	133,9	195,1	99,0	102,0	80,4	91,4
1994	154,8	166,6	262,8	108,1	113,2	84,8	73,7
1995	180,3	183,4	304,3	115,2	123,7	92,5	71,2
1996	190,3	192,7	327,5	121,2	130,1	103,3	72,5
1997	197,7	183,7	358,1	127,4	134,5	108,6	75,3
1998	199,8	180,4	360,9	120,9	126,8	103,1	71,4
1999	191,9	175,3	354,1	114,3	119,9	96,8	67,0
2000	185,8	170,2	343,9	142,9	149,8	118,5	82,1
2001	179,8	171,9	351,5	162,8	168,4	127,0	111,5

Fuente: Porto (2000) e INE

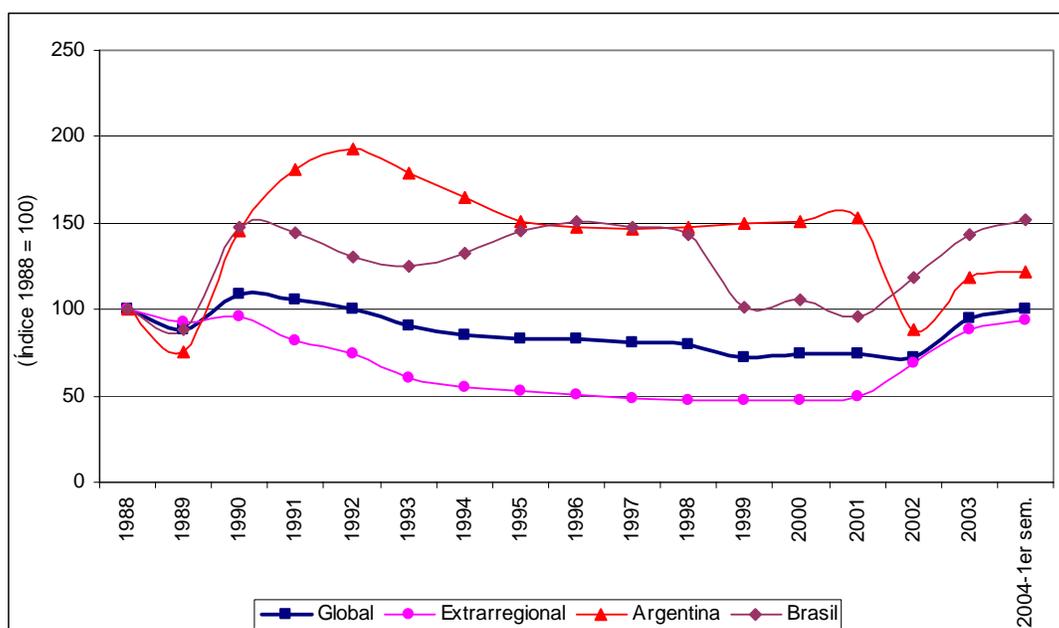
3.2 Capacidad de competencia

La apreciación cambiaria resultante del esquema de política cambiaria implementado, y su incidencia sobre los costos e ingresos de las empresas uruguayas, se tradujo en una pérdida de capacidad competitiva de la producción nacional respecto a la de sus socios comerciales. En el caso de las empresas exportadoras, cuyos ingresos están vinculados a bienes transables en tanto sus costos están compuestos fundamentalmente por no transables, esta situación repercutió desfavorablemente en su ecuación de costos – ingresos (Porto, 2000). De acuerdo a datos del Banco Central del Uruguay, la capacidad competitiva de la producción nacional se redujo casi 31% entre enero de 1990 y junio de 2002, al momento de abandonarse la política cambiaria vigente hasta entonces y adoptarse un régimen de flotación cambiaria.

No obstante, la evolución de la competitividad de la producción nacional vis a vis la de los principales socios comerciales de Uruguay se diferenció claramente, según se considere la competitividad extra o intra – zona. En tanto que la primera se contrajo más de 37% en el período analizado, el indicador de competitividad cayó menos de 29% frente a Argentina e incluso se incrementó 25% respecto a Brasil a lo largo de dicho período. Esto se debe al efecto de los planes de estabilización con ancla nominal implementados en Argentina y Brasil, que determinaron que en estos países se produjera también una apreciación cambiaria que duró al menos hasta la devaluación de 1999 en Brasil y hasta el abandono del Plan de Convertibilidad en enero de 2002 en el caso de Argentina.

A partir de junio de 2002, luego del abandono del régimen cambiario imperante desde 1991, la situación competitiva de la industria nacional varió considerablemente. La devaluación experimentada por el peso desde entonces (más de 62% al fin de agosto de 2004) ha superado el ritmo de la inflación (39% la minorista, 25% la mayorista) lo que aunado a la contracción de los salarios privados medidos en dólares (43%) permitió a las empresas exportadoras recomponer sus condiciones de rentabilidad. En este contexto, la capacidad competitiva de la producción nacional, medida por los Indicadores de Capacidad de Competencia del Banco Central del Uruguay, evidencia una marcada recuperación tanto con relación a países extra–zona como con los socios regionales, particularmente Argentina. De hecho, a partir de la devaluación, la capacidad competitiva se ha recuperado hasta situarse incluso por encima de los niveles vigentes en enero de 1990, si bien esta ganancia de competitividad se ha concentrado en la región (cuadro 9).

Gráfico 10
Evolución de la capacidad competitiva de Uruguay



Fuente: Elaboración propia con base en datos del BCU.

Cuadro 9
Evolución de la capacidad de competencia
de la producción nacional
(en porcentaje)

Período	Indice Global	Indice Extra - regional	Indice con Argentina	Indice con Brasil
Enero 1990 - Junio 2002	-30,6	-37,1	-28,9	25,8
Junio 2002 - Julio 2004	53,0	49,1	72,0	26,9
Total del período	6,1	-6,2	22,3	59,7

Fuente: Banco Central del Uruguay

II. RESUMENES EJECUTIVOS

1. SECTOR TEXTIL

El sector en la economía nacional

El sector textil constituye una cadena productiva que incluye lavaderos, hilanderías de lana, algodón y fibras sintéticas, tejedurías, tejidos de punto y medias, tapices y alfombras, tejidos de punto y otros textiles. Está estructurado en torno a la producción de textiles de lana aprovechando las ventajas naturales que el país tiene en la producción de ovinos y lana de alta calidad. Es un sector orientado al mercado externo por lo que ha estado sometido a una fuerte presión competitiva. En el 2001, el sector textil en su conjunto representaba un 5,2% del VBP, un 4,4% del Valor Agregado Bruto (VAB), un 4,5% del empleo y un 10% de las exportaciones industriales de Uruguay. Lavaderos y fabricación de tops eran el 65,8% del VBP, el 48,1% del VAB, el 62,5% de las exportaciones, y el 20,6% del empleo; hilandería, tejeduría y acabado de productos textiles eran el 34,5% del VBP, el 45,7% del VAB, el 68,0% del empleo y el 34,2% de las exportaciones (en el año 1997, último dato disponible, la distribución del VBP entre las diferentes fibras era la siguiente: 47,9% lana, 21,8% algodón y 30,2% sintéticos); y fabricación de otros productos textiles: eran el 4,5% del VBP, el 6,2% del VAB, el 3,3% de las exportaciones y el 11,4% de los trabajadores del sector.

Ventajas competitivas sectoriales

Las ventajas comparativas de Uruguay en el sector lavaduría y tejeduría han estado muy asociadas a la disponibilidad de lana de buena calidad pero de un grosor que no le permite ubicarse en los segmentos más altos del mercado. Las principales fortalezas se asocian a la disponibilidad de materia prima y a la existencia de un parque industrial competitivo a nivel internacional. La principal debilidad es el predominio de lanas de grosor medio, cuyo destino es la producción de hilados y tejidos cardados que se dirigen a segmentos de calidad media y que son fácilmente sustituibles por otras fibras. La amenaza más importante es que si no se recupera el stock ovino se puede perder de capacidad para el mantenimiento y mejoramiento tecnológico y, por lo tanto, capacidad competitiva. Las oportunidades para su desarrollo se asocian a la mejora en las condiciones del mercado internacional de lanas (recuperación de la economía China, desaparición de los stock acumulados por Australia) y a la mejora cualitativa en la oferta de Uruguay (disminución de la contaminación de la lana y mejora genética).

En el sector tejidos de lana peinada y tejidos cardados las principales fortalezas se vinculan a la disponibilidad de una industria topera que la provee de lanas de calidad adecuada; el parque industrial; la inserción en mercados de alta calidad con diseño, lo que genera barreras de acceso que los sustrae de la competencia con productores asiáticos de bajos costos; y desarrollo de productos en estrecha conexión con los demandantes (alianzas estratégicas con grandes empresas que operan a nivel internacional). Las debilidades están relacionadas con la lejanía geográfica a los grandes centros de consumo y la disponibilidad y acceso a algunos servicios (acceso y costo del crédito). Las amenazas derivan de la dinámica de los mercados internacionales. Si se cumple con la última etapa del ATV los mercados internacionales de tejidos van a ser más competitivos. Por otra parte, el ritmo de las negociaciones internacionales coloca a Uruguay en una situación desventajosa, dado que otros países han avanzado rápidamente en la concreción de acuerdos preferenciales con los grandes demandantes mientras que el MERCOSUR avanza con grandes dificultades. La apreciación del tipo de cambio también puede perjudicar su capacidad competitiva. Las oportunidades se vinculan a la posibilidad de consolidar y fortalecer las alianzas estratégicas con las grandes cadenas de comercialización de textiles que favorecerían el diseño, la diferenciación de productos, el acceso a mercados de alta calidad y precio.

Políticas e instituciones públicas para la competitividad sectorial

Los principales espacios para el diseño de políticas que favorezcan el desarrollo del sector de tops, podrían centrarse en promover una mejora en la ecuación costo-beneficio y el uso de capital físico y humano que se encuentra en toda la cadena productiva (desde el sector agropecuario a los organismos de apoyo y la industria topera). Estas políticas podrían orientarse a evitar algunos de los factores que atentan contra la cría de ganado ovino en el sector agropecuario (acciones que ataquen el abigeato y la acción de depredadores que constituyen incentivos negativos para la cría de ovinos); a la promoción de investigación y desarrollo para la mejora en la calidad y productividad de la lana (cooperación con universidades y organismos que promuevan el desarrollo tecnológico para el mejoramiento de las lanas y el aumento de la productividad en el sector agropecuario); la mejora en calidad y disminución de costos de algunos servicios, especialmente el portuario, y negociaciones internacionales que amplíen los mercados para las lanas uruguayas evitando la discriminación en los grandes mercados de los países desarrollados por la existencia de acuerdos preferenciales y la competencia desleal proveniente de exportaciones subsidiadas.

En el sector hilandería y tejeduría de lana, la intervención del gobierno podría favorecer el desarrollo de esta industria a través de políticas que contribuyan a ampliar la oferta de mano de obra calificada disminuyendo costos para las empresas, a disminuir los costos de los servicios públicos, a disminuir la inestabilidad macroeconómica y negociaciones internacionales que favorezcan un mejor acceso a los mercados regionales y extra regionales.

Perspectivas del sector a mediano plazo

Hay tres factores claves que definen las perspectivas del sector de tops: la oferta de lana, las condiciones de demanda y precio internacional y las condiciones macroeconómicas del país. En el mediano plazo, todas muestran signos medianamente favorables, es por eso que puede esperarse una pequeña recuperación del nivel de actividad del sector. Sin embargo, no parece haber condiciones de largo plazo para nuevas inversiones y un aumento significativo de la producción del sector.

En el sector tejidos de lana, aún cuando las empresas que sobrevivieron son empresas que tienen una buena posición competitiva, es difícil esperar una ampliación significativa de la producción en Uruguay. Debería esperarse una recuperación moderada favorecida por la recuperación de la industria de la vestimenta y, fundamentalmente, por las condiciones cambiarias. Los principales obstáculos para nuevas inversiones en el sector se derivan de que es un sector que se encuentra en retroceso a nivel mundial, el cumplimiento de los compromisos del ATV va a llevar a un aumento de la competencia y ampliar el acceso a los grandes mercados de países como China que tienen todas las condiciones para montar una industria competitiva con la uruguaya y con menores costos. En el ámbito regional, el avance en el proceso de integración del MERCOSUR podría generar condiciones más favorables para un crecimiento del sector. Sin embargo, el avance en ese proceso está sujeto a muchas dificultades que no parece que puedan resolverse en un plazo lo suficientemente corto como para cambiar las perspectivas del sector en los próximos cinco años.

La industria textil lanera de Uruguay debería ser la proveedora de tejidos de calidad superior a la región. Las preferencias arancelarias y la proximidad geográfica la colocan en una buena posición competitiva respecto a Italia. Una vez que se recupere el consumo en Argentina, la industria debería ampliar la base regional. La concreción de acuerdos entre empresas que permitan integrar procesos de diseño y servicios “just in time” con confeccionistas regionales junto con el avance en el proceso de integración del

MERCOSUR que lleve al reconocimiento de origen, libre circulación, agilidad en la aduana podría favorecer la inserción regional, esta opción depende mucho de la evolución del tipo de cambio real.

2. SECTOR VESTIMENTA Y DISEÑO

El sector en la economía nacional

El estudio del sector Vestimenta y Diseño abarca los sectores tejido de punto y vestimenta (ramas 173 y 18 de CIIU rev 3). El período cubierto por el análisis va de 1990 a 2003 en la información cuantitativa, se contó con información basada en entrevistas a empresas sobre el primer semestre de 2004 que cubrió principalmente aspectos cualitativos de funcionamiento del sector. El sector en su conjunto, en el año 2003, representaba aproximadamente el 1% del PBI, o, lo que es lo mismo un 6,2% del PBI industrial. A nivel del personal ocupado las estadísticas oficiales indican una ocupación de un 1% del total nacional, lo que podría duplicarse si se realiza una estimación del empleo informal. El peso en las exportaciones totales es del 5%, dando cuenta de la orientación externa del sector.

Durante la década de los 90, así como en períodos anteriores, el sector tuvo mayor importancia relativa con respecto al resto de la economía. En el pasado reciente la vestimenta se vio afectada por una serie de factores entre los que se pueden destacar el ingreso de nuestro país al MERCOSUR, la caída de la protección arancelaria sobre importaciones de terceros países, la evolución del tipo de cambio real, la recesión económica - nacional y regional - y la evolución del sector informal. Este conjunto de factores determinaron una fuerte contracción tanto de la actividad, como del empleo y de las exportaciones. Especialmente se vio afectada la parte del sector ligada a la fabricación de prendas de algodón y sintéticos, donde se puede hablar de desmantelamiento de capacidad productiva.

Ventajas competitivas sectoriales

La competitividad de las empresas del sector se basa en un complejo sistema de producción de valor, que integra diversas dimensiones y que no se resume en una única situación. No obstante existen algunos factores y tendencias que son comunes a estas empresas. El primer factor en que se apoya la competitividad es en los insumos que provienen de las cadenas “lana” y “cuero”. Los mismos se originan en el sector

agropecuario y se continúan en el sector manufacturero, antecediendo a la fabricación de vestimenta: tops y textiles en el caso de la cadena lana y curtiembres en el caso de la cadena cuero. La competitividad basada en la existencia de estas cadenas ha sido evidente en los momentos de mayor crisis del sector, en los que las empresas que forman parte de dichas cadenas han sido las que han tenido mayor tasa de supervivencia.

Las empresas competitivas del sector, por lo general, cuentan con una serie de atributos que justifican un desempeño competitivo. Cuentan con procesos productivos bien establecidos, con personal calificado tanto a nivel operativo como a nivel de supervisión, han invertido en tecnología y acceden a canales de comercialización que les permiten colocar su producción ya sea a nivel local como en el exterior. Las relaciones con clientes del exterior, que hayan certificado los procesos productivos y que califiquen como confiables a las empresas uruguayas, es de suma importancia para poder acceder a colocar lotes de significación.

Esta capacidad instalada a nivel local ve amenazada su competitividad por los rivales que participan del sector a nivel global que son sumamente dinámicos. Los rivales, especialmente los de China y otros países de Asia, tienen menores costos. Esa diferencia de costos se basa en menor costo salarial y en la integración de cadenas productivas (China es fuertemente competitiva en textiles de algodón y fibras sintéticas). A nivel regional, fundamentalmente en los sectores de productos masivos de algodón y sintéticos, las empresas argentinas y, principalmente, las brasileras logran menores costos y por lo tanto son más competitivas que las locales. Estas relaciones de costos, globales y regionales, han presentado importantes fluctuaciones en el pasado debido a las variaciones del tipo de cambio real.

Por lo tanto la inserción internacional de las empresas uruguayas debe ser comprendida en una lógica de “nichos de mercado”, que puede extremarse más en el futuro para alejarse de las amenazas de los rivales más dinámicos.

En Uruguay existe un creciente número de diseñadores que han aportado nueva dinámica, tanto en la creación de empresas que ofrecen productos diferenciados, como en la mejora de la oferta de las empresas tradicionales del sector. A nivel global el diseño concentra una importante porción del valor agregado, por lo que resulta interesante poder acceder a competir en esta parte del proceso productivo. Esta acumulación de capacidad ha llevado a que existan algunas empresas uruguayas que localmente sólo realizan el diseño de colecciones, fabrican las prendas en Asia, concentran algunos procesos logísticos en zonas francas y comercializan en otros países de América Latina.

El control del proceso de diseño y el control de la cadena de distribución, tanto por parte de empresas uruguayas o regionales, aumenta la probabilidad de la fabricación de prendas en Uruguay ya que incrementa la importancia de otros factores distintos al precio a la hora de decidir donde se realiza la producción. Algunos de los factores de relevancia son: velocidad de respuesta, tamaño de lotes, tiempo de entrega, capacidad de control.

Es por el motivo precedente, que el desarrollo de marcas locales representa un factor relevante a la hora de evaluar la competitividad sectorial. En la actualidad existen algunas empresas que cuentan con cadenas de distribución propia en el exterior, en la modalidad de franquicias, que diseñan la colección localmente y que realizan una parte de la producción en nuestro país.

A nivel del mercado local la competitividad de las empresas locales, además de los aspectos antes detallados, encuentra el problema de un muy desarrollado sector informal, así como de problemas de protección contra prácticas desleales de comercio. En el pasado reciente se vio fuertemente afectado por la crisis económica general, lo que se ha revertido recientemente con buen impacto sobre las empresas.

Políticas e instituciones públicas para la competitividad sectorial

Las políticas públicas han sido importantes en el desarrollo pasado del sector. En la actualidad existe una serie de posibles medidas de política para mantener o favorecer el desarrollo sectorial. Algunas de las principales medidas serían:

- Desarrollo de una serie de medidas “pro cluster” que mejore la coordinación a lo largo de las cadenas productivas.
- Política económica: tipo de cambio real pro-exportador; estabilidad económica a nivel local y coordinación con los demás países del MERCOSUR.
- Política comercial: definición clara y de largo plazo del alcance del MERCOSUR; la concreción de nuevos acuerdos preferenciales, que permitan su uso efectivo; valoración aduanera de importaciones y medidas de protección contra prácticas desleales de comercio; mantenimiento de mecanismos que permitan la complementación productiva utilizando bienes originarios de otros países (AT, Zonas Francas, libre circulación de bienes).
- Apoyo a las exportaciones: devolución de impuestos indirectos, prefinanciación de exportaciones.
- Mano de obra: apoyo a la capacitación específica, rebaja de impuestos sobre el trabajo.

- Diseño e innovación: apoyo al desarrollo de productos y tecnologías.
- Sector informal: impulsar su reconversión a la formalidad, promoviendo a las pequeñas empresas.

Perspectivas del sector a mediano plazo

Existen tendencias positivas y otras negativas para el desarrollo del sector en el mediano plazo. Por un lado partimos de un momento en que el sector ha caído más de lo que era esperable hace un tiempo, por múltiples motivos que se espera que no se repetirán. Por tanto se debería ser optimista en cuanto al desarrollo futuro. Principalmente, se debe esperar una recuperación del mercado local y del mercado regional, que permita crecer la producción incluso por arriba de las tasas de crecimiento del conjunto de la economía.

Esta tendencia de crecimiento encontrará algunas limitantes. Por un lado la competencia de los socios del MERCOSUR, por otro lado el dinamismo del sector informal y, finalmente, las restricciones que puedan provenir de la oferta de factores. La oferta de factores como recursos humanos calificados o créditos en condiciones competitivas.

Por otra parte continuará el embate de los rivales globales, que seguirán extremando su nivel competitivo. Estos se constituirán en una amenaza mayor a nuestra industria por la eliminación de cuotas en los mercados de destino y por la tendencia a la mejora de calidad en sus productos, lo que generará creciente competencia en los nichos de mercado a los que accede la producción uruguaya.

En resumen, debe esperarse un moderado crecimiento general del sector, con algunos productos estrella, productos de diseñadores o de cadenas locales, que crezcan más que el promedio.

3. SECTOR FARMACÉUTICO

El sector en la economía nacional

En la segunda mitad de los 90, la industria farmacéutica uruguaya alcanzaba un VBP cercano a 250 millones de dólares, y en 2000 y 2001, 200 millones de dólares con una ocupación de alrededor de 2.300 trabajadores, lo que implicó una participación creciente en el VAB y en el empleo de la industria uruguaya (en torno al 13% del VAB y 2% del

empleo en los últimos años, excluyendo la refinación de petróleo). Desarrolla un incipiente proceso exportador, que si bien es marginal en la estructura de las exportaciones del país, alcanza al 15% de la producción del sector en 2001 y supera al 20% en 2002 y 2003. Es uno de los escasos ejemplos de ramas tecnológicamente intensivas que sobreviven al intenso proceso de des-industrialización que vivió la economía uruguaya en los noventa.

Ventajas competitivas

La principal fortaleza de que dispone el país para el posible desarrollo de este sector en el mediano plazo y largo plazo, es su dotación de personal calificado en las áreas científico tecnológicas de las “ciencias de la vida” (biomédicas, bioquímicas e incipientemente en biotecnologías) relevadas, por estudios recientes, entre las de mayor potencial. La instalación del Instituto Pasteur, así como el potencial de desarrollo del Polo Tecnológico de la Facultad de Química, son muestras interesantes de avances futuros en esta dirección. Sin embargo este potencial todavía no se ha expresado en innovaciones significativas en la producción, con excepciones como el caso de vacunas veterinarias. El aumento de la provisión de insumos tecnológicamente intensivos para el sector ganadero, sumado a la masa crítica existente en C&T en el área, podrían promover el lanzamiento de nuevos productos así como la mejora competitiva y el incremento de las exportaciones. Este es uno de los únicos subsectores, dentro del conjunto de la producción manufacturera uruguaya, en que alguna ET realiza exportaciones con alto contenido tecnológico.

En el subsector de medicamentos humanos existe cierto núcleo de laboratorios nacionales de larga tradición y con amplio conocimiento del negocio, con cierta disposición a la actualización y ampliación de la gama de productos que ofrecen. Muchos de ellos han realizado algunos lanzamientos de productos innovadores, que por lo general no constituyen la parte principal de sus negocios, más asociados a la venta de productos “genéricos de marca” o “similares”. Varias empresas han instalado oficinas de comercialización de sus productos en el exterior. Estos laboratorios disponen de plantas de pequeña escala pero flexibles y actualizadas tecnológicamente. Aquellos (pocos) para los que las exportaciones de “genéricos” ocupan un lugar relevante en su estrategia de expansión futura, en caso de que se superen las barreras a la entrada en los mercados vecinos, invertirían en ampliaciones de capacidad. Si bien, la escala de proceso productivo no resulta un factor relevante de competitividad a nivel internacional, el tamaño del mercado interno no resulta suficiente como para alcanzar una escala mínima de eficiencia.

La regulación sanitaria y de propiedad intelectual nacional, así como la armonización de normas y reconocimiento mutuo de instituciones de control a escala regional o internacional, juegan un rol significativo en las posibilidades de expansión de la actividad.

Políticas Públicas para la competitividad sectorial

En el mercado de medicamentos, el Estado uruguayo dispone de cierto poder “monopsónico”, vía compras propias y/o nueva regulación del sistema de salud, que puede ser un activo importante para llevar adelante una política coordinada de medicamentos que apunte no sólo al control de los precios, sino a promover el desarrollo de las innovaciones en la rama farmacéutica. Se requieren acciones públicas destinadas a aunar esfuerzos con el sector privado en dirección a objetivos comunes de desarrollo, en el marco de la negociación regional. Las políticas públicas hasta el momento han presentado notorias carencias en la resolución de numerosos problemas de coordinación, en la reivindicación de acciones que faciliten la inserción comercial del sector, así como en premiar efectivamente la conducta innovadora de las empresas. Las mismas se han orientado a imponer disciplina en los precios, pero no a coordinar las políticas de salud, el poder de compra del estado y su influencia reguladora sobre el comportamiento de las IAMC, o a una negociación comercial que genere un ambiente de negocios propicio a la expansión productiva de las empresas. Se derivan acciones necesarias de políticas públicas por lo menos en tres espacios interrelacionados:

- a) Regulación sanitaria nacional, su aplicación y seguimiento. La Autoridad Sanitaria (MSP) debería ser más exigente en el control de la aplicación de normas sanitarias por parte de todos los laboratorios, mejorar su intervención promoviendo buenas prácticas en la manufactura, mediante el control de la trazabilidad de ingredientes, en especial de principios activos importados. La legislación sobre patentes, debería operar como un motivador para que algunas empresas del sector incrementen sus inversiones en I+D dentro de sus estrategias de negocios, factor que todavía no se percibe y que es necesario conectar con las posibilidades de exportación, dado que el mercado interno no provee de la escala necesaria para sustentar los gastos de I+D.
- b) Articulación entre empresas nacionales y regionales y entre sistema de ciencia y tecnología y la industria. Actualmente, si bien los laboratorios nacionales reconocen la actitud de la Universidad de la República en términos de acercarse a la producción, predomina la desconfianza y la noción de que los tiempos universitarios no son acordes con el ritmo de los negocios. Una mayor articulación

permitiría que algún laboratorio centre sus posibilidades competitivas futuras en desarrollo de nuevos productos, sean estos nuevos compuestos o formas farmacéuticas, lo que a la fecha no se percibe como estrategia.

- c) Regulación MERCOSUR, requisitos de ingreso a mercados regionales. El reconocimiento mutuo de laboratorios e instituciones de certificación de calidad parece una importante cuestión de la negociación MERCOSUR para facilitar el ingreso al mercado de Brasil que requiere de estudios de bio-disponibilidad o de bio-equivalencia respecto a los medicamentos originales, sólo autorizados a instituciones brasileñas, los que no son exigidos en Uruguay. La agencia de vigilancia sanitaria brasilera (ANVISA) inspecciona las instalaciones uruguayas con exigencias superiores a los estándares que aplica para la producción que se realiza en Brasil. Las negociaciones sobre políticas de medicamentos en el MERCOSUR, o sobre el comercio de bienes de este sector, son llevadas adelante sin consultas con el sector empresarial. Este último tampoco propone una perspectiva MERCOSUR acorde a sus intereses de largo plazo, es decir, la posibilidad de asegurar el acceso sin trabas a los mercados de los países vecinos. Ejemplo de esta esto es la defensa del régimen de admisión temporaria, sin percibir la incompatibilidad de este instrumento con la vigencia y profundización de la Unión Aduanera.

Perspectivas

Considerando que es baja la probabilidad en el corto plazo de atracción a empresas extranjeras en la producción del sector, excepto en algunos segmentos intensivos en desarrollos locales para la exportación utilizando los regímenes de Zonas Francas, y que es poco probable que la estrategia de las empresas regionales coloque a Uruguay como un espacio de desarrollo o plataforma de exportación, pueden configurarse dos escenarios para los próximos años, que dependen del comportamiento de los laboratorios nacionales.

Si no se producen cambios significativos en varios factores (facilitar el ingreso a Brasil es de los más importantes) el escenario futuro resultará en la continuación de las tendencias actuales: empresas locales en disputa por el estrecho mercado interno mediante la comercialización de “genéricos” o “similares” con patentes internacionales vencidas, escasos esfuerzos innovadores, creciente sustitución de producción local por productos extranjeros o su producción mediante la compra de licencias. Tal escenario implica el estancamiento de la producción local en niveles, como mucho, algo superiores a los

actuales, o con un techo similar a los máximos niveles alcanzados en la década de los noventa. Las inversiones para ampliación de capacidad o innovación resultarían marginales.

Un escenario de mayor dinamismo depende de la ruptura del círculo vicioso entre escasa cultura exportadora de las empresas, su carácter autocentrado que implica escasa confianza en la posibilidad de realización de alianzas comerciales y productivas entre empresas locales y con otras de la región, y su baja propensión a la innovación; circuito que se cierra y se refuerza por las dificultades de acceso a los mercados con mayor potencial de crecimiento. Bajo ciertos supuestos probables respecto a la evolución del mercado regional (en especial del brasileño), las exportaciones podrían duplicarse o triplicarse en el lapso de un quinquenio, generando una industria con un nítido perfil exportador.

La probabilidad de concreción de un escenario como éste depende crucialmente de una mayor propensión a la toma de riesgos por parte de los empresarios nacionales, que puede verse favorecida por cambios en las políticas públicas. Actitudes públicas más decididas a apoyar la inserción externa del sector en el marco de un claro apoyo global a la consolidación de la Unión Aduanera, negociando mayores controles de calidad sobre productos importados y sobre los laboratorios nacionales de menor tamaño, a cambio de una mayor disposición exportadora, podrían incidir favorablemente en esa dirección. Existen algunas empresas con disposición a aceptar estos desafíos, cuyo éxito puede ser un buen caso de muestra para estimular al conjunto.

III. BIBLIOGRAFÍA

1. DOCUMENTOS Y ESTUDIOS PREVIOS RELATIVOS A LOS SUB-SECTORES EN URUGUAY

1.1 Sub-sector textil

- “Industria textil lanera: situación actual y posibilidades de reconversión”, R. Irigoyen, Instituto de Economía, FCEA, UDELAR, Proyecto Interdisciplinario de Agroindustria (4), Fundación de Cultura Universitaria, 1993.
- “Análisis del Sector Textil”, Comisión Sectorial para el MERCOSUR, 1994.
- “¿Cómo aprenden a competir las empresas uruguayas de la rama textil-lana?”, L. Pittaluga (coord)., Serie Avances de Investigación del Instituto de Economía, FCEA, UDELAR, AI 2/98, 1998.
- “La dinámica del complejo textil – lanero. Uruguay 1988 – 1997”, G. Mazzuchi, Serie Avances de Investigación del Instituto de Economía, FCEA, UDELAR, AI 2/99, 1999.
- “Agenda para la Competitividad Sectorial Textil: Hilados y Tejidos de Algodón y Sintéticos”, Ministerio de Industria, Energía y Minería, 2000.
- Agenda para la Competitividad Sectorial Textil: Tejidos de punto y confección”, Ministerio de Industria, Energía y Minería, 2000.
- “Análisis de diagnóstico: la cadena textil en Uruguay”, Dirección Nacional de Industrias, División Competitividad Industrial, Diciembre de 2001.
- Cardellino, R. y José Luis Trifoglio. “El MERCADO Lanero, Curso de lanas, Montevideo, Marzo, 2004.
- Cardellino, R. (2004) “Introducción al Curso de lanas”, Curso de lanas, SUL, Montevideo, Marzo, 2004
- SUL (2002) Annual Wool Statistics, 2002

1.2 Sub-sector vestimenta

- “Análisis del Sector Textil”, Comisión Sectorial para el MERCOSUR, 1994.
- “Agenda para la Competitividad Sectorial Textil: Tejidos de punto y confección”, Ministerio de Industria, Energía y Minería, 1999.

- “Análisis de diagnóstico: la cadena textil en Uruguay”, Dirección Nacional de Industrias, División Competitividad Industrial, Diciembre de 2001.
- “Estudio sectorial: Industria de la confección y el diseño”, O. Kacef, en “Componentes macroeconómicos, sectoriales y microeconómicos para una estrategia nacional de desarrollo”, B. Kosakoff (coord.), CEPAL, 2003.

1.3 Sub-sector industria farmacéutica

- “Perspectivas de la industria química en Uruguay”, Comisión Sectorial para el MERCOSUR, 1994. (En rigor, trata sólo marginalmente el sector farmacéutico, porque se centra en químicas básicas, resinas sintéticas y fibras artificiales, artículos de limpieza y productos químicos nep).
- “La industria farmacéutica en Uruguay”, Departamento de Estudios Económicos de la Cámara de Industrias del Uruguay, Diciembre de 2000.
- “El impacto sectorial del proceso de integración subregional en el MERCOSUR: sector calzado y sector farmacéutico”, Serie REDINT, INTAL, 2000.
- “Análisis de diagnóstico de la industria farmacéutica en Uruguay”, Dirección Nacional de Industrias, División Competitividad Industrial, Diciembre de 2001.
- “IMS - Mercado Farmacéutico Uruguayo”, IMS HEALTH A.G., CHAM – SUIZA, 4º cuatrimestre 2002.
- Documentos elaborados en el marco del proyecto “Desarrollo del sector farmacéutico en Uruguay”, Mesa del Sector Farmacéutico, Comisión Social Consultiva, Universidad de la República, 2003.

2. Otras referencias bibliográficas y páginas web consultadas

- “Programa para la competitividad de la cadena Fibras – Textil – Vestido”. México,. Secretaría de Economía. 2003
- Armando, E. “Competitividade Internacional: Breve Análise Do Fator Qualidade Da Administração De Empresas Em 30 Países, Resultado De Uma Pesquisa Exploratória Com Empresas Situadas Na Região Metropolitana Da Cidade De São Paulo E Uma Comparação Entre As Informações Obtidas”.

- **BID. “Competitividad. El motor del crecimiento”. 2002**
- Dunford, Mick “The changing profile and map of the EU Textil and Clothing Industries”, School of European Studies, University of Sussex, Falmer, Brighton
- Escalante, Mercy; et al. “Towards a proposal of a confection cluster y Colombia”. (trabajo presentado a congreso BALAS 2003, Sao Paulo)
- Espinal, Carlos F. (2000) “Acuerdo de competitividad de la cadena algodón-fibras-textil-confecciones de Tolima”, Centro de Productividad del Tolima, Colección documentos de IICA No 15, Colombia.
- Estudio de competitividad del sector o cluster “Textil y Confecciones” del Ecuador. realizado por la consultora Iber-Geo Internacional S.L., dentro del Proyecto MICIP/Banco Mundial 4346 – EC. 2000
- Ghemawat, P; Nueno, J. “ZARA: fast fashion”. HBR. 2003
- **INTI – “Interacción entre empresas, diseñadores y sector público”. Argentina. 2003**
- Kacef, Osvaldo. “Estudios sectoriales. Componente: Industria de la confección y el diseño”. Informe final. Argentina. 2003
- MIEM “Agendas de Competitividad Industrial, Sector: tejido de punto y confecciones”. 2000
- Rigail Cedeño, A. “La Estrategia De Competitividad Del Ecuador”, Implementación De La Agenda Nacional De Competitividad, 2000
- Secretaría de Economía “Programa de competitividad de la cadena fibras-textil-vestido”, México
- Steng, Werner “The textile and clothing industries in the EU. A survey”, Enterprise papers No 2, 2001
- Strolz, H. M. “China. The Textil Revolution”, ITMF, 2003

Sitios web de los que se visitaron varios documentos:

- “Textiles and Apparel: Assessment of the Competitiveness of Certain Foreign Suppliers to the U.S. Market” (Investigation No. 332-448, sent to USTR in June 2003) Publication 3671 January 2004 <http://63.173.254.11/pub3671/main.html>
- [Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria](#)
- <http://www.apparelandfootwear.org/>
- <http://otexa.ita.doc.gov/> The office of textile and apparel. US Department of Commerce.
- [Business Fashion](#)

- [I M D - World Competitiveness Yearbook - Competitiveness Factors](#)
- [The Council on Competitiveness](#)
- [Harvard Business School - Institute for Strategy and Competitiveness –](#)
- <http://www.competitiveness.org/>
- <http://www.competitiveness.org/article/archive/14/>
- <http://www.weforum.org/site/homepublic.nsf/Content/Global+Competitiveness+Programme>
- http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/competitiveness/
- [Actividades centrales - CEFIR](#)
- [Programa Regional de Competitividad Sistémica \(México\)](#)
- [CLACDS: Áreas de Trabajo - Agendas de Competitividad](#) (Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo sostenible. INCAE - Costa Rica)
- http://www.incae.ac.cr/ES/clacds/investigacion/index-coderanges.shtml#cr_1400
- 1400: Índices de Competitividad
 - [1401: Análisis del Reporte Global de la Competitividad para Centroamérica](#)
 - [1402: Análisis del Reporte Global de Competitividad Microeconómica para Centroamérica](#)
 - [1403: Desempeño Competitivo de las Exportaciones de Centroamérica en Diversos Mercados Internacionales](#)
 - [1404: Análisis de Competitividad: Argentina, Brasil y Chile 1999](#)
 - [1405: Competitividad en Centroamérica 1999](#)
- 1600: Industria Textil
 - [1600: La Maquila Textil en Honduras](#)
 - [1601: La Industria Textil y de Maquila en una Perspectiva de Desarrollo](#)
 - [1602: Diagnóstico del Cluster de Textiles de Centroamérica](#)
- <http://www.woolinnovation.com.au/AWI/home.nsf/HeadingPagesDisplay/Competitiveness?OpenDocument&Start=1&Count=1000&Expand=5&&ML>

IV. GUIA Y LISTADO DE ENTREVISTAS

PROYECTO BID – DECON RESUMEN GUIA DE ENTREVISTAS

- 1. NOMBRE DE LA EMPRESA:**
- 2. IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA ENTREVISTADA**
- 3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LA HISTORIA DE LA EMPRESA**

A. FACTORES DE COMPETITIVIDAD

Obstáculos a la competitividad, importancia de los factores de competitividad

4. VINCULADOS A LA EMPRESA

4.1 Proceso productivo

4.2 Proceso de comercialización

4.3 Producto

Para las principales líneas de producción

4.4 Posición competitiva

Fortalezas y debilidades en relación a factores de competitividad internos a la empresa respecto a competidores en mercado interno y mercado externo

5. VINCULADOS AL ENTORNO

5.1 Relaciones con otras empresas

Proveedores de insumos, proveedores de tecnología, proveedores de servicios, clientes, competidores. Relaciones con cámaras empresariales

5.2 Infraestructura, C&T y crédito

5.3 Políticas específicas

Política industrial, política comercial, regulaciones laborales, regulaciones ambientales, política de promoción, política tecnológica.

5.4 Posición competitiva

Fortalezas y debilidades en relación a factores del entorno en mercado interno y mercado externo

6. VINCULADOS A LA MACROECONOMÍA

Aspectos macroeconómicos claves que condicionan la competitividad de su empresa

B. ESTRATEGIAS Y CAPACIDAD COMPETITIVA

1. Estrategia pasada y futura

Cuál ha sido y cuál será su estrategia

2. Capacidad competitiva

De que dependerá su capacidad competitiva en el mercado externo en los próximos años

C. PROSPECTIVA

Cómo percibe la evolución de sus mercados, cuál es su opinión sobre las negociaciones internacionales

**PROYECTO BID – DECON
DATOS DE LA EMPRESA**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

- 1.1 Nombre (Razón Social de la Empresa): _____
 1.2 Dirección: _____
 1.3 Rama principal (CIIU Rev. 3 a 4 dígitos): _____
 1.4 Rama secundaria (CIIU Rev.3 a 4 dígitos): _____
 1.5 Fecha de balance: _____

2. Por favor complete los siguientes datos de su empresa

	2000	2003
Personal total		
Personal en actividades productivas		
Ventas totales (miles de USD)		
Ventas mercado interno (miles USD)		
- Producción propia (%)	(%)	(%)
- Producción de terceros (%)	(%)	(%)
Exportaciones totales (miles USD)		
Inversión total (miles USD)		

3. Por favor complete los siguientes datos para sus principales líneas de producción, para el último balance

Línea de producción	1	2	3
Descripción			
Utilización de la capacidad instalada (%)			
Ventas (miles USD)			
Autoconsumo (miles de USD)			
Ventas mercado interno (miles USD)			
- Consumo final (%)	(%)	(%)	(%)
- Comercio mayorista (%)	(%)	(%)	(%)
- Otras industrias (%)	(%)	(%)	(%)
Exportaciones totales (miles USD)			

- Consumo final (%)	(%)	(%)	(%)
- Comercio mayorista (%)	(%)	(%)	(%)
- Otras industrias (%)	(%)	(%)	(%)
Insumos y materias primas (miles USD)			
Porcentaje de insumos importados en el total (%)	(%)	(%)	(%)
Porcentaje de insumos en admisión temporaria en el total (%)	(%)	(%)	(%)
Valor de los insumos en el costo total (%)	(%)	(%)	(%)
Indicador de productividad (defínalo)			

Si usted contesta la Encuesta de Actividad Económica del Instituto Nacional de Estadística ¿podría proporcionarnos una copia del último formulario que haya completado (2001 o 2003)?

¿Podría entregarnos una copia del último balance?

**PROYECTO BID – DECON
GUÍA DE ENTREVISTAS TEXTIL Y VESTIMENTA**

6. **NOMBRE DE LA EMPRESA:** _____

7. **IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA ENTREVISTADA**

- a. Nombre: _____
b. Cargo que ocupa en la empresa: _____

8. **BREVE DESCRIPCIÓN DE LA HISTORIA DE LA EMPRESA**

- a. Año de inicio de la producción: _____
b. Forma parte de un grupo de empresas: _____
c. Participación de capital extranjero: _____

A. FACTORES DE COMPETITIVIDAD

9. **VINCULADOS A LA EMPRESA**

4.1 Proceso productivo

a. Marque cuales de los siguientes factores representan un obstáculo significativo para su competitividad. Valore de 1 a 5 (uno muy poco, cinco mucho) la importancia de cada uno de los siguientes factores en la competitividad de su empresa:

Factor	Obstáculo	Valoración	Observaciones
1. Materias primas e insumos - Disponibilidad - Calidad - Costo			
2. Personal calificado - Disponibilidad - Calidad - Costo			
3. Equipamiento - Disponibilidad - Calidad - Costo			
4. Escala			
5. Nivel tecnológico del equipo			
6. Nivel de automatización			
7. Tecnología organizacional			
8. Integración vertical			

- b. Establezca como es la productividad de su empresa en relación a:
- principal competidor en el mercado interno: _____
 - principal competidor en el mercado regional: _____
 - principal competidor en el mercado internacional: _____
- c. Su empresa tiene certificación de productos o procesos? SI NO
- ¿cuáles? _____
- ¿está en proceso de certificación? _____

4.2 Proceso de comercialización

a. Marque cuales de los siguientes factores representan un obstáculo significativo para su competitividad. Valore de 1 a 5 (uno muy poco, cinco mucho) la importancia de cada uno de los siguientes factores en la competitividad de su empresa:

Factor	Obstáculo	Valoración	Observaciones
1. Transporte y almacenamiento - Disponibilidad - Calidad - Costo			
2. Publicidad - Disponibilidad - Calidad - Costo			
3. Canales de distribución - Disponibilidad - Calidad - Costo			

4.3 Producto

a. Marque cuales de los siguientes factores representan un obstáculo significativo en la competitividad para las principales líneas de producto de su empresa. Valore de 1 a 5 (uno muy poco, cinco mucho) la importancia de cada uno de los siguientes factores en la competitividad para las principales líneas de producto de su empresa:

Factor	Obstáculo	Valoración	Observaciones
Línea 1 (_____) - Diseño - Calidad - Marcas propias - Licencias - Moda - Diferenciación de			

productos - Otros			
Línea 2 (_____) - Diseño - Calidad - Marcas propias - Licencias - Moda - Diferenciación de productos - Otros			
Línea 3 (_____) - Diseño - Calidad - Marcas propias - Licencias - Moda - Diferenciación de productos - Otros			

4.4 Posición competitiva

En relación a los factores de competitividad internos a la empresa antes analizados, señale las 5 principales fortalezas y debilidades de su empresa respecto a sus principales competidores:

a. En el mercado interno

Fortalezas

Debilidades

b. En el mercado externo

Fortalezas

Debilidades

10. VINCULADOS AL ENTORNO

5.1 Relaciones con otras empresas

a. Marque cuales de los siguientes factores vinculados a la relación con otras empresas, representan un obstáculo significativo para su competitividad. Valore de 1 a 5 (uno muy poco, cinco mucho) la importancia de cada uno de los siguientes factores vinculados a la relación con otras empresas, en la competitividad de su empresa:

Relación / Factor	Obstáculo	Valoración	Observaciones
Proveedores insumos - Disponibilidad - Calidad - Asistencia técnica - Asociación (indique el tipo)			
Proveedores de tecnología - Disponibilidad - Calidad - Asistencia técnica - Asociación (indique el tipo)			
Proveedores de servicios - Disponibilidad - Calidad - Asistencia técnica - Asociación (indique el tipo)			

b. ¿Qué porcentaje de las compras de insumo de su empresa corresponde a los 3 principales proveedores?

c. ¿Aproximadamente, cuántos clientes tiene sin considerar venta directa al público?

d. ¿Qué porcentaje de sus ventas corresponde a los 3 principales clientes?

e. ¿Cómo se relaciona con sus principales clientes?

- Mercado interno:

Vende en el mercado abierto: _____

Tiene contrato: _____

Están asociados: _____

Participa en la toma de decisiones del comprador: _____

- Mercado externo:

Vende en el mercado abierto: _____

Tiene contrato: _____

Están asociados: _____

Participa en la toma de decisiones del comprador: _____

f. ¿Tiene algún tipo de relación con sus competidores?

- Mercado interno:

Acuerdos de comercialización: _____

Acuerdos de producción: _____

Acuerdos de desarrollo tecnológico: _____

Acuerdos para adquisición de tecnología: _____

- Mercado externo:

Acuerdos de comercialización: _____

Acuerdos de producción: _____

Acuerdos de desarrollo tecnológico: _____

Acuerdos para adquisición de tecnología: _____

g. ¿Está asociado a alguna cámara empresarial? SI NO

¿Cuál o cuáles? _____

h. Valores de 1 a 5 los servicios que le brinda la Cámara?

Servicio	Valoración	Observaciones
Información comercial - Disponibilidad - Calidad - Costo		
Participación en ferias internacionales - Disponibilidad - Calidad - Costo		
Compras conjuntas - Disponibilidad - Calidad - Costo		
Ventas conjuntas - Disponibilidad - Calidad - Costo		
Asistencia técnica - Disponibilidad - Calidad - Costo		

5.2 Infraestructura, C&T y crédito

a. Marque cuales de los siguientes factores vinculados a la infraestructura, representan un obstáculo significativo para su competitividad. Valore de 1 a 5 (uno

muy poco, cinco mucho) la importancia de cada uno de los siguientes factores vinculados a la infraestructura en la competitividad de su empresa:

Factor	Obstáculo	Valoración	Observaciones
Logística - Disponibilidad - Calidad - Costo			
Transporte y almacenamiento - Disponibilidad - Calidad - Costo			
Energía - Disponibilidad - Calidad - Costo			
Informática y comunicaciones - Disponibilidad - Calidad - Costo			

b. Marque cuales de los siguientes factores vinculados a las instituciones de capacitación, ciencia y tecnología, representan un obstáculo significativo para su competitividad. Valore de 1 a 5 (uno muy poco, cinco mucho) la importancia de cada uno de los siguientes factores vinculados a las instituciones de capacitación, ciencia y tecnología, en la competitividad de su empresa:

Factor	Obstáculo	Valoración	Observaciones
Centros de formación y capacitación de RRHH - Disponibilidad - Costo			
Centros de desarrollo e investigación de procesos y productos - Disponibilidad - Costo			

c. En una escala de 1 a 5 cuál es su relación con las Instituciones de Ciencia y Tecnología? _____

d. ¿Cuáles serían sus principales demandas al sistema de instituciones de C&T a efectos de desarrollos futuros de productos, procesos productivos o mecanismos de certificación? _____

e. Marque cuales de los siguientes factores vinculados al crédito, representan un obstáculo significativo para su competitividad. Valore de 1 a 5 (uno muy poco, cinco mucho) la importancia de cada uno de los siguientes factores vinculados al crédito en la competitividad de su empresa:

Factor	Obstáculo	Valoración	Observaciones
Financiamiento de inversión - Disponibilidad - Costo			
Capital de trabajo - Disponibilidad - Costo			

5.3 Políticas específicas

a. Señale las principales restricciones actuales para la competitividad de su empresa en relación con:

- Política industrial: _____

- Política comercial: _____

- Regulaciones laborales: _____

- Regulaciones ambientales: _____

- Política de promoción: _____

- Política tecnológica: _____

b. ¿Ha utilizado mecanismos de promoción? SI NO

¿Cuáles? _____

5.4 Posición competitiva

En relación a los factores vinculados al entorno antes analizados, señale las 5 principales fortalezas y debilidades de su empresa respecto a sus principales competidores:

a. En el mercado interno

Fortalezas

Debilidades

b. En el mercado externo

Fortalezas

Debilidades

6. VINCULADOS A LA MACROECONOMÍA

a. ¿Cuáles son los aspectos macroeconómicos claves que condicionan la competitividad de su empresa?

Factor	Orden de importancia	Valoración (1 a 5)
- Tipo de cambio		
- Presión tributaria		
- Nivel de tarifas		
- Situación demanda interna		
- Regulaciones internacionales		

B. ESTRATEGIAS y CAPACIDAD COMPETITIVA

1. Estrategia pasada y futura

- ¿Cuál fue y como evalúa su estrategia en el mercado interno?
- ¿Cuál será su estrategia en el mercado interno?
- ¿Cuál fue y como evalúa su estrategia en el mercado externo?
- ¿Cuál será su estrategia en el mercado externo?

2. Capacidad competitiva

¿De qué dependerá la capacidad competitiva de su empresa en el mercado externo en los próximos años? Valore de 1 a 5

- inversión en nuevas máquinas: _____
- ingeniería de proceso: _____
- calificación de la mano de obra: _____
- costos de la mano de obra: _____
- capacidad de investigación: _____
- adaptación de nuevos productos: _____
- diversificación de productos: _____
- diseño de productos: _____
- nuevas técnicas de organización y gestión: _____
- asociación con otras empresas
- programas de control de calidad: _____
- estrategia de penetración de nuevos mercados: _____
- Otro (especifique: _____)

C. PROSPECTIVA

1. Percepción

a. ¿Cómo percibe la evolución de sus mercados en los próximos años? (1: en crecimiento, 2: estancado, 3: en retroceso)

Mercado	Evolución del volumen	Evolución de los precios
- local		
- regional		
- internacional		
-		

b. ¿Considera que las negociaciones internacionales representan una amenaza o una oportunidad?

- MERCOSUR: _____
- ALCA: _____
- UE: _____
- ATV: _____
- Otras: _____

c. ¿Qué instrumentos de política estima necesarios en el futuro para mejorar la capacidad competitiva del sector?

d. ¿Qué inversiones resultan necesarias para que la empresa tenga un posicionamiento más competitivo?

e. ¿Cuáles son las principales barreras a la entrada en el sector?

**PROYECTO BID – DECON
GUÍA DE ENTREVISTAS INDUSTRIA FARMACÉUTICA**

1. **NOMBRE DE LA EMPRESA:** _____

2. IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA ENTREVISTADA

a. Nombre: _____

b. Cargo que ocupa en la empresa: _____

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LA HISTORIA DE LA EMPRESA

c. Año de inicio de la producción: _____

d. Forma parte de un grupo de empresas: _____

e. Participación de capital extranjero: _____

A. FACTORES DE COMPETITIVIDAD

4. VINCULADOS A LA EMPRESA

4.1 Proceso productivo

a. Marque cuales de los siguientes factores representan un obstáculo significativo para su competitividad. Valore de 1 a 5 (uno muy poco, cinco mucho) la importancia de cada uno de los siguientes factores en la competitividad de su empresa:

Factor	Obstáculo	Valoración	Observaciones
9. Materias primas e insumos - Disponibilidad - Calidad - Costo			
10. Personal calificado - Disponibilidad - Calidad - Costo			
11. Equipamiento - Disponibilidad - Calidad - Costo			
12. Escala de planta			
13. Nivel tecnológico del equipo			
14. Nivel de automatización			
15. Tecnología organizacional			
16. Integración vertical			
17. Gastos I+D en mejora de procesos			
18. Gastos en control de calidad de procesos			

c. Establezca como es la productividad de su empresa en relación a:

- principal competidor en el mercado interno: _____
- principal competidor en el mercado regional: _____
- principal competidor en el mercado internacional: _____

d. Su empresa tiene certificación de productos o procesos? SI NO
 ¿cuáles? _____
 ¿está en proceso de certificación? _____

4.2 Proceso de comercialización

a. Marque cuales de los siguientes factores representan un obstáculo significativo para su competitividad. Valore de 1 a 5 (uno muy poco, cinco mucho) la importancia de cada uno de los siguientes factores en la competitividad de su empresa:

Factor	Obstáculo	Valoración	Observaciones
1. Facilidad de registro de productos en autoridades sanitarias			
2. Política de compras en las IAMC			
3. Política de compras públicas			
4. Transporte y almacenamiento - Disponibilidad - Calidad - Costo			
5. Publicidad - Disponibilidad - Calidad - Costo			
6. Canales de distribución - Disponibilidad - Calidad - Costo			

4.4 Producto

a. Marque cuales de los siguientes factores representan un obstáculo significativo en la competitividad para las principales líneas terapéuticas de su empresa. Valore de 1 a 5 (uno muy poco, cinco mucho) la importancia de cada uno de los siguientes factores en la competitividad para las principales líneas terapéuticas de su empresa:

Factor	Valoración	Observaciones
<p>Línea terapéutica 1 (_____)</p> <p>Nombre de los principales productos de la línea (_____)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gastos I+D en desarrollo de productos - Diseño - Calidad - Marcas propias - Licencias - Diferenciación de productos - Regulación nacional de patentes - Ausencia de regulación de genéricos - Control nacional de GMP - Otros 		
<p>Línea 2 (_____)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gastos I+D en desarrollo de productos - Diseño - Calidad - Marcas propias - Licencias - Diferenciación de productos - Regulación nacional de patentes - Ausencia de regulación de genéricos - Control nacional de GMP - Otros 		
<p>Línea 3 (_____)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gastos I+D en desarrollo de productos - Diseño - Calidad - Marcas propias - Licencias - Diferenciación de productos - Regulación nacional de patentes - Ausencia de regulación de genéricos - Control nacional de GMP - Otros 		

4.5 Posición competitiva

En relación a los factores de competitividad internos a la empresa antes analizados, señale las 5 principales fortalezas y debilidades de su empresa respecto a sus principales competidores:

a. En el mercado interno

Fortalezas

Debilidades

b. En el mercado externo

Fortalezas

Debilidades

5. VINCULADOS AL ENTORNO

5.1 Relaciones con otras empresas

a. Marque cuales de los siguientes factores vinculados a la relación con otras empresas, representan un obstáculo significativo para su competitividad. Valore de 1 a 5 (uno muy poco, cinco mucho) la importancia de cada uno de los siguientes factores vinculados a la relación con otras empresas, en la competitividad de su empresa:

Relación / Factor	Obstáculo	Valoración	Observaciones
Proveedores insumos - Disponibilidad - Calidad - Asistencia técnica - Estabilidad de contratos de aprovisionamiento - Asociación (indique el tipo)			
Proveedores de tecnología - Disponibilidad - Calidad - Asistencia técnica - Asociación (indique el tipo)			

Proveedores de servicios - Disponibilidad - Calidad - Asistencia técnica - Asociación (indique el tipo)			
---	--	--	--

b. ¿Cómo se relaciona con sus principales clientes?

- Mercado interno:

Vende en el mercado abierto: _____

Tiene contrato: _____

Están asociados: _____

Participa en la toma de decisiones del comprador: _____

- Mercado externo:

Vende en el mercado abierto: _____

Tiene contrato: _____

Están asociados: _____

Participa en la toma de decisiones del comprador: _____

c. ¿Tiene algún tipo de relación con sus competidores?

- Mercado interno:

Acuerdos de comercialización: _____

Acuerdos de producción: _____

Acuerdos de desarrollo tecnológico: _____

Acuerdos para adquisición de tecnología: _____

- Mercado externo:

Acuerdos de comercialización: _____

Acuerdos de producción: _____

Acuerdos de desarrollo tecnológico: _____

Acuerdos para adquisición de tecnología: _____

Acuerdos para adquisición de tecnología: _____

d. ¿Está asociado a alguna cámara empresarial? SI NO

¿Cuál o cuáles? _____

e. Valores de 1 a 5 los servicios que le brinda la Cámara?

Servicio	Valoración	Observaciones
Información comercial - Disponibilidad - Calidad - Costo		
Participación en ferias internacionales - Disponibilidad		

- Calidad - Costo		
Compras conjuntas - Disponibilidad - Calidad - Costo		
Ventas conjuntas - Disponibilidad - Calidad - Costo		
Asistencia técnica - Disponibilidad - Calidad - Costo		

5.2 Infraestructura, C&T y crédito

a. Marque cuales de los siguientes factores vinculados a la infraestructura, representan un obstáculo significativo para su competitividad. Valore de 1 a 5 (uno muy poco, cinco mucho) la importancia de cada uno de los siguientes factores vinculados a la infraestructura en la competitividad de su empresa:

Factor	Obstáculo	Valoración	Observaciones
Logística - Disponibilidad - Calidad - Costo			
Transporte y almacenamiento - Disponibilidad - Calidad - Costo			
Energía - Disponibilidad - Calidad - Costo			
Informática y comunicaciones - Disponibilidad - Calidad - Costo			

b. Marque cuales de los siguientes factores vinculados a las instituciones de capacitación, ciencia y tecnología, representan un obstáculo significativo para su competitividad. Valore de 1 a 5 (uno muy poco, cinco mucho) la importancia de cada uno de los siguientes factores vinculados a las instituciones de capacitación, ciencia y tecnología, en la competitividad de su empresa:

Factor	Obstáculo	Valoración	Observaciones
Centros de formación y capacitación de RRHH - Disponibilidad - Costo			
Centros de desarrollo e investigación de procesos y productos - Disponibilidad - Costo			

c. En una escala de 1 a 5 cuál es su relación con las Instituciones de Ciencia y

Tecnología? _____

d. ¿Cuáles serían sus principales demandas al sistema de instituciones de C&T a efectos de desarrollos futuros de productos, procesos productivos o mecanismos de certificación? _____

e. Marque cuales de los siguientes factores vinculados al crédito, representan un obstáculo significativo para su competitividad. Valore de 1 a 5 (uno muy poco, cinco mucho) la importancia de cada uno de los siguientes factores vinculados al crédito en la competitividad de su empresa:

Factor	Obstáculo	Valoración	Observaciones
Financiamiento de inversión - Disponibilidad - Costo			
Capital de trabajo - Disponibilidad - Costo			

5.3 Políticas específicas

a. Señale las principales restricciones actuales para la competitividad de su empresa en relación con:

- Política de Patentes: _____

- Regulación de genéricos: _____

- Control de calidad GMP: _____

- Controles públicos sobre calidad de productos importados: _____

- Controles públicos sobre calidad de almacenamiento y transporte de productos importados: _____

- Relación institucional con las Autoridades Sanitarias: _____

- Política industrial: _____

- Política comercial: _____

- Regulaciones laborales: _____

- Regulaciones ambientales: _____

- Política de promoción: _____

- Política tecnológica: _____

b. ¿Ha utilizado mecanismos de promoción? SI NO

¿Cuáles? _____

5.4 Posición competitiva

En relación a los factores vinculados al entorno antes analizados, señale las 5 principales fortalezas y debilidades de su empresa respecto a sus principales competidores:

a. En el mercado interno

Fortalezas

Debilidades

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

b. En el mercado externo

Fortalezas

Debilidades

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

6. VINCULADOS A LA MACROECONOMÍA

f. ¿Cuáles son los aspectos macroeconómicos claves que condicionan la competitividad de su empresa?

Factor	Orden de importancia	Valoración (1 a 5)
- Tipo de cambio		
- Presión tributaria		
- Nivel de tarifas		
- Situación demanda interna		
- Regulaciones internacionales		

B. ESTRATEGIAS y CAPACIDAD COMPETITIVA

2. Estrategia pasada y futura

- e. ¿Cuál fue y como evalúa su estrategia en el mercado interno?
- f. ¿Cuál será su estrategia en el mercado interno?
- g. ¿Cuál fue y como evalúa su estrategia en el mercado externo?
- h. ¿Cuál será su estrategia en el mercado externo?

2. Capacidad competitiva

¿De qué dependerá la capacidad competitiva de su empresa en el mercado externo en los próximos años? Valore de 1 a 5

- cambios en la legislación nacional sobre propiedad intelectual y patentes: _____
- cambios en la normativa MERCOSUR sobre propiedad intelectual y patentes: _____
- cambios en la regulación sanitaria nacional: _____
- convergencia en la regulación sanitaria MERCOSUR: _____

- inversión en nuevas máquinas: _____
- ingeniería de proceso: _____
- calificación de la mano de obra: _____
- costos de la mano de obra: _____
- capacidad de investigación: _____
- adaptación de nuevos productos: _____
- diversificación de productos: _____
- diseño de productos: _____
- nuevas técnicas de organización y gestión: _____
- asociación con otras empresas
- programas de control de calidad: _____
- estrategia de penetración de nuevos mercados: _____
- Otro (especifique: _____)

C. PROSPECTIVA

2. Percepción

a. ¿Cómo percibe la evolución de sus mercados en los próximos años? (1: en crecimiento, 2: estancado, 3: en retroceso)

Mercado	Evolución del volumen	Evolución de los precios
- local		
- regional		
- internacional		

b. ¿Considera que las negociaciones internacionales representan una amenaza o una oportunidad?

- MERCOSUR: _____
- ALCA: _____
- UE: _____
- ATV: _____
- Otras: _____

c. ¿Qué instrumentos de política estima necesarios en el futuro para mejorar la capacidad competitiva del sector?

d. ¿Qué inversiones resultan necesarias para que la empresa tenga un posicionamiento más competitivo?

e. ¿Cuáles son las principales barreras a la entrada en el sector?

LISTADO DE ENTREVISTAS

1. SECTOR TEXTIL

Sra. Teresita Aishemberg, Gerenta Unión de Exportadores.

Sr. Javier Bonifacino, Secretario Ejecutivo, Asistente del gerente de Medea S.A.

Ing. Agr. (MSc) Roberto Cardelin, Gerente del Departamento de Investigación y Promoción de Lanas, Secretariado Uruguayo de la Lana.

Cr. Saúl Goldemberg, Gerente de Paylana.

Cr. César Lavagnino, Asesor de la Asociación de Industrias Textiles del Uruguay, Cámara de Industrias del Uruguay.

Sr. Pedro Otegui, Director de Lanera Santa María.

Sr. Eduardo Pietra, Presidente de Central Lanera Uruguay.

Ing. John Saegaert, Coordinador del Centro de Desarrollo Empresarial, Cámara de Industrias del Uruguay.

Cr. Daniel Soloducho, Director de Dancotex.

2. SECTOR VESTIMENTA Y DISEÑO

Sr. Michel Cohen, Director Lolita.

Sr. Jorge Esposto, Director Exlan.

Sr. Elbio Fuscaldo, Presidente Cámara de la Industria de la Vestimenta (Director de PELSA Internacional).

Cr Martín Inchausti, Jefe Contabilidad y Finanzas, Toryal.

Sra. María Noel Laborde, Departamento de Estudios Económicos, Cámara de Industrias del Uruguay.

Cr. Sebastián Pérez, Departamento de Estudios Económicos, Cámara de Industrias del Uruguay.

Sr. Oscar Ruber, Director General Everfit.

Ec. Carola Saavedra, Centro de Desarrollo Empresarial, Cámara de Industrias del Uruguay.

Sr. Carlos Schwartzberg, Director WELCOLAN.

Ing. John Seagart, Coordinador Centro de Desarrollo Empresarial, Cámara de Industrias del Uruguay.

Centro de Diseño Industrial, contacto con diversos diseñadores, profesores y autoridades.

Semana de la Moda de Montevideo, entrevista con varios diseñadores.

Presentación de la Cámara de Industria de la Vestimenta, presentación de nuevas estrategias para la industria, contacto con varios empresarios.

3. SECTOR FARMACÉUTICO

Dr. Daniel Garat Beisso, Director Ejecutivo Cámara de Especialidades Farmacéuticas y Afines (C.E.F.A.).

Cr. Fernando García, Gerente de Administración y Financiero, Laboratorio Gramón-Bagó.

Ec, Patricio Olivera Jiménez, Director-Gerente Laboratorios Gautier (J. Jiménez Cabrera S.A.).

Dr. Eduardo Ottonelli, Director Laboratorios Santa Elena S.A.

Cra. Adriana Ponte, Gerente de Administración, Laboratorios Roemmers.

Cr. Tabaré Ribas, Gerente General Laboratorios Andrómaco S.A.

Lic. Carlos Scherschener, Director Laboratorio Libra.