



# Observatorio Económico de Canelones

## Encuesta de Actividad Empresarial 2023

(2da Edición)



CÁMARA  
de  
COMERCIO  
CIUDAD DE LA OLLA



CÁMARA  
COMERCIAL  
INDUSTRIAL AGRARIA  
PANDO



# **Observatorio Económico de Canelones**

## **Encuesta de Actividad Empresarial 2023**

### **(2da Edición)**

**FCEA, Universidad de la República**

Coordinador: Adrián Rodríguez Miranda

Equipo: Ana Laura García & Sergio Palomeque

**Gobierno de Canelones**

**Centro de Estudios Estratégicos Canarios**

**Cámara Empresarial Canaria**

# Contenido

1. Introducción
2. Metodología y características de la encuesta
3. Resultados
  - 3.1 Características generales de las empresas
  - 3.2 Mercados (clientes y proveedores)
    - Destino de las ventas
    - Origen de los proveedores
    - Comercio electrónico
  - 3.3 Capital humano
  - 3.4 Desempeño empresas
  - 3.5 Asociatividad, redes y entorno
4. Intercambio

# Introducción

La encuesta se realizó en el marco de un acuerdo de cooperación entre las cámaras integrantes de la **Cámara Empresarial Canaria**, la **Intendencia de Canelones** a través del Centro de Estudios Estratégicos Canario (CEEC) y la **Facultad de Ciencias Económicas y de Administración** de la Universidad de la República.

Tiene su antecedente en la primera edición de la Encuesta de Actividad Empresarial del Observatorio Económico de Canelones 2022.

Información nueva sobre los mercados a los que se vende y la localización territorial de los clientes, el origen geográfico de los proveedores y los trabajadores, las relaciones de cooperación para innovar o aumentar la productividad de las empresas, así como sobre las relaciones entre las empresas y de las empresas con las organizaciones del territorio.

# Metodología

La encuesta se realizó entre el 31 de julio y el 18 de agosto de 2023.

Fue distribuida por las asociaciones, principalmente a sus socios (aunque también se enviaron a empresas no socias).

Se coordinó una gestión del campo centralizada en un equipo de la Facultad de Ciencias Económicas y Administración (FCEA) junto con la Cámara Empresarial Canaria

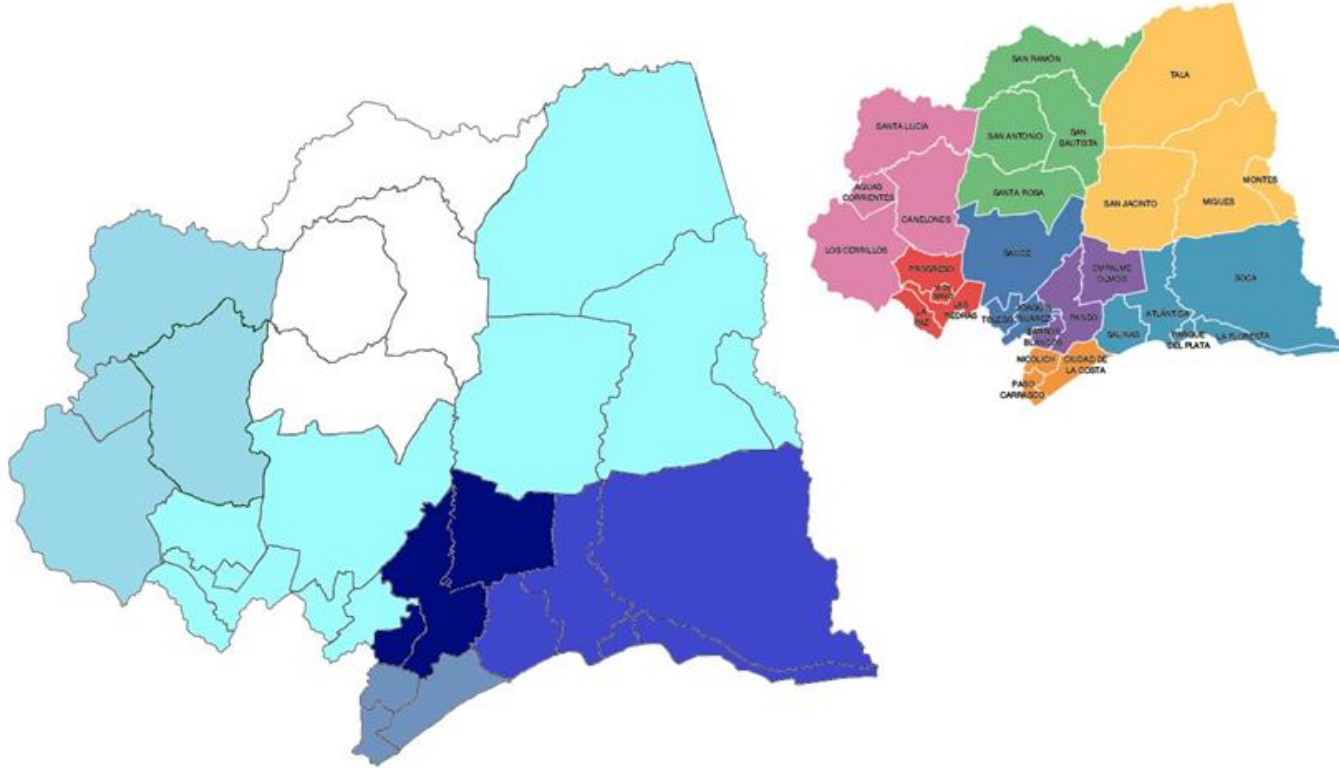
El relevamiento contó con las respuestas de 804 empresarios, de las cuales 68 no fueron finalizadas o presentaban inconsistencias, por lo que se debieron descartar.

De las 736 respuestas completas se identificaron duplicaciones que, luego de ser depuradas, arrojaron un número final de **725 respuestas válidas**.

La muestra no es probabilística. Es una muestra sesgada a las empresas socias de las cámaras involucradas: **Atlántida, Ciudad de la Costa, Las Piedras, Pando, Salinas y Santa Lucía**.

94% de las empresas que responden son socias de una cámara o centro comercial

# Distribución de la encuesta por Micro regiones y Municipios:



N°	%	MUNICIPIO
228	31%	Pando
94	13%	Atlántida
75	10%	Ciudad de la Costa
59	8%	Otros municipios
55	8%	Santa Lucia
52	7%	Parque del Plata
35	5%	Barros Blancos
35	5%	La Floresta
29	4%	Las Piedras
28	4%	Salinas
19	3%	Canelones

%	
38%	M6 - Pando, Empalme Olmos, Barros Blancos
30%	M4 - Soca, Atlántida, Parque del Plata y Las Toscas, La Floresta, Salinas
13%	M5 - Ciudad de la Costa, Nicolich, Paso Carrasco
11%	M1 - Canelones, Cerrillos, Santa Lucía, Aguas Corrientes
5%	M7 - La Paz, Las Piedras, Progreso, 18 de Mayo
3%	M8 - Sauce, Suárez, Toledo
1%	M3 - Tala, Migueles, Montes, San Jacinto
0%	M2 - San Ramón, San Antonio, San Bautista, Santa Rosa

Micro-región	Comercio	Servicios	Industria	Rural/ Agrario	Alojamiento y gastronomía	Total por MR
M1 - Canelones, Cerrillos, Santa Lucía, Aguas Corrientes	40	27	7	2	1	77
M3 - Tala, Migues, Montes, San Jacinto	2	1	0	2	0	5
M4 - Soca, Atlántida, Parque del Plata y Las Toscas, La Floresta, Salinas	134	55	11	6	8	214
M5 - Ciudad de la Costa, Nicolich, Paso Carrasco	48	36	5	2	6	97
M6 - Pando, Empalme Olmos, Barros Blancos	128	99	28	12	7	274
M7 - La Paz, Las Piedras, Progreso, 18 de Mayo	18	7	8	3	0	36
M8 - Sauce, Suárez, Toledo	10	9	1	2	0	22
<b>Total empresas por Sector</b>	<b>380 (52%)</b>	<b>234 (32%)</b>	<b>60 (8%)</b>	<b>29 (4%)</b>	<b>22 (3%)</b>	<b>725 (100%)</b>

Empresas de la encuesta por sector de actividad y tamaño:

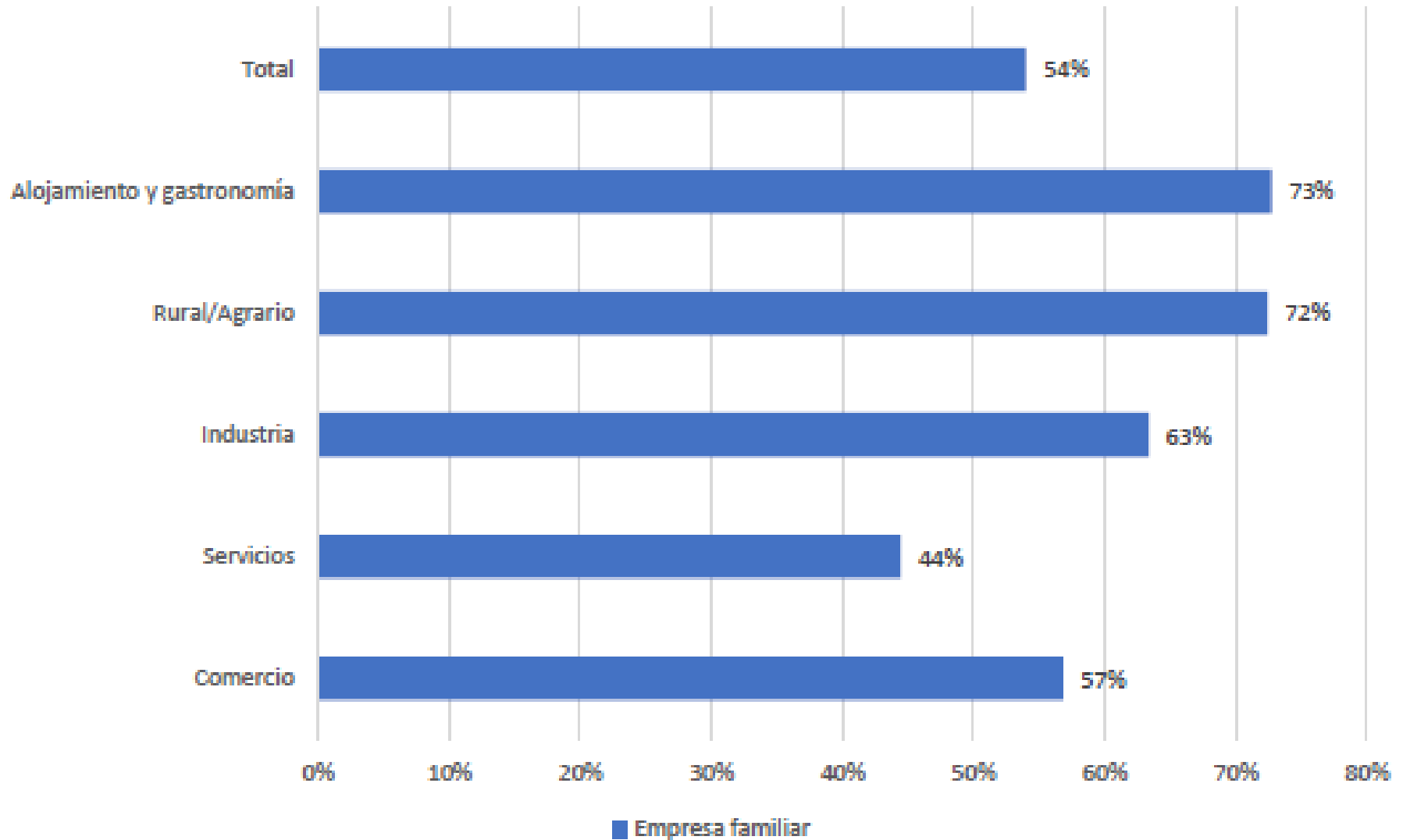
Tamaño de la empresa	Sector de Actividad				
	Comercio	Industria	Rural/ Agrario	Servicios	Total
<b>Micro (1 a 4 empleados)</b>	278	31	25	171	<b>505 (70%)</b>
<b>Pequeña (5 a 19 empleados)</b>	79	19	4	62	<b>164 (23%)</b>
<b>Mediana (20 a 99 empleados)</b>	20	10	0	19	<b>49 (7%)</b>
<b>Grande (más de 100 empleados)</b>	3	0	0	4	<b>7 (1%)</b>
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>60</b>	<b>29</b>	<b>256</b>	<b>725</b>



# RESULTADOS

La mayor parte son empresas familiares y jóvenes  
(63% comienzan actividad de 2005 en adelante)

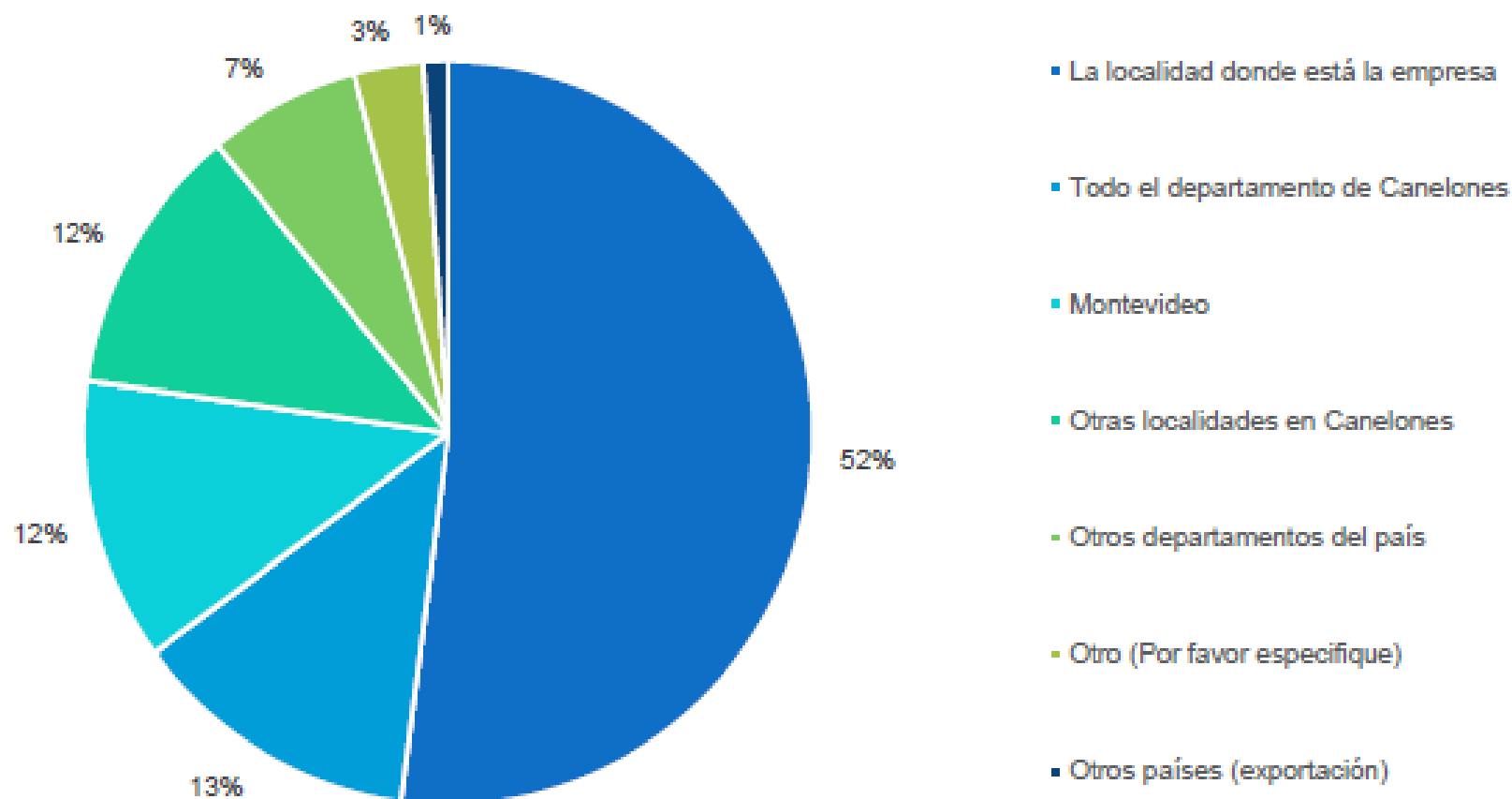
## Empresa familiar



# Mercados (clientes y proveedores)

## Destino de las ventas

Localidades donde se encuentran los clientes o donde vende mayormente:



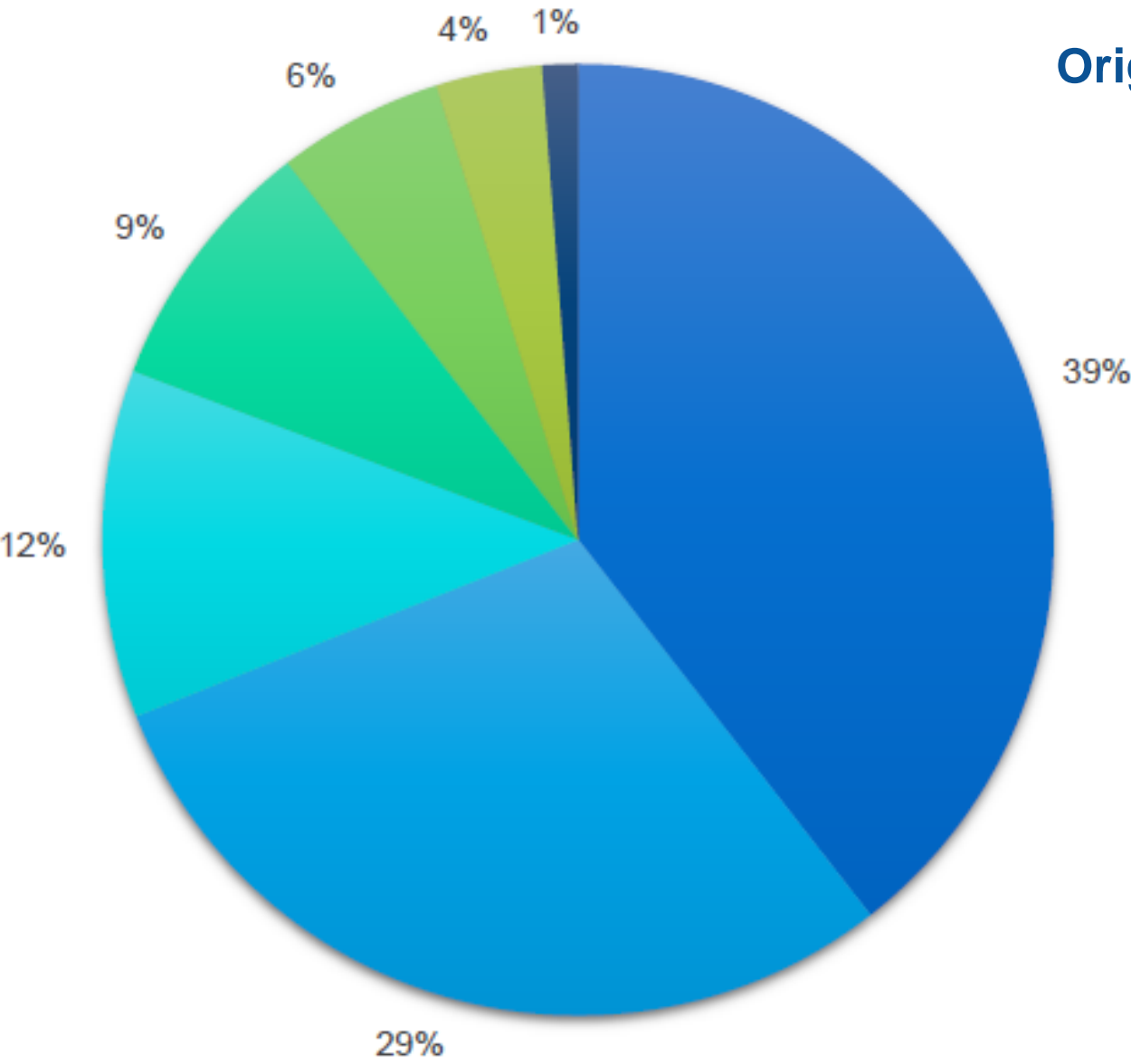
Otras localidades de Canelones donde se encuentran sus clientes o donde vende mayormente:

Localidades
Atlántida
Pando
Parque del Plata
Las Toscas
Empalme Olmos
Barros Blancos
Canelones
Santa Lucía
Las Piedras
Salinas
El Pinar
Lagomar

Departamentos del país donde se encuentran sus clientes o donde vende mayormente:

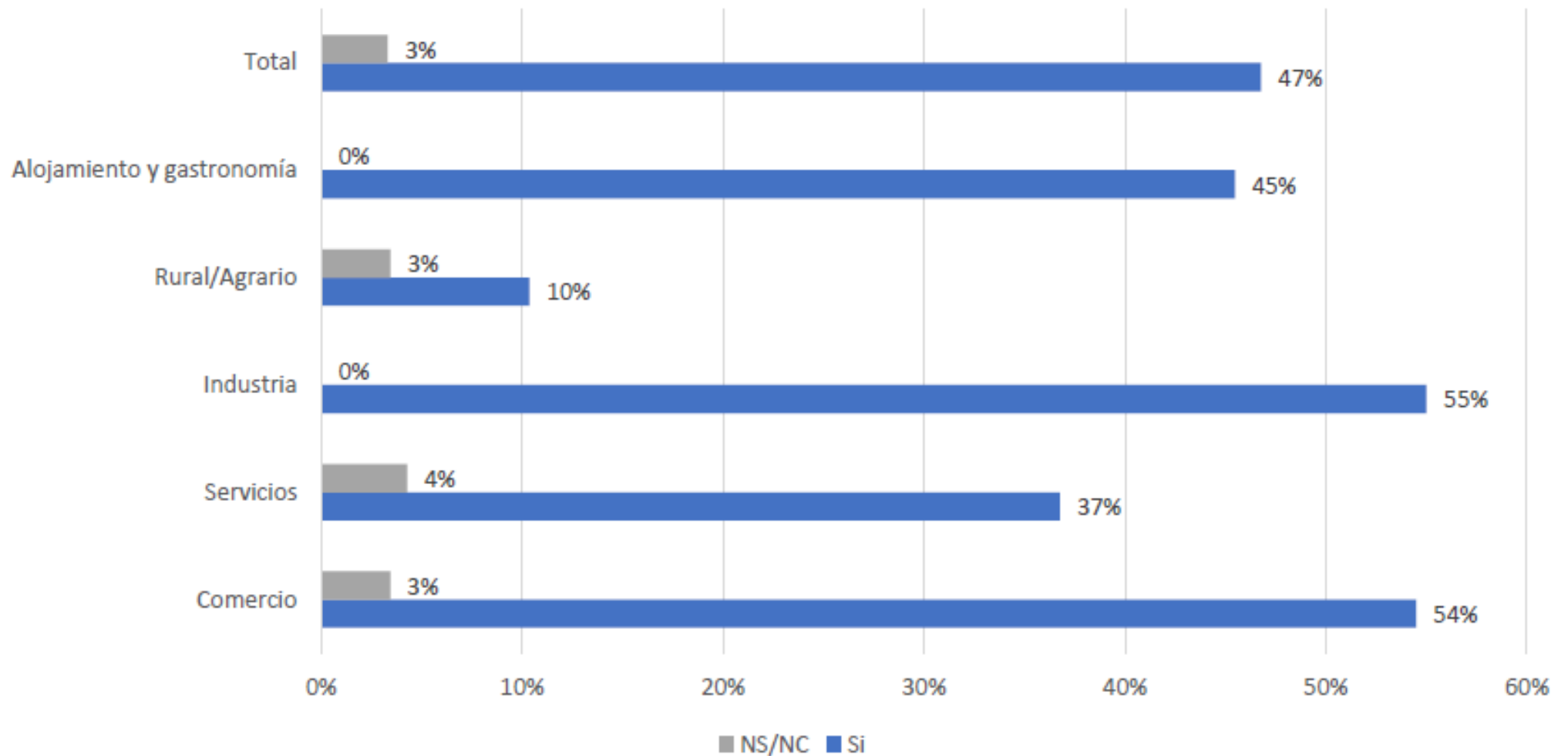
Departamentos
Maldonado
Florida
Colonia
Lavalleja
Salto
San José

# Origen proveedores

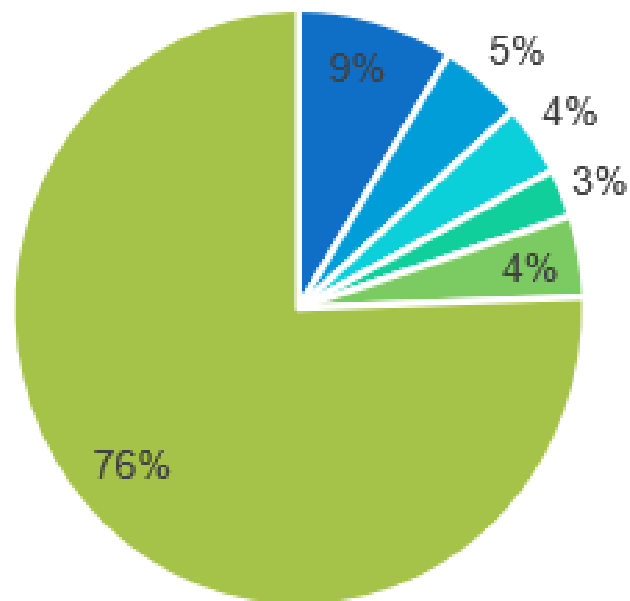


- Montevideo
- La localidad donde está la empresa
- Todo el departamento de Canelones
- Otras localidades en Canelones
- Importación directa
- Otros departamentos del país
- Otros

## Facturación electrónica por sector



## Peso de las ventas por comercio electrónico en el total de las ventas



- Menos del 10%
- Entre 11% y 20%
- Entre 21% y 50%
- Entre 50% y 70%
- Más del 70%
- No vende por vía electrónica

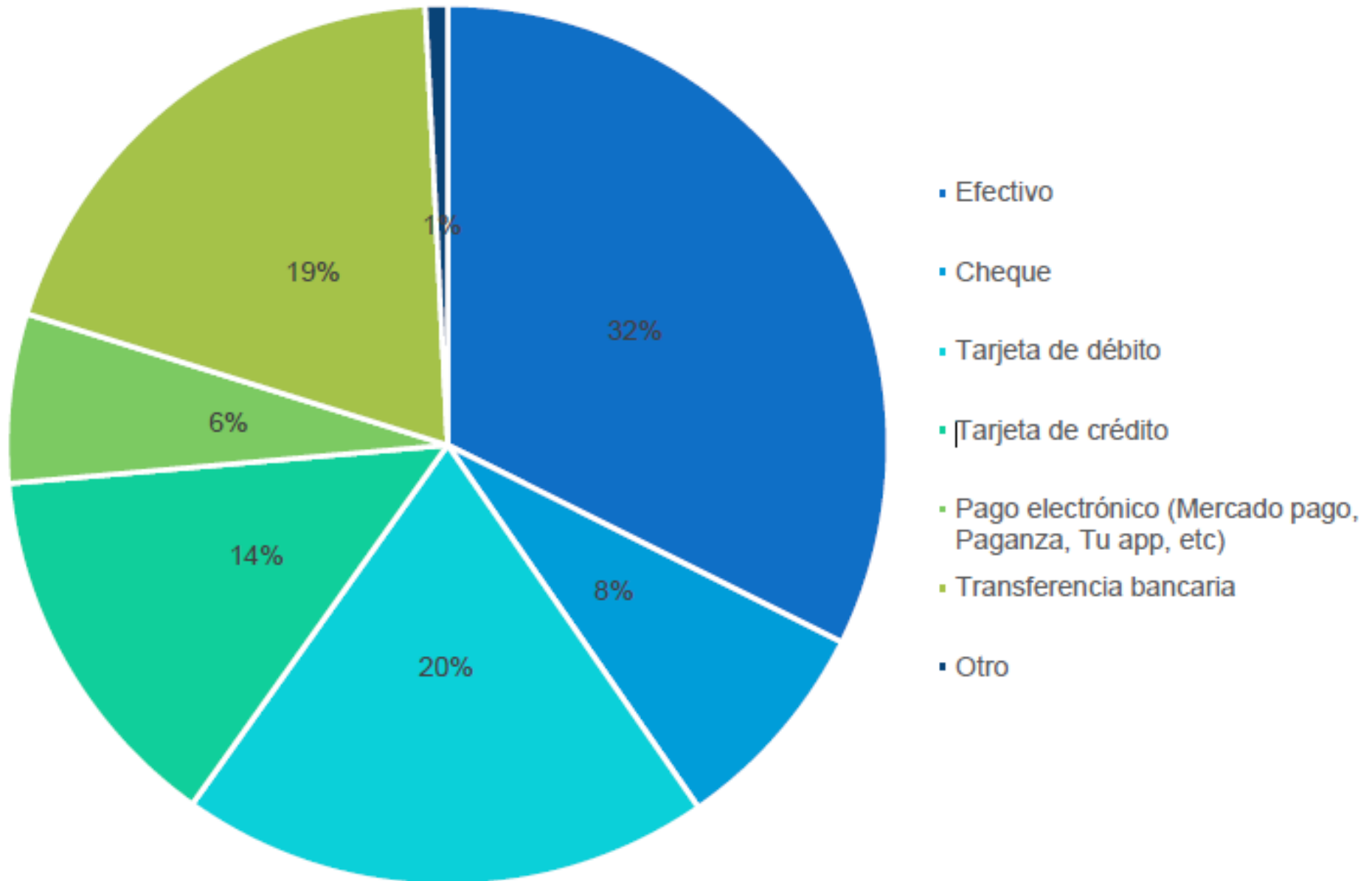
El 76% no vende por vía electrónica.

Para un 9% que vende por esta vía, dichas ventas son menos del 10% del total,

Solo para el 7% de las empresas representan más del 50% del total.

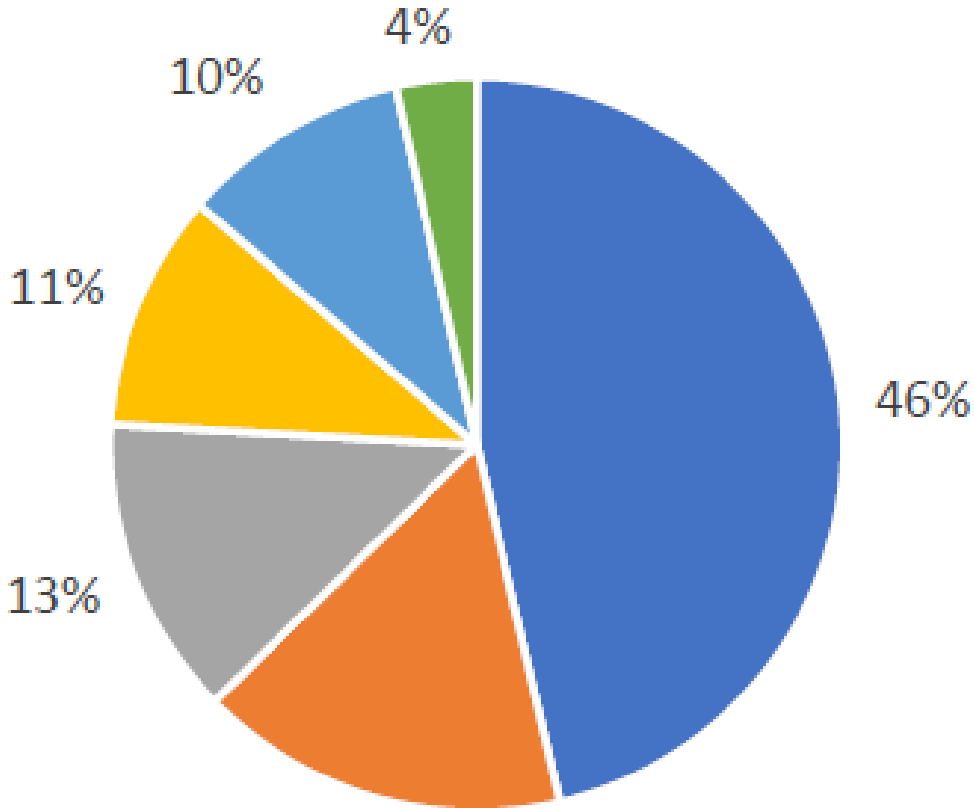
# Medios de pago

El medio más mencionado sigue siendo el pago en efectivo, aunque cae con respecto a las respuestas de la edición pasada (32% en 2023 y 44% en 2022). Parecería ser que los medios de pago electrónico ganan un peso importante (20%), además del uso de tarjeta de débito, transferencia bancaria y tarjeta de crédito (que más o menos mantienen su importancia).



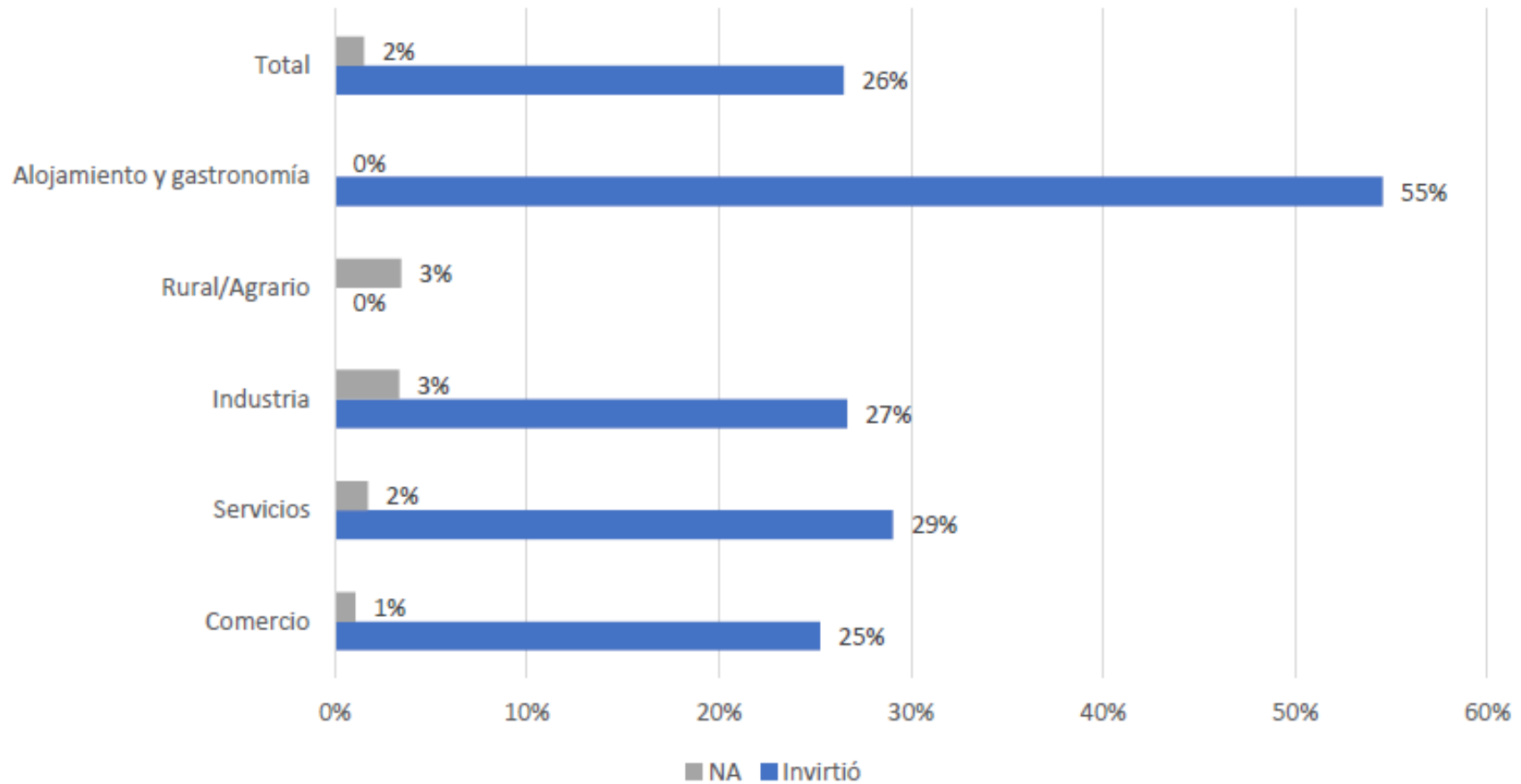


# Lugares de venta



- Tienda física 16%
- Redes sociales (Facebook, Instagram, whatsapp, etc)
- Otros
- Página Web
- Venta a mayorista/empresa
- Mercado Libre

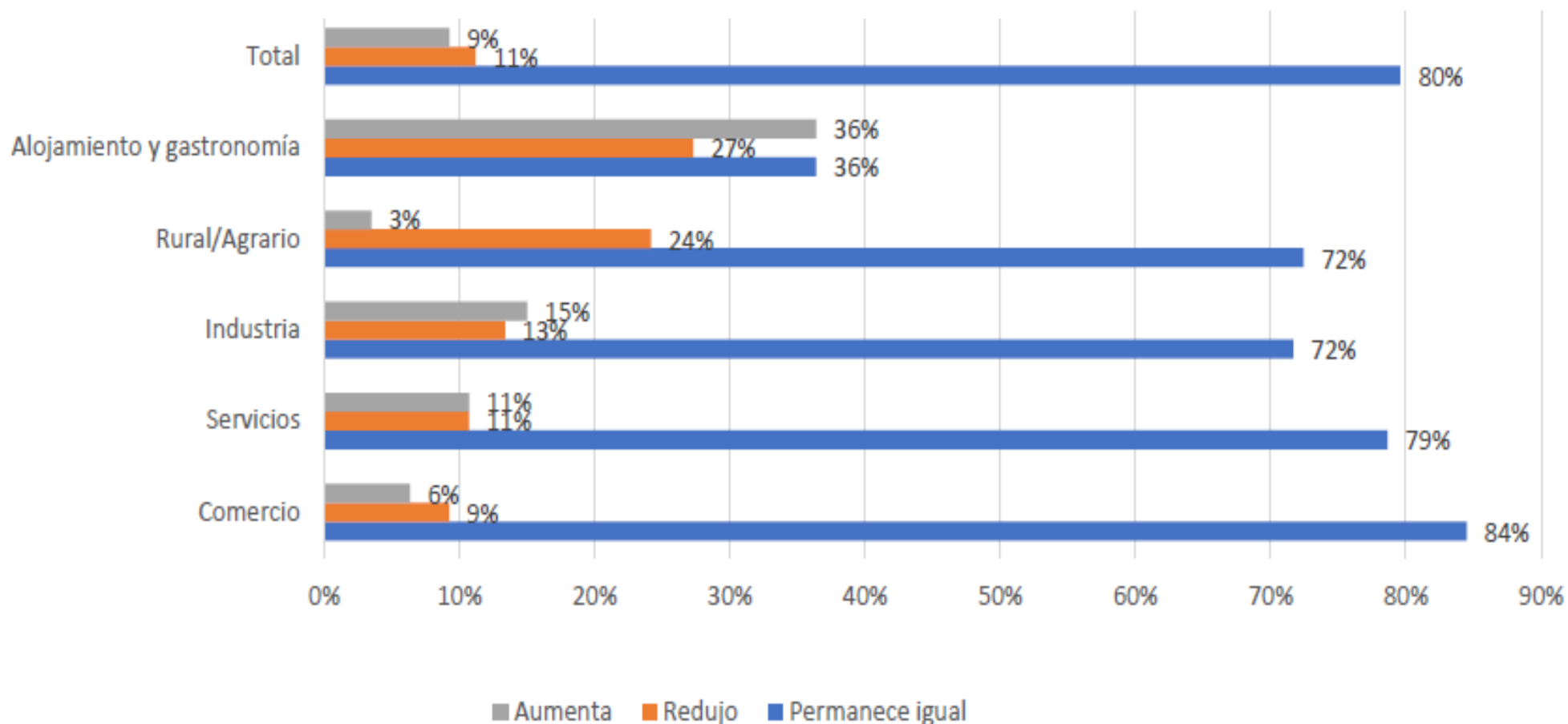
## Inversión en publicidad en internet



Se observa que el 26% declara que ha realizado en la encuesta actual, un poco menos del 31% de la encuesta de 2022. En cuanto a las diferencias por sectores, destaca que comercio y servicios explican dicho valor promedio (son los sectores que nuclean a la mayor cantidad de empresas), manteniendo el resultado de la anterior encuesta de que el comercio se sitúa un poco por debajo del promedio y servicios un poco por arriba. En la encuesta para 2023 diferenciamos al sector de alojamiento y gastronomía, el que claramente es el que tiene más empresas que han invertido en publicidad en internet (55%).

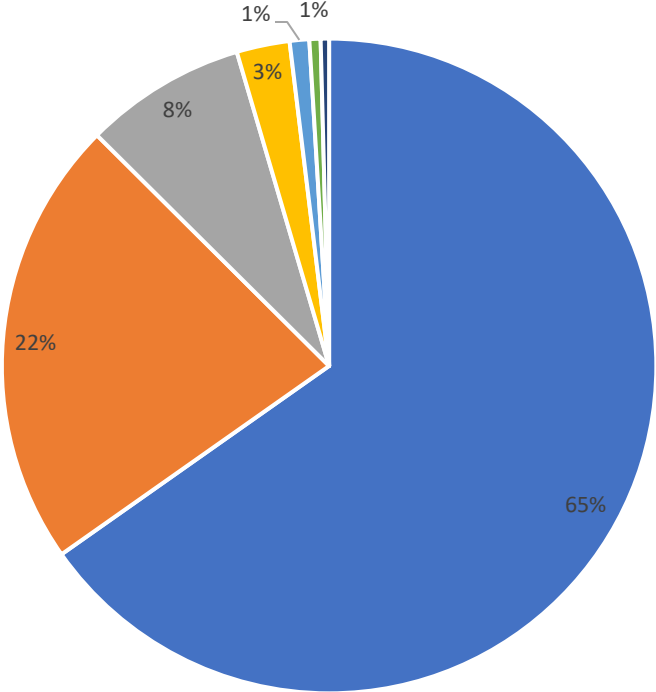
# Capital Humano

## Variación del personal permanente en el último año



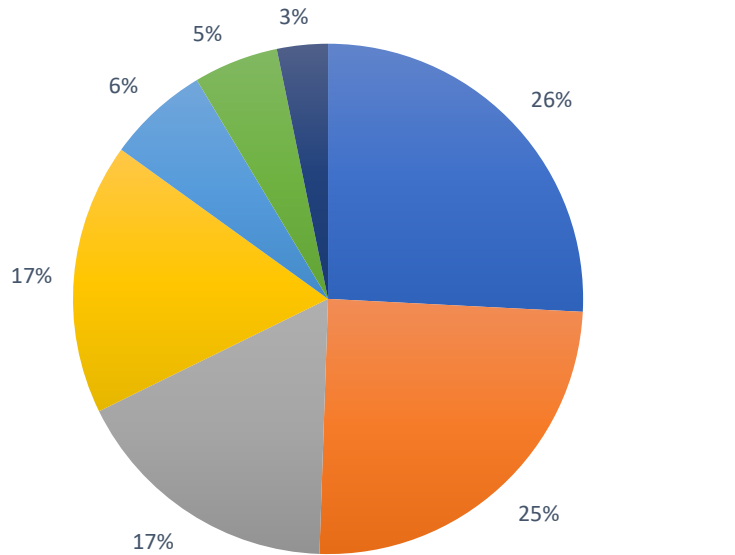
Se ha mantenido estable, lo que representa la respuesta del 80% de las empresas. Un 11% declara que el empleo se redujo y un 9% que aumentó. La actividad en el medio rural y el rubro de alojamiento y gastronomía, en los que el empleo se redujo un 24% y 27% respectivamente. Este sector es el que muestra un comportamiento más heterogéneo, ya que casi en tercios presenta casos de estabilidad, reducción y aumento del personal.

# Proyecciones sobre el personal contratado de forma permanente



- Permanecerá igual
- NS/NC
- Aumentará poco
- Disminuirá un poco
- Aumentará mucho
- Disminuirá mucho
- NA

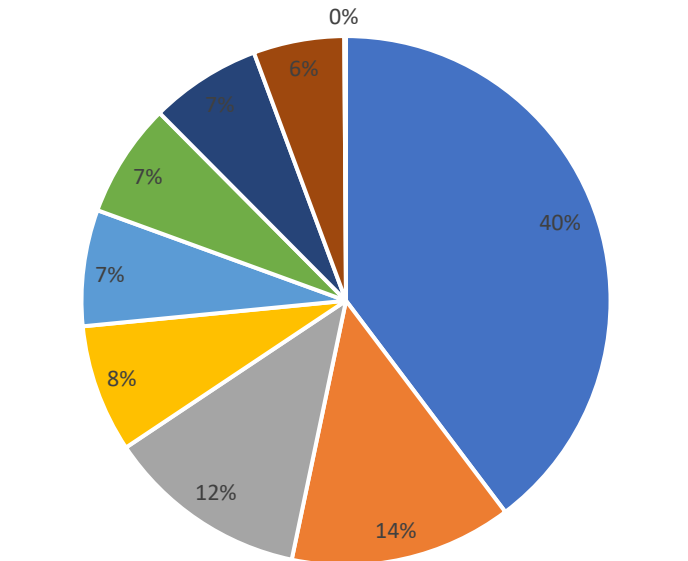
## Perfiles de los trabajadores contratados:



- Vendedor/a
- Técnico/oficios
- Administrativo
- Personal/operarios de baja calificación
- Otros
- Técnico / profesional en logística
- Profesional universitario

Los perfiles de personal contratado muestran que mayormente se incorporan vendedores y técnicos, seguidos de personal administrativo y personal de baja calificación

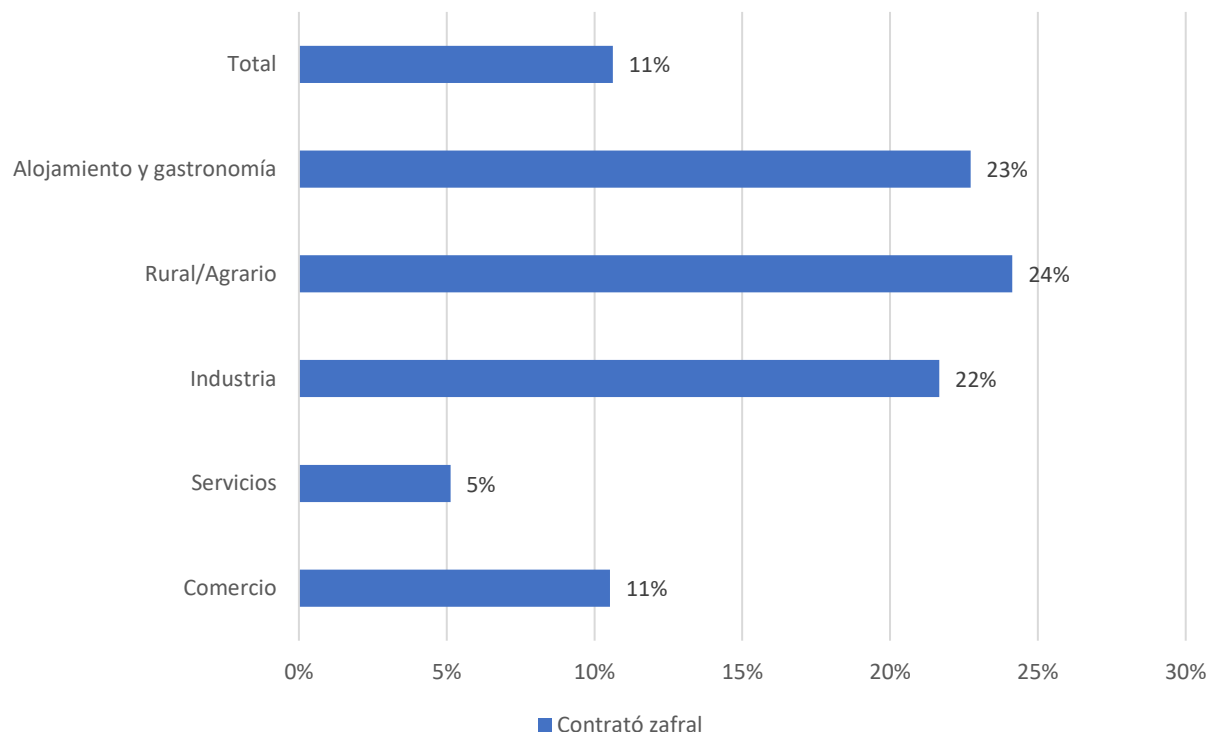
## Dificultades en la contratación de personal:



- No hay ningún inconveniente
- Falta de experiencia laboral en el sector de interés
- Otro
- Los postulantes no están calificados para la tarea
- Se presentan pocos postulantes en general
- Aspiraciones salariales por encima de lo ofrecido por la empresa
- Bajo nivel educativo general de los postulantes
- No se consiguen postulantes de la localidad donde está la empresa
- Los postulantes están sobre calificados para la tarea

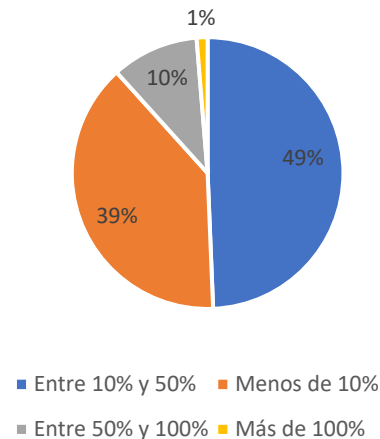
## Personal zafral

Personal zafral:

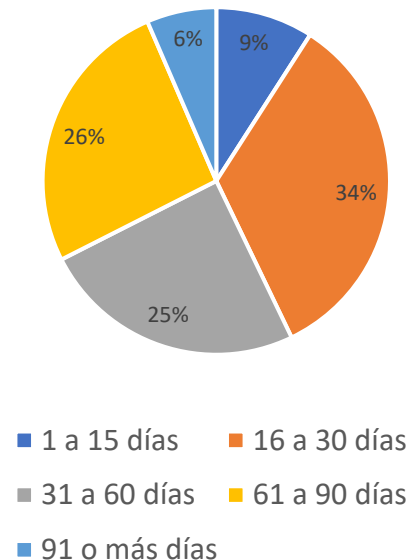


El 89% declara no haber contratado personal zafral en el último año. Los sectores de comercio y servicios que son los que más emplean, son los que presentan menos empresas que contrataron personal zafral (11% y 5%). Entre las empresas agrarias, la industria y alojamiento y gastronomía las respuestas de contratación de personal zafral se sitúan por encima del promedio general (entre 22% y 23% de las empresas contrataron personal zafral).

## Peso del personal zafral en la plantilla:



## Tiempo en promedio por el que se contrata al personal zafral:

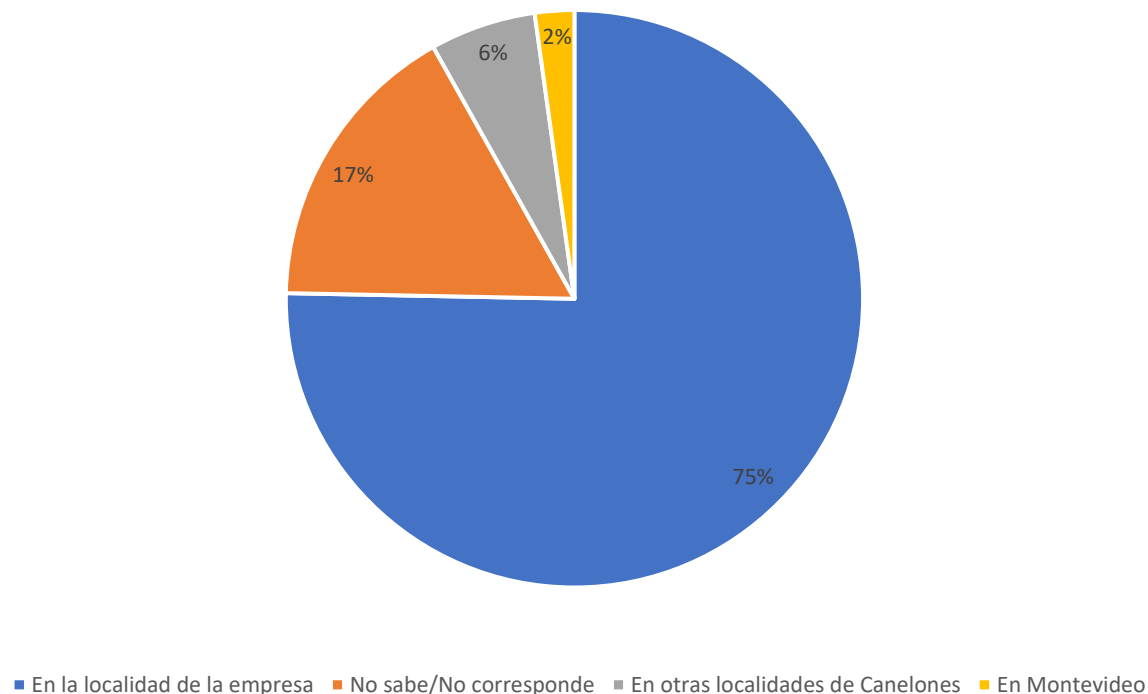


Se identifican dos grandes grupos, cerca de la mitad que declara que esto representa entre el 10% y 50% de su plantilla, y casi un 40% para las que el personal zafral no alcanza al 10% de su plantilla.

Algo más de un tercio de las empresas que lo hacen declaran que en promedio es por 15 días a 1 mes. Luego un cuarto de las empresas contesta que contrata por 2 a 3 meses y otro cuarto por 1 a 2 meses.

## Origen del personal de la empresa

Primera mención de Origen del personal de la empresa:

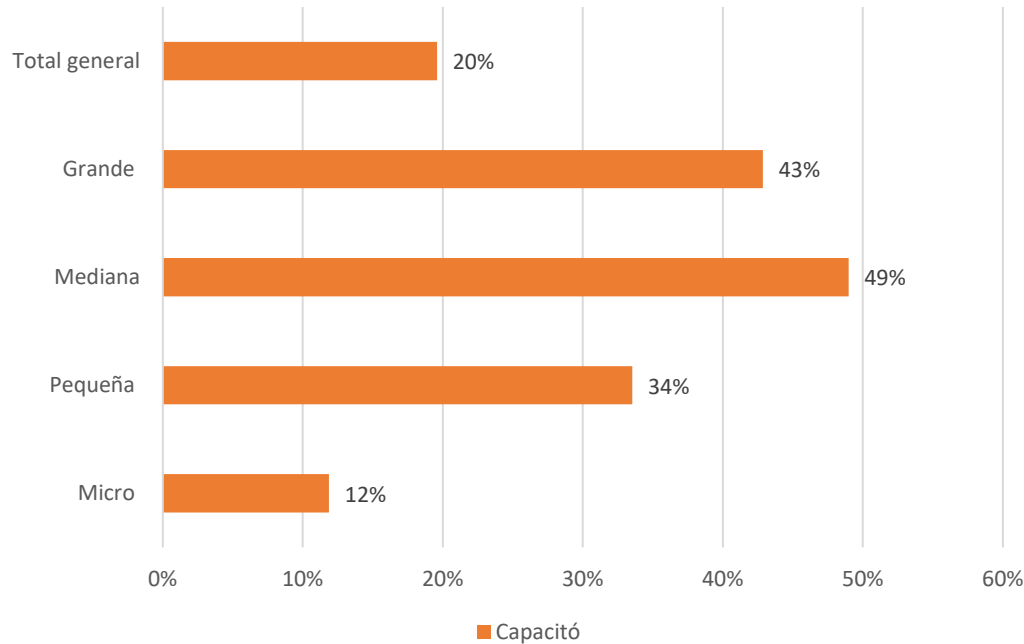


El 75% de las empresas señalan que el personal proviene principalmente de la propia localidad en la que está localizada la empresa, y dicho porcentaje sube a 81% si se considera a otras localidades de Canelones. Por lo tanto, el empleo que generan las empresas de la encuesta es claramente local.



# Capacitación del personal de la empresa

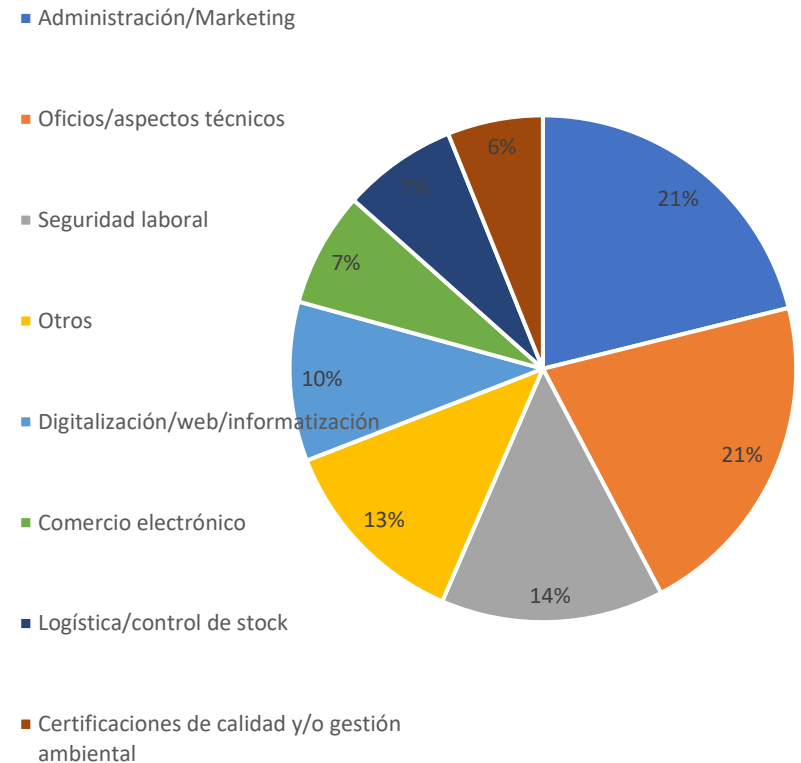
## Capacitación del personal:



El promedio general marca que un 20% de las empresas realizó alguna capacitación, mientras que es un 12% para las micro y casi un 50% para las medianas, siendo clara la importancia del tamaño.

(28% en 2022)

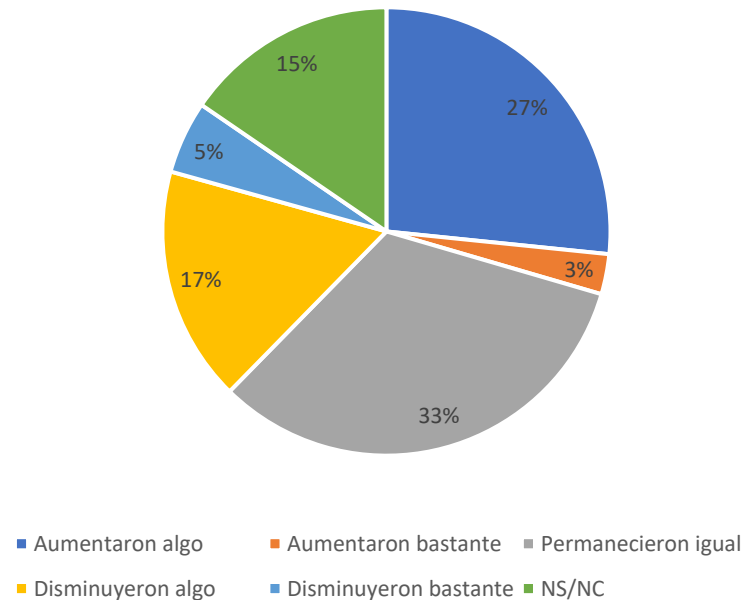
## Áreas temáticas en las que se capacitó al personal



# Desempeño de las empresas

## Ingresos brutos

Variación de los ingresos brutos de la empresa en 2022 con respecto a los ingresos de 2021



Para 1/3 de las empresas, los ingresos aumentaron. Sólo el 3% del total de empresas vieron aumentar sus ingresos bastante.

Para el 33% (poco más de un tercio) de las empresas, los ingresos permanecieron iguales en el año 2022 .

Mientras que para el 22% del total de empresas, los ingresos disminuyeron.

## Intención de cerrar la empresa

Con respecto a la intención de cerrar de las empresas durante el año 2022, se observó que el 8% tuvo intención de cerrar. Lo cual es una cifra más alentadora que la del año 2021, del 17% (recogida en encuesta 2022). Las principales razones por las que se tuvo intención de cerrar fueron los altos costos y la baja rentabilidad.

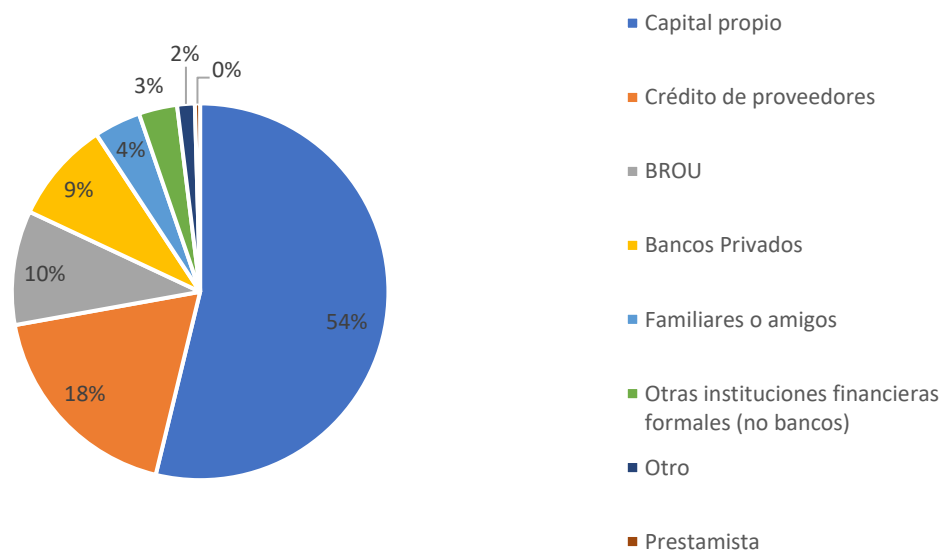
## Proyecciones de los ingresos brutos para el 2023

Proyecciones ingresos brutos cierre 2023	Sector de actividad					
	Comercio	Servicios	Industria	Rural/ Agrario	Alojamiento y gastronomía	Total general
Aumentarán algo	22%	32%	27%	21%	55%	27%
Aumentarán bastante	4%	4%	2%	0%	9%	4%
Permanecerán igual	37%	32%	28%	28%	14%	34%
Disminuirán algo	14%	12%	23%	21%	14%	15%
Disminuirán bastante	6%	4%	12%	21%	0%	6%
NS/NC	17%	16%	8%	10%	9%	15%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

## Endeudamiento

Grado endeudamiento	Sectores de actividad					Total general
	Comercio	Servicios	Industria	Rural/ Agrario	Alojamiento y gastronomía	
Mucho más endeudada	2%	1%	2%	0%	5%	2%
Algo más endeudada	13%	5%	7%	14%	5%	10%
Igual	20%	15%	15%	3%	23%	18%
Menos endeudada	15%	16%	17%	24%	9%	16%
No estaba endeudada	30%	43%	48%	34%	50%	36%
NS/NC	19%	21%	12%	24%	9%	19%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

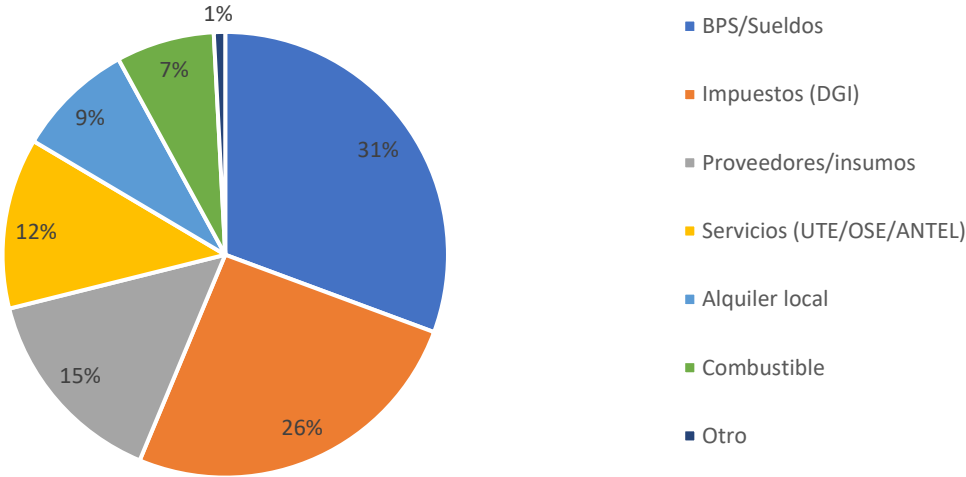
## Principales fuentes de financiamiento



Capital propio y crédito de proveedores explica 72%; y sistema bancario 19%.

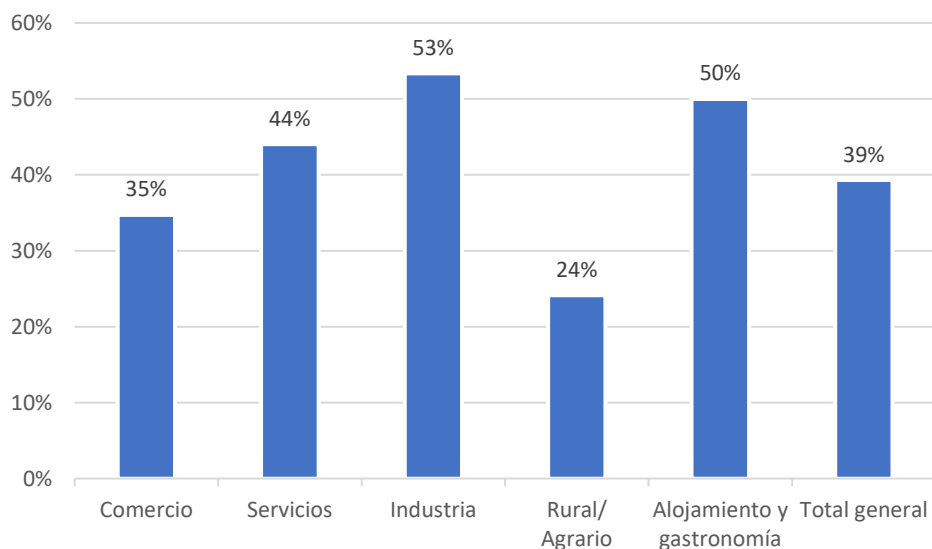
# Costos

Costos con mayor peso en la empresa

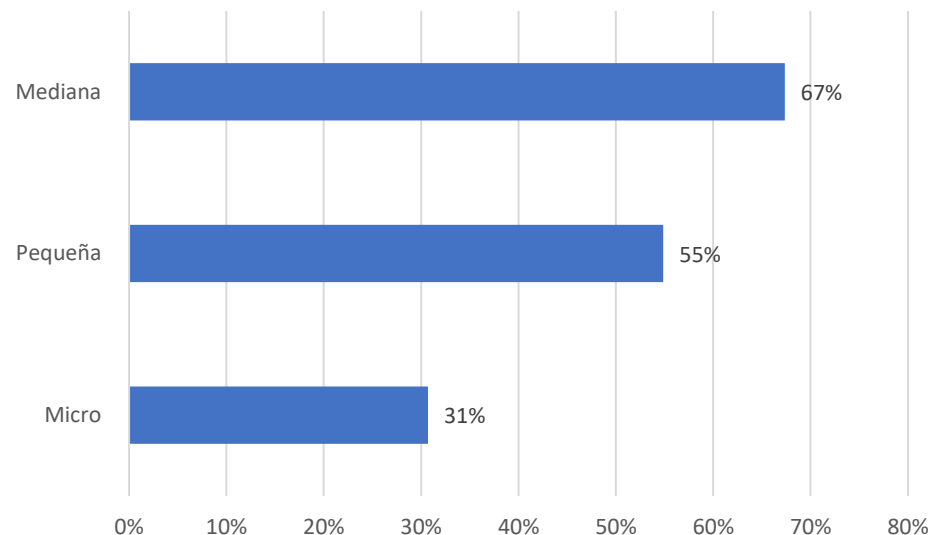


# Innovación

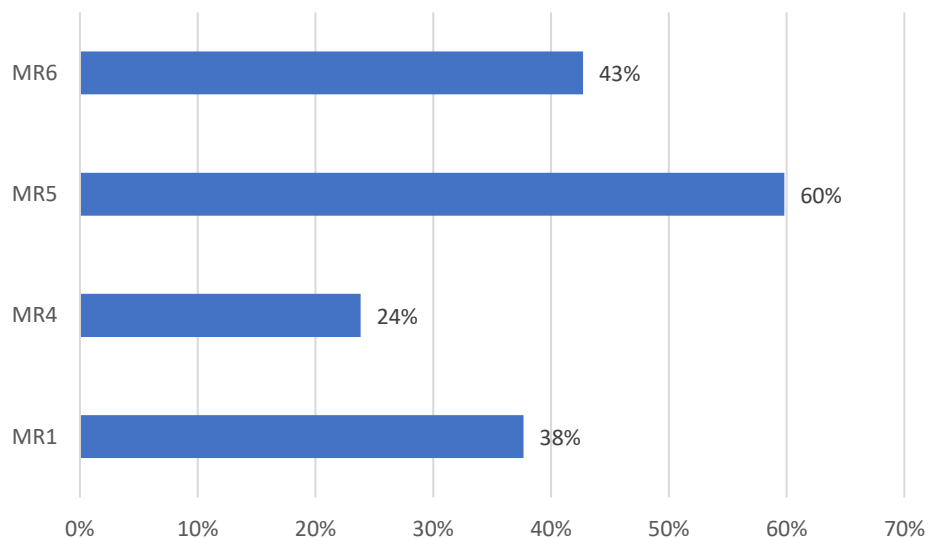
## Porcentaje de empresas que realizan actividades de innovación por sector



## Porcentaje de empresas que realizan actividades de innovación por tamaño de empresa

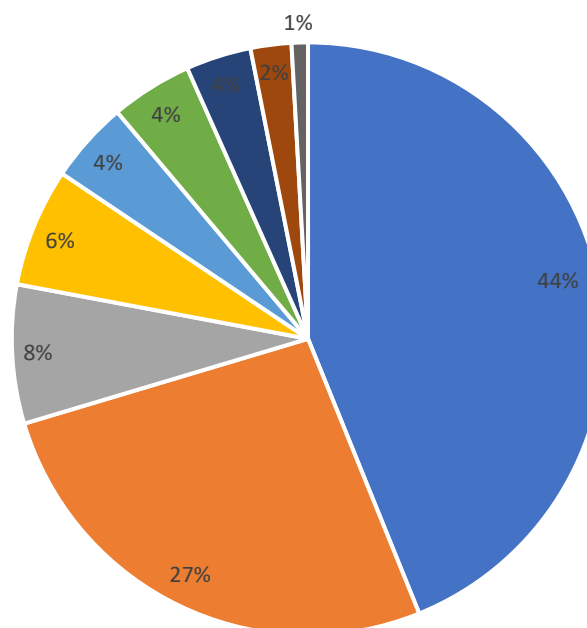


## Porcentaje de empresas que realizan actividades de innovación para las principales micro regiones



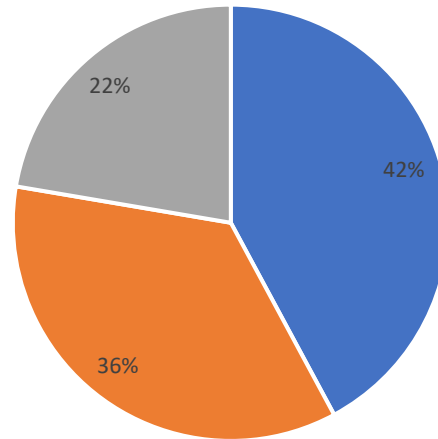
## Actividades de innovación

- Maquinaria y equipo
- Hardware y software
- Capacitación para innovar
- Diseño organizacional y gestión
- Patentes, inventos, licencias, marcas
- Transferencia de tecnología o conocimiento
- Actividades de innovación realizada por terceros
- Área de la empresa que innova de forma sistémica y regular
- Estudio de mercado



La compra de maquinaria y equipo, y la compra de software, se señalan como las principales formas de innovar, lo que está en línea con los estudios de la economía uruguaya. El desafío aquí es lograr actividades más complejas de innovación.

## Resultado económico de las actividades de innovación



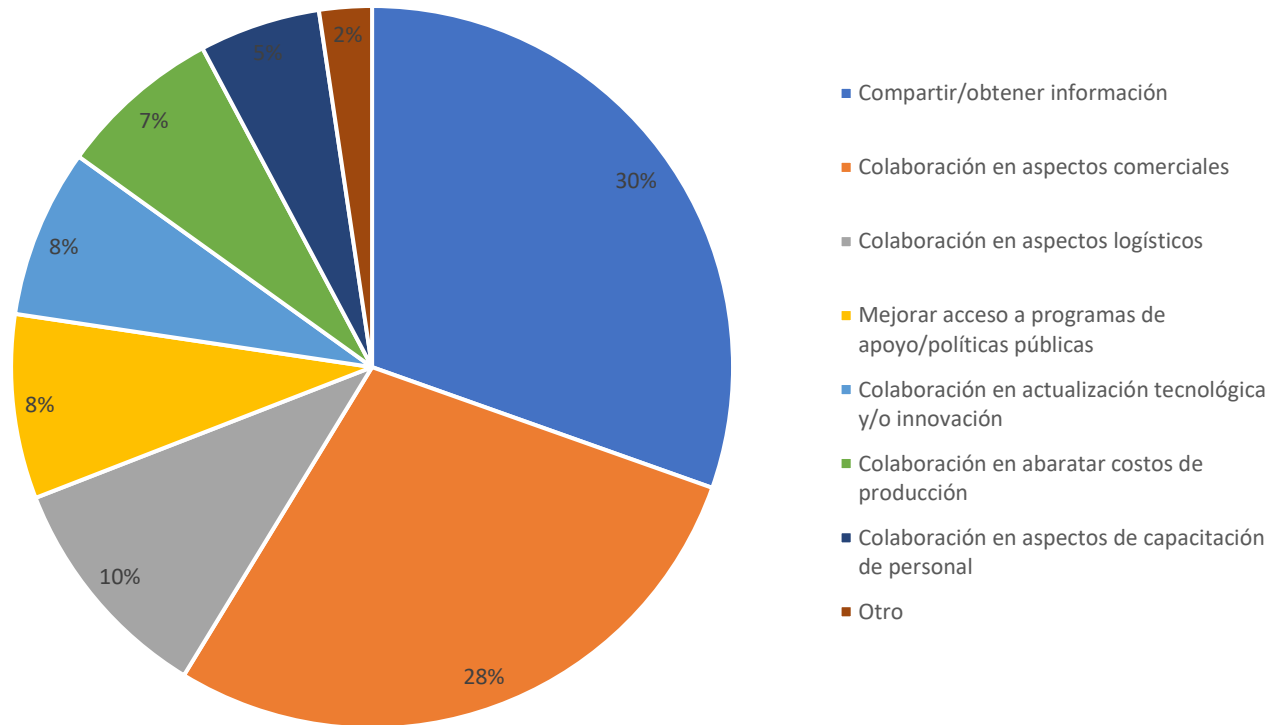
■ Sí, mejora de ventas (mejora en cantidad y/o precio) ■ Sí, ahorro de costos. ■ No

El 78% de las respuestas de las empresas que realizaron actividades de innovación, reflejan que tuvieron un resultado económico positivo. Esto es importante, si bien un 22% no obtiene resultados, la mayoría que se embarca en innovar en algún sentido obtiene recompensa.



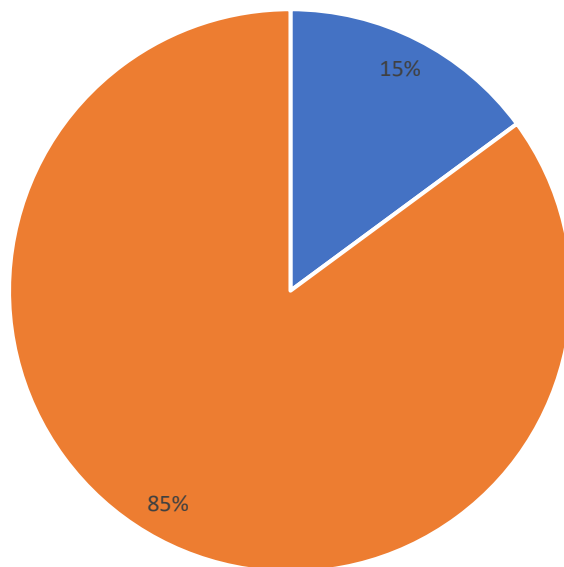
# Asociatividad, redes y entorno

## Relaciones de colaboración con otras empresas



Aquí se presentan las relaciones de colaboración de las 44% de las empresas encuestadas que señalaron que cooperan.

## Relaciones de cooperación con organizaciones públicas o privadas



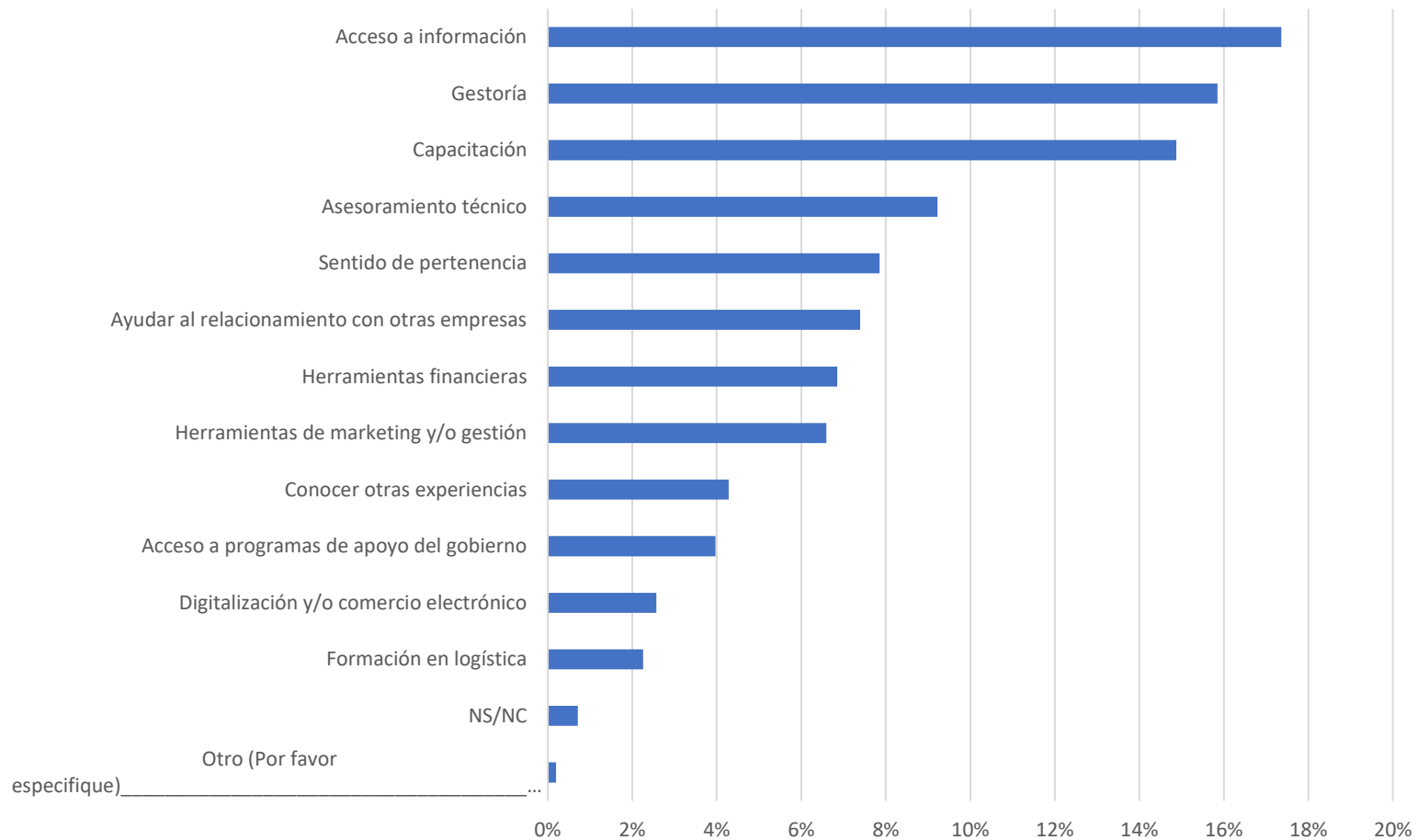
■ Mantiene cooperación con organizaciones públicas o privadas ■ No mantiene cooperación con organizaciones públicas o privadas

Organizaciones con las que cooperan: Intendencia, Asociación empresarial local, Cámara empresarial nacional, Programa público de gobierno, Organización de la Sociedad Civil (OSC/ONG), Cámara de Industrias del Uruguay, Centro de formación, Centro Tecnológico, Universidad.

Esas organizaciones con las que mantienen relaciones de colaboración se encuentran principalmente en Canelones y algunas en Montevideo.

## Asociaciones comerciales

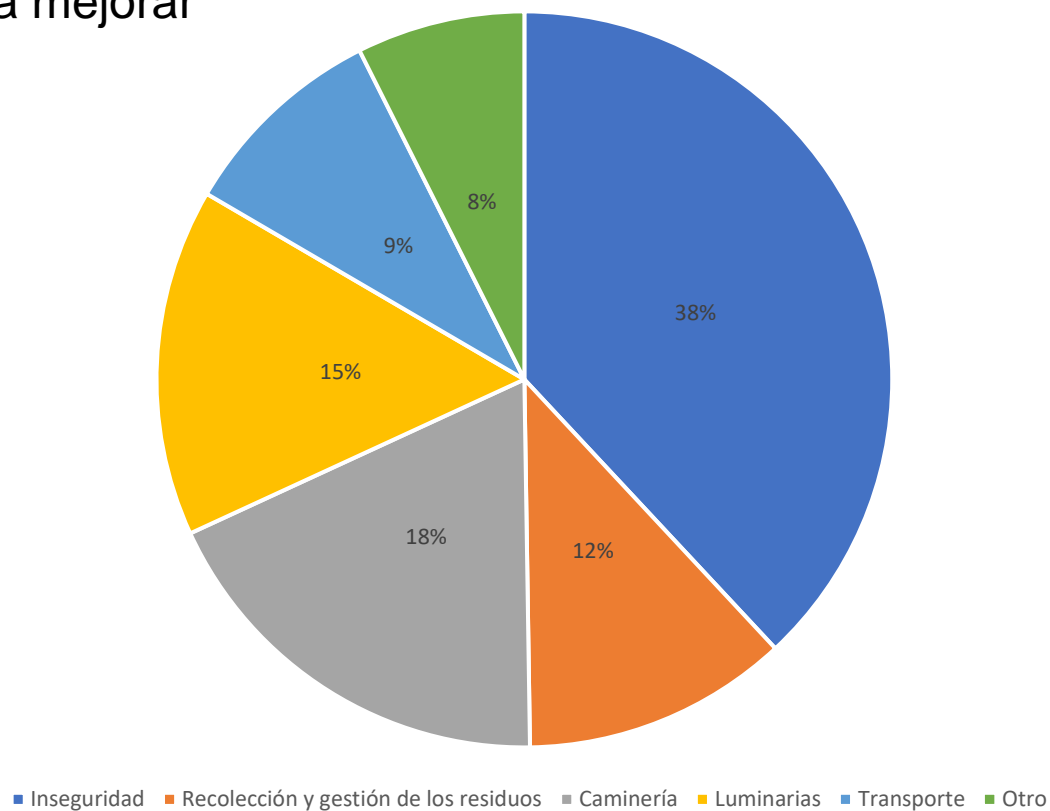
Servicios, apoyos o actividades que realizan las cámaras o centros empresariales, según las empresas



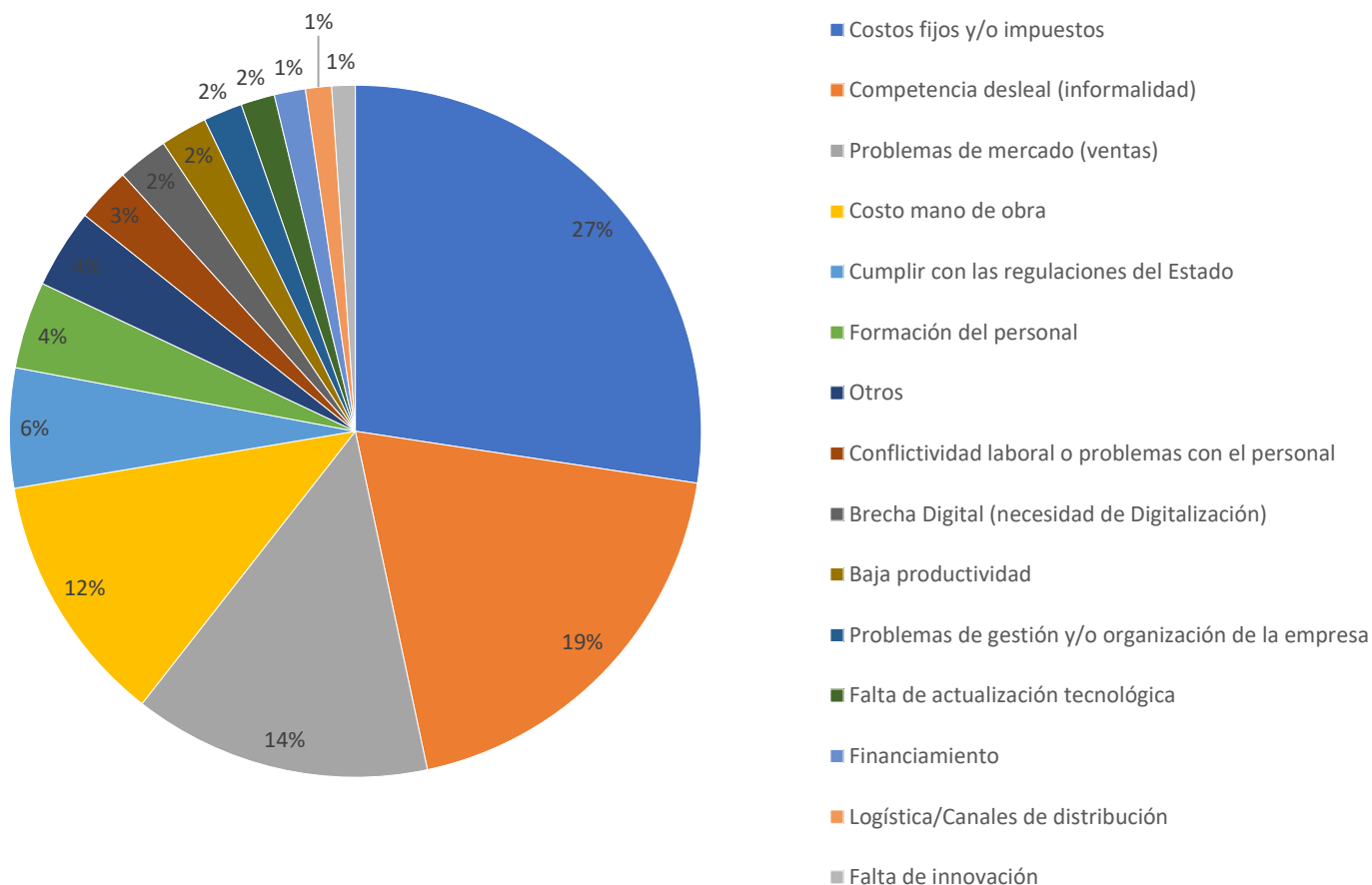
## Actividades que podrían hacer las asociaciones comerciales según las empresas

Generación de las redes empresariales que fomenten la colaboración entre empresas
Gestionar ante autoridades tema inseguridad
Gestoría y asesoramiento legal y contable
Información sobre la nueva legislación de jubilación
Intervenir y ayudar con el parking tarifado
Mayor apoyo contra la competencia desleal

## Aspectos de su localidad a mejorar



# Principales problemas o desafíos



Otras problemáticas identificadas por las empresas: Factor climático / Sequía; Bajo consumo local debido a que los clientes compran en Argentina; Inseguridad y robos y Conflictos con Argentina impide exportación.



**Adrián Rodríguez Miranda, Ana Laura García & Sergio Palomeque**

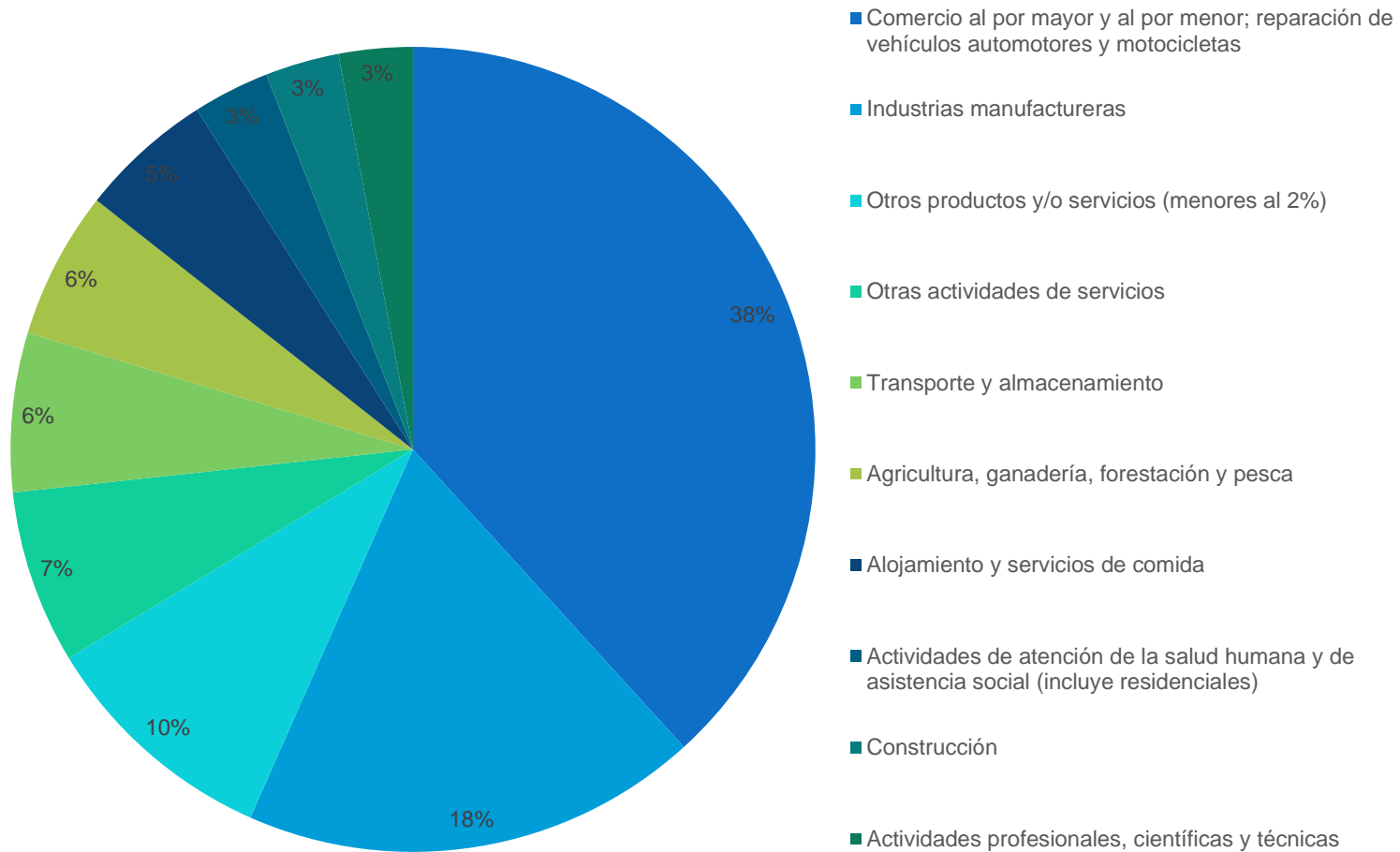
**Instituto de Economía/FCEA**

Universidad de la República

**desarrolloudelar@gmail.com**

**ANEXO**

## Principales productos y servicios







Microregión	Comercio	Servicios	Industria	Rural/ Agrario	Alojamiento y gastronomía	Total de empresas por MR
M1 - Canelones, Cerrillos, Santa Lucía, Aguas Corrientes	40	27	7	2	1	77
M3 - Tala, Migueles, Montes, San Jacinto	2	1	0	2	0	5
M4 - Soca, Atlántida, Parque del Plata y Las Toscas, La Floresta, Salinas	134	55	11	6	8	214
M5 - Ciudad de la Costa, Nicolich, Paso Carrasco	48	36	5	2	6	97
M6 - Pando, Empalme Olmos, Barros Blancos	128	99	28	12	7	274
M7 - La Paz, Las Piedras, Progreso, 18 de Mayo	18	7	8	3	0	36
M8 - Sauce, Suárez, Toledo	10	9	1	2	0	22
<b>Total empresas por Sector</b>	<b>380</b>	<b>234</b>	<b>60</b>	<b>29</b>	<b>22</b>	<b>725</b>