

UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA
Tesis Licenciatura en Sociología

**Las gremiales empresariales que representan a la micro,
pequeña y mediana empresa en tiempos de hipermercados**

Silvia Gambetta
Tutora: Cristina Zurbriggen

2003

INTRODUCCIÓN	1
--------------------	---

PARTE 1

1.-ELEMENTOS TEÓRICOS	3
1.1.- El rol central de los grupos sociales en los procesos políticos	3
1.2.- La importancia de los agentes e instituciones estatales en la elaboración de políticas	8
1.3.- Concluyendo	9

PARTE 2

2.- HIPERMERCADISMO EN URUGUAY.....	11
2.1.- El supermercadismo en los años 90	11
2.2.- Nuevas reglas de juego	12
3.- IMPORTANCIA DE LAS PYMES EN URUGUAY	13
4.- LAS GREMIALES EMPRESARIALES EN URUGUAY.....	14
4.1.- Características generales	14
4.2.- Algunas consideraciones sobre la actualidad	16
5.- ORGANIZACIONES GREMIALES QUE REPRESENTAN A LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA	17
5.1.- Gremiales que representan a la micro, pequeña y mediana empresa del sector de la industria y el comercio en Uruguay	17
5.2.- Su relación con las Cámaras “Madres”	18
6.- HIPÓTESIS DE TRABAJO Y ALGUNAS CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS ..	19.

PARTE 3

7.- EN BUSCA DE UN MARCO LEGAL	21
8.- RECLAMOS DE LAS GREMIALES EMPRESARIALES	22
8.1.- Cómo y quienes reclaman	22
8.2.- Reclamos al Estado	26
8.2.1.- Al Poder Legislativo	28
8.2.2.- Al Poder Ejecutivo	35
8.2.3.- Al Gobierno Departamental	38
8.3.- A los partidos políticos	44
9.- LOGROS OBTENIDOS	46
CONCLUSIONES	48

ANEXO

La desregulación de los mercados, la apertura comercial, la globalización traen un nuevo fenómeno a la escena empresarial uruguaya: la implantación de grandes superficies comerciales en gran parte de los barrios montevideanos y en algunas ciudades del interior del país.

Con el surgimiento del supermercado un número importantes de micros, pequeños y medianos comerciantes, industriales, distribuidores y productores hortifrutícolas se vieron perjudicados significando para gran parte de los mismos el riesgo de desaparecer de la actividad empresarial.¹

Debido a esta situación dichos sectores, a través de las organizaciones gremiales que los representan, hacen oír su voz efectuando reclamos al Estado y a los partidos políticos, teniendo importante difusión en la prensa nacional.

El tema se torna relevante, tanto en lo social como en lo económico, ya que afecta la fuente de trabajo de muchos uruguayos así como la viabilidad de un número importante de unidades productivas.

Por lo tanto ¿cuál ha sido el papel de las gremiales empresariales que representan al micro, pequeño y mediano empresariado frente a esta nueva realidad?, ¿cuales han sido sus exigencias y sus logros en cuanto a la obtención de políticas públicas que protejan al sector? serán las preguntas que intentaremos responder

El objetivo de este trabajo es estudiar el accionar de las gremiales empresariales, que representan a los sectores afectados por esta nueva problemática, y su incidencia a la hora de la elaboración de políticas públicas, teniendo en cuenta el desempeño histórico de las gremiales empresariales en el Uruguay y las singularidades en cuanto a representación que las mismas presentan

El mismo consta de tres partes y las conclusiones finales:

En la primera parte haremos una breve revisión teórica sobre las principales corrientes que estudian el rol de los grupos de interés en la elaboración de políticas públicas.

En la segunda parte, y con el fin de entender mejor la nueva realidad a que se encuentra enfrentado un sector importante de las Pymes, la importancia que las mismas tienen para la economía del país y el accionar de las gremiales que las representan, se repasará brevemente:

-El nuevo fenómeno de la implantación de grandes superficies comerciales con una creciente transnacionalización y una posición cuasi oligopólica y oligopsónica en el mercado uruguayo.

-La importancia económica y social de las micro, pequeñas y medianas empresas en el Uruguay.

-La posición y el accionar histórico de las gremiales empresariales en su relación con el Estado y los actores políticos .

-Las organizaciones gremiales que representan a las micro, pequeñas y medianas empresas

¹ Ver anexo

afectadas (fundamentalmente de la industria y el comercio) y las singularidades que sobre el tema se dan en nuestro país.

En la tercera parte del trabajo se realizará el análisis de lo actuado por dichas organizaciones gremiales a través de artículos, mesas redondas y entrevistas efectuadas en la prensa oral y escrita nacional, así como en los debates llevados a cabo en las Comisiones pertinentes de la Cámara de Representantes durante la discusión de los diferentes proyectos de Ley, en documentos de las propias gremiales y en entrevistas semi estructuradas a informantes calificados.

Por último, y a la luz de lo analizado, trataremos de arribar a conclusiones sobre: el accionar de las gremiales representantes de los sectores afectados por la instalación de grandes superficies comercializadoras; la incidencia de las mismas a la hora de la elaboración de políticas públicas; y las diferencias y similitudes con el desempeño histórico de las gremiales empresariales en nuestro país.

Antes de comenzar con el desarrollo del trabajo debemos realizar una última precisión: muchas veces durante la elaboración del mismo nos preguntamos por el carácter sociológico del tema, desde nuestra posición de pequeña comerciante sentíamos que el mismo era relevante para un sector importante de la sociedad, afectaba el ingreso, el trabajo, el bienestar de numerosas familias, ya que este tipos de empresas son fundamentalmente de corte familiar.

El pequeño empresario trabaja en el mayor número de los casos aislados de sus pares, con escasa información y poca o casi ninguna actividad gremial, por lo que nos pareció fundamental el estudio del comportamiento de dichas gremiales frente a las nuevas reglas de juego que se le presentan y como pueden incidir en la elaboración de políticas públicas.

1.- ELEMENTOS TEÓRICOS

Se torna fundamental para orientar el trabajo y la búsqueda de factores explicativos de como pesan y articulan los intereses de los distintos actores intervinientes, gremiales empresariales, gobierno, actores políticos y las grandes empresas, en la elaboración de políticas públicas, la revisión de algunos de los aspectos más sobresalientes de los debates teóricos, fundamentalmente los que explican la política desde una visión centrada en la sociedad.

Existen diversas perspectivas analíticas a través de las cuales pueden explicarse el papel de los grupos sociales y el Estado en la elaboración de políticas públicas: poder de los grupos o autonomía del Estado, determinaciones estructurales o interacciones estratégicas entre actores, factores externos o importancia de la política nacional, ideas o intereses son distintos clivajes que muchas veces se superponen entre si.

Reflexionando, como Moran y Benedicto, que lo político no puede entenderse más que en su contexto social, lo que posé además un carácter profundamente histórico, así como la idea que para comprender en toda su complejidad la naturaleza y las características de los sistemas sociales es preciso tener en cuenta las estructuras y procesos políticos que tienen lugar en su seno.²

1.1.- El rol central de los grupos sociales en los procesos políticos.

Los enfoques centrados en la sociedad refieren a la idea de que las políticas públicas responden o son reflejo de las presiones y demandas sociales. La importancia de los grupos sociales en la elaboración de dichas políticas es abordada desde diferentes perspectivas teóricas, muchas veces contrapuestas entre si.

Grupos de interés

Una de las principales perspectivas de análisis “centrada en la sociedad” que marca la importancia de los grupos de interés a la hora de decidir sobre políticas públicas es El Pluralismo Clásico (Truman, 1951; Dahl, 1963) ; que considera a las políticas del Estado como un resultado fundamentalmente determinado por las demandas y presiones de múltiples “grupos de interés”, entre los cuales se incluyen los empresarios y sus asociaciones.³

En esta visión la sociedad contemporánea se divide en grupos diversos, que tienen intereses diferentes y cuentan con una variedad de recursos para influir en un sistema de gobierno también “diverso, conflictivo y dividido”.⁴ La complejidad del Estado, la sociedad, y los procesos de elaboración de políticas, hacen que resulte imposible el dominio de un único

² Benedicto, J. y Morán M. 1995. p. 19

³ Vigueras, A.: 1998. p. 24

⁴ Smith, M.: 1997. p. 222 (En Marsh, D. y Stoker, G. 1997)

grupo; para que una sociedad democrática sobreviva se debe de tener en cuenta a los diversos grupos sociales.

Fue Dahl (1956; 1987) quien trató de concretar la naturaleza exacta de la democracia pluralista. Según su visión el poder está disperso y no es acumulativo, numerosos grupos de la sociedad que representan diversos intereses lo comparten y lo intercambian. Las decisiones políticas no se definen solamente por la relación de una elite política renovada en cada elección y las organizaciones políticas, Estado y partidos, sino que intervienen una multiplicidad de minorías y son el resultado de un juego complejo de intereses organizados que se relacionan entre sí y con el Estado

Los gobernantes tienen pocas oportunidades de elaborar políticas con independencia de los grupos de presión. La sociedad interviene a través de una gran cantidad de grupos interactuando y defendiendo sus intereses en la toma de decisiones políticas.

No todos los grupos tienen iguales posibilidades.

La visión pluralista recibe críticas desde diferentes tiendas al no poder adaptarse, según sus críticos, la descripción del modelo de democracia realizado por sus teóricos a los cambios en las condiciones históricas como fueron: la gran recesión económica y el aumento de las desigualdades sociales en los sesenta, con un gran aumento de las movilizaciones callejeras y la concentración del poder económico en grandes corporaciones.

Pese a todas las críticas a la teoría pluralista surgidas desde diversas corrientes, algunas tan importantes como el no incorporar el papel autónomo y los intereses específicos que puede tener el Estado y sus representantes, el no reconocer el rol privilegiado que tienen los empresarios en relación con otros grupos, el no tener en cuenta los reclamos de los grupos defendiendo intereses comunes, no se puede negar la existencia de “grupos de interés” que ejercen presión e inciden sobre las políticas públicas.

Desde el mismo campo pluralista aparecen reformulaciones, como la de los pluralistas reformados (Jordan y Richardson; 1979) y el pluralismo de elite (Mc Connel; 1966 y Lowi; 1969) que reconocen que las relaciones entre el gobierno y los grupos de interés están con frecuencia institucionalizadas y que no son tan democráticas como las pensaban sino que excluyen a ciertos grupos del proceso de elaboración de políticas.

La sociedad no participa en forma igualitaria en la definición de políticas públicas, en determinadas arenas políticas no todos los grupos tienen iguales posibilidades, estableciendo algunos grupos relaciones institucionalizadas con el gobierno (forma de pluralismo corporativo) configurando “comunidades políticas”⁵

En la concepción de los pluralistas reformados aparecen dos posibilidades de relacionamiento de los grupos con el Estado, mientras que cierta áreas políticas pueden ser competitivas y

⁵ Zurbriggen, C.; 2000, p.9

abiertas otras cuentan con relaciones institucionalizadas que dificultan el acceso de los restantes grupos para la elaboración de políticas.⁶

Desde el pluralismo de elite se concibe la política pública como fragmentada en cientos de arenas políticas, muchas de las cuales están bajo el control de elites particulares tales como subgobiernos o triángulos de hierro⁷.

El papel privilegiado de las grandes empresas

El “neopluralismo” (Dhal; 1982, 1985 y Lindblom; 1977) aparece como una reformulación del pluralismo clásico, constituyendo una respuesta más radical a las críticas recibidas por el segundo. Si bien comparte la importancia de la competencia entre grupos de interés, acepta que en forma frecuente algunos grupos llegan a dominar un área con el fin de imponer y mantener determinada política; reconociendo que las grandes empresas y corporaciones se encontraban muchas veces en posición privilegiada en relación a otros grupos y sobre el consumidor del mercado, ejerciendo control sobre las políticas públicas a través de la “persuasión, intercambio y autoridad”. Teniendo las empresas una comunicación fluida con los funcionarios que hace que sea más fácil para ellas influir sobre ellos que el resto de los ciudadanos.⁸

Las ventajas importantes del empresariado sobre el Estado muchas veces se obtienen sin que los primeros utilicen los habituales métodos de presión por que los funcionarios del gobierno actúan, casi siempre, teniendo en cuenta sus intereses antes que aquellos presionen. “Es necesario enfatizar que los empresarios generalmente ejercen control sin prestar atención ni esfuerzo, simplemente el empresario actúa bajo circunstancias en las que tanto ellos como el gobierno saben que una actividad continuada depende de indulgencias, beneficios, privilegios e incentivos a las empresas “(...), si los gobiernos proporcionan ventajas superiores el empresariado rendirá bien; sino la economía languidecerá”.⁹

Las empresas adquieren ventajas porque en un sistema de mercado estas toman muchas decisiones que son excluidas de las agendas gubernamentales,¹⁰ por lo que no existe un control democrático sobre temas fundamentales como la inversión y el empleo.

Las grandes corporaciones gozan de una posición privilegiada en las sociedades democráticas ya que tienen la responsabilidad de organizarlas económicamente. Para ello las empresas necesitan un conjunto de incentivos que deben ser provistos por el gobierno en forma de beneficios políticos o de mercado, que garanticen la rentabilidad y la prosperidad del sector privado.¹¹

⁶ Smith, M.; 1994, p.155

⁷ Zurbbrigen, C.; 2000, p. 10

⁸ Lindblom, Ch.; 1991, p. 98

⁹ Lindblom, Ch.; 1991, p. 99

¹⁰ Smith, M.; 1994, p. 160

¹¹ Zurbbrigen, C.; 2000, p. 7

En el sistema de control y propiedad de las empresas se gestan una importante variedad de desigualdades, las cuales ponen en peligro el crecimiento de las libertades políticas. Dice Lindblom que “La desigualdad fundamental en la formulación de políticas públicas, entre decisores de políticas y ciudadanos, se duplica en el sistema de mercado. Aquí, no menos que en el gobierno, una decisión fundamental separa a la elite de los negocios de la gran masa”¹²

Según Held la teoría democrática se encuentra frente a un desafío mucho más complejo de lo que creyeron los pluralistas clásicos: “Los representantes políticos encontrarán extremadamente difícil, sino imposible, seguir los deseos de un electorado comprometido con la reducción de los efectos adversos en la democracia y en la igualdad política del capitalismo corporativo. La democracia está inmersa en un sistema socio económico que garantiza sistemáticamente una “posición privilegiada” a los grandes intereses”.¹³

Los grupos de interés no son todos iguales, ni el Estado un árbitro neutral de todos los intereses. Se debe tener en cuenta la desproporcionada influencia que ejercen las corporaciones económicas sobre el Estado influyendo con gran peso sobre los resultados de la democracia. Los representantes políticos y los funcionarios pueden transformarse en poderosos grupos de interés. “Los políticos democráticos no sólo se ocupan de satisfacer las demandas de los grupos de la sociedad civil, sino también desarrollar las estrategias políticas para situar determinados asuntos en la agenda a expensas de otros; de movilizar o minar determinados sectores de la comunidad, de satisfacer o ignorar determinadas demandas; y de construir o quitar importancia a cuestiones electorales”.¹⁴

Entre las asociaciones formales y la acción individual, el lobby empresarial toma actitudes diferentes y tiene distintos grados de incidencia sobre la formulación de políticas públicas.

Cada vez menos la sociedad civil interviene en el control sobre política económica, este proceso y la elaboración de políticas dependen cada vez más de “formación de consenso” dentro del sistema político. Los controles directos son muchas veces remplazados o complementados por la negociación política de los gobiernos con los grandes grupos de interés, lo que sería la búsqueda de consenso corporativista. En cuestiones globales, y también en políticas específicas, la presencia de formas de intermediación corporativa puede condicionar la clase “de participación e influencia de los diversos grupos de interés.”¹⁵

Concepción marxista. El rol central de los capitalistas.

EL marxismo, en sus diferentes versiones, hace especial hincapié en el condicionamiento que los empresarios le imprimen a las decisiones estatales.

En la visión de Miliband (1969) la presencia de un gran campo de poder económico

¹² Lindblom, Ch.: 1991. p. 94

¹³ Held, D.: 1991: p. 245

¹⁴ Held, D.: 1991. p. 247

¹⁵ Vigueras, A.: 1998. p.25

independiente, generado por el control privado de los recursos comerciales, industriales y financieros concentrados, es una realidad que ningún gobierno puede desconocer al proponerse definir sus políticas públicas. El control ejercido por los hombres de negocio sobre importantes esferas de la vida económica dificulta a los gobernantes la realización de políticas que contradigan los intereses de estos grupos. El mundo de los negocios, por la naturaleza misma del sistema capitalista, está en mejor situación que cualquier otro grupo de presión para lograr que el Estado adopte políticas que favorezcan sus intereses.¹⁶

Miliband argumenta que en la actualidad no sólo se deben tener en cuenta los centros de poder económicos nacionales, sino que tienen mucho mayor peso en el momento de la elaboración de las políticas el poder y las presiones de intereses extranjeros: “(...) grandes empresas extranjeras y gobiernos extranjeros, bancos centrales, finanzas internacionales privadas, organizaciones oficiales de crédito internacional, como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, o con una formidable combinación entre ellos”.¹⁷

Una visión diferente dentro del marxismo es la que aporta la teoría de la “dependencia estructural del Estado respecto al capital” (Block, 1977; Offe, 1990; Lindblom, 1977) incorporando el rol de los actores económicos y políticos y su interacción mutua. Su supuesto básico es que “la clase dominante no gobierna”; hay una “división del trabajo” entre capitalistas y “gerentes estatales” en los que son estos los encargados de asegurar la reproducción del orden social.¹⁸

A pesar de la separación de la propiedad privada de los medios de producción y el poder político, necesario para que existan los mercados, el Estado se ve obligado a satisfacer los intereses de la burguesía ya que la propia existencia del gobierno depende de que exista un importante y creciente nivel de actividad económica. Por lo que los gobiernos deben evitar las políticas que perjudiquen los intereses empresariales así como impulsar las que los favorezcan (Vigueras, 1998)¹⁹.

Según la visión de este autor a esto se debe agregar que el poder estructural no está distribuido en forma igualitaria entre los empresarios que pueden tener una mayor o menor fuerza para influir sobre los resultados globales de la actividad económica.²⁰

La posición privilegiada de los capitalistas ayuda a entender por qué ciertos temas que afectan los intereses de los empresarios son sacados de la agenda, pero no tanto a comprender el contenido de las políticas que finalmente se adoptan.

¹⁶ Miliband, R.: 1997, p.142

¹⁷ Miliband, R.: 1997, p.147

¹⁸ Vigueras, A.: 1998, p.14

¹⁹ Vigueras, A.: 1998, p.14.

²⁰ Vigueras, A.: 1998, p.17

1.2.- La importancia de los agentes e instituciones estatales en la elaboración de políticas.

Desde otro ángulo de análisis tenemos los enfoques “estadocéntricos” donde se vuelve protagónico el rol de los agentes e instituciones estatales. Esta perspectiva ha introducido con fuerza en el análisis político la idea de la autonomía del Estado.

Para pensar la potencial autonomía del Estado es necesario tener en cuenta dos dimensiones fundamentales: en primer lugar el rol de los agentes estatales y en segundo lugar la influencia que las organizaciones estatales en sí mismas ejercen sobre los procesos económicos, sociales y políticos.

Autores como Skocpol (1985) definen el Estado como autónomo cuando los funcionarios son capaces de formular sus propios objetivos y de implementar las políticas que de ellos derivan, aun contra la oposición de intereses sociales contrapuestos a las mismas.²¹

Intereses propios de los políticos

La corriente llamada de la “elección pública” analiza el Estado como una entidad que actúa de acuerdo a sus propio intereses, identificando a los agentes estatales como maximizadores de los mismos. Las preferencias por determinadas políticas estaría explicada en función de los “intereses societales” a la que los actores políticos procuran atender a cambio de votos y apoyo.²²

Una visión más amplia, pero en la misma dirección, la aporta Bárbara Gueddes (1994; 8) señalando la necesidad de nuevas teorías en las que las acciones gubernamentales autónomas no sean vistas como anomalías, sosteniendo que el contenido de las decisiones estatales son el resultado de los intereses de los burócratas y políticos por permanecer en sus cargos y progresar en sus carreras políticas.²³

El papel de las ideas.

Muchos autores han analizado el rol de las ideas a la hora de la elaboración de determinadas políticas. La incidencia de la ideología en la elaboración de políticas públicas no está en duda, lo que queda por determinar es en que grado esta incide.

Autores como Hecho (1979) dirigen su análisis al peso que tienen las ideas sobre políticas pasadas y las que se incorporan a partir de nueva información sobre la elección de nuevas políticas. “Saber lo que es correcto se convierte en un punto crucial y, dado que nadie sabe exactamente qué es lo correcto, se vuelve decisivo el proceso de comunicación con lo expertos reconocidos y conocedores de la cuestión, que se mantienen constantemente informados e interesados”.²⁴

²¹ Skocpol, T.: 1989, p. 87

²² Viguera, A.: 1998, p. 32

²³ Viguera, A.: 1998, p. 33

²⁴ Hecho, H.: 1991, p. 265

En este mismo sentido algunos teóricos (como Denzau y North, 1994) sostienen que las políticas no surgen de la nada sino que existen políticas, instituciones e ideologías que la preceden.²⁵

Hall agrega la idea de “policy paradigms” que es la incorporación de “marcos interpretativos” que definen los objetivos y estrategias de las decisiones políticas. Estos “marcos interpretativos” (paradigmas) no solo influyen sobre los burócratas o políticos sino también en la propia sociedad civil. Por lo que un grupo formará parte de una institución dentro del gobierno, si acepta determinadas “reglas de juego”, y comparte la ideología de los actores dominantes.²⁶

Redes de relaciones.

Si bien el “autointerés” de los políticos y burócratas y el papel de las ideas muestran como pueden surgir desde el Estado formulación de políticas, esto en lugar de excluir del análisis las presiones y demandas de los grupos sociales las introduce desde otra perspectiva.

Otras miradas analíticas ubican el resultado de la políticas como “policy networks” (redes centradas en políticas). En que medida las demandas de los grupos de la sociedad sean oídas por los agentes políticos es una cuestión que varía de acuerdo a diversas circunstancias, como son el contexto histórico, ideológico e institucional en que las políticas se elaboran.²⁷

Por último entre las condiciones y desafíos que se le presentan a los agentes estatales se encuentran los “factores externos” como son la deuda externa y las exigencias del contexto productivo y comercial internacional respecto a las políticas a seguir para una posible inserción en el mismo.

Antes de terminar parece fundamental una breve revisión sobre la bibliografía nacional sobre los empresarios y su acción colectiva, donde encontramos que aparte de los estudios elaborados desde una perspectiva marxista (Trías, Stolovich), y dependentista (De Sierra) se han realizado abordajes donde se destaca la importancia de los atributos del sistema político, como la centralidad del Estado y los partidos políticos (Filgueira 1988, 1989, Caetano, 1992 Lanzaro, 1992).²⁸

1.3.- Concluyendo...

La breve revisión de algunas de las posturas analíticas realizadas hasta aquí muestra la importancia de las mismas como herramientas de análisis, compartiendo la visión de Morán y Benedicto de que “Cada día resulta mas evidente la necesidad de que el estudio de las

²⁵ Viguera, A.: 1998, p. 35

²⁶ Zurbriggen, C.: 2002, p. 14

²⁷ Zurbriggen, C.: 2000, p. 14

²⁸ Zurbriggen, C.: 1998, p. 3

relaciones entre la política y la sociedad se aborde desde una perspectiva multidimensional y mutidisciplinaria”²⁹.

Con el fin de intentar observar esta nueva forma de accionar de las gremiales empresariales que representa a las Pymes usaremos fundamentalmente como herramienta de análisis la visión neopluralista, donde el poder de las grandes empresas y corporaciones, en su relación con el Estado, se encuentran en posición privilegiada frente a otros grupos de la sociedad.

²⁹ Benedicto, J. y Morán, M.; 1995, p. 28

2.- HIPERMERCADISMO EN EL URUGUAY

Para ubicarnos en el tema es necesario repasar brevemente la historia de este tipo de emprendimientos en nuestro país, que ayudará a entender como se llega a la situación de desequilibrio que afecta a parte importante de los micro, pequeños y medianos empresarios y que dio lugar a los reclamos de las gremiales empresariales que vamos a estudiar.

Algunas de los establecimientos comerciales de grandes superficies³⁰ comienzan a surgir a comienzo de los años sesenta, ofreciendo una nueva forma de comercialización que implicó cambios de costumbres para los consumidores, proveedores y el resto del comercio mayorista y minorista.

Utilizando la técnica del autoservicio y con un área mayor a la habitual, concentró un número importante de bienes destinados a la comercialización en un único local físico, resultando cómodo y atractivo para los consumidores, estimulando la compra por impulso al mostrar la mercadería de forma “estudiada” y sin intermediarios con la misma.

Este tipo de comercio creció rápidamente formándose grandes cadenas de supermercados, significando una importante atracción comercial para los proveedores de bienes por los volúmenes de ventas y por la seguridad en el pago que ellas representaban.

Así el supermercadismo fue logrando un posicionamiento que le permitió captar un número importante de operaciones, atrayendo a una masa significativa de consumidores, así como también paulatina y paralelamente se iría poniendo en una posición “cautiva” a muchos de sus proveedores, creándose una subordinación rígida y difícil de prescindir a medida que estos vínculos comerciales se fueron consolidando.

2.1.- El supermercadismo en los años 90

Es en los años 90 cuando el fenómeno de las grandes superficies adquiere fuerza apareciendo grandes supermercados en mucho de los barrios montevideanos y en algunas ciudades del interior del país, creciendo algunos de los grandes comercios ya existentes como Ta-Ta, Tienda Inglesa, Disco, Devoto y surgiendo otros nuevos como es el caso de Multiahorro y Jopito entre otros. Algunos de estos emprendimientos al principio integrados por capitales nacionales fueron pasando en estos años a manos extranjeras.³¹

³⁰ Como definición de **establecimientos comerciales de grandes superficies** tomaremos lo que establece la ley 17.188: “Quedan comprendidos los establecimientos comerciales de grandes superficies que consten de un área destinada a la venta al público, de un mínimo de 300 m2 excluyéndose a los comercios de prestación de servicio”.

³¹ Bittencourt G. Domingo R.: 2001, p. 266. Dice que la mayor transnacionalización del sector comercio se produce en la segunda mitad de la década (del 90) cuando las inversiones en este sector superan los 700 millones de dólares.

En 1996 Exxel Group³² adquirió la cadena de supermercados Norte (la tercera en importancia en la Argentina) comenzando en la región una secuencia de inversiones en el área del supermercadismo, entrando en una fuerte competencia con otros grupos económicos extranjeros por el control de un mercado en muy rápida expansión.

En 1997 supermercados Discos, empresa formada hasta ese momento por capitales nacionales, se asocia con el grupo Casino, una multinacional supermercadista francesa, poseedora de más de 400 supermercados, más de cien hipermercados y 2.200 tiendas de alimentos en todo el mundo.

A partir de esta fusión se forma una nueva empresa Uruguay S.A. de Grupo Disco que construirá el centro comercial Parque Roosevelt, denominado Hipermercado Géant.

En 1998 supermercado Devoto, también hasta ese momento una empresa constituida por capitales nacionales, es adquirida por Exxel Group y en 1999 suma a la cadena los supermercados Dumbo, antes propiedad de la firma Disco.³³

En junio de 2000 se vende el 96% de la firma Devoto Hermanos, en poder de Exxel Group, a la sociedad Casino - Disco concentrando el 61% del comercio del mercado de grandes superficies con una facturación del orden de los 500 millones de dólares. En Uruguay los supermercados representan el 36% de las ventas minoristas.³⁴

2.2.- Nuevas reglas de juego.

El peso que han adquirido en el Uruguay las cadenas supermercadistas no sólo está asociado a novedosas formas de comercialización sino que además pone en evidencia enfrentamientos, falta de normativas y nuevas reglas de juego para el empresariado de nuestro país.

La expansión de estas cadenas ha afectado tanto al comercio minorista como a los proveedores visualizándose “(...) una fuerte modificación de las relaciones entre los integrantes de la cadena de distribución (lucha por la supervivencia entre las pequeñas unidades de comercialización, mal llamadas “minoristas” y los supermercados) y entre este canal y sus proveedores (canal de suministro)”³⁵.

Debido a la gran cantidad de artículos que comercializan, las grandes superficies, se han convertido en competidoras de un importante número de comercios que antes no competían

³² Exxel Group es un grupo de inversión constituido por capitales fundamentalmente estadounidenses. Semanario “Brecha” 22 - 2 - 2002 p.20

³³ Además de los supermercados Devoto y Dumbo Exxel Group es propietario de la empresa de panificación Fargo; Freddo; de la Tarjeta Mastercard Uruguay; Clearing de Informes; la firma de logística IOSC y Tiempost. Diario “El País” 1 de julio de 1999, p.27

³⁴ Los datos fueron extraídos del semanario “Brecha”. Articulista Federico Leycht. “ESTRAGOS DEL MONOPOLIO DEL CONSUMO” “La supervivencia en la era del supermercado” 22 de febrero de 2002. p. 20 y 21

³⁵ Martínez Blanco, C.: 2001. p.49

entre sí. Con formas nuevas de comercialización, el uso de avanzada tecnología, la publicidad y el marketing, y con una fuerte presencia mediática se han ido apropiando de un sector de la demanda.

Frente a esto parte del comercio minorista tradicional se vio obligado a reformular sus propuestas de comercialización adoptando ellos mismos la modalidad del autoservicio, especializándose en áreas determinadas o formando cadenas de compras para la obtención de mejores precios.

La entrada del supermercado a la plaza uruguaya permitió “disciplinar” los precios haciendo que los comerciantes tradicionales ajustaran los suyos, esto lo realizan los supermercados, no bajando sus márgenes de comercialización, que son muy superiores a los de otras economías, sino utilizando el “poder de compra” reduciendo por esa vía el margen de ganancia de sus proveedores.³⁶

La relación entre los proveedores y los grandes supermercados se fue complejizando cada vez más saliendo de los límites de la simple relación de compra - venta de una transacción normal volviéndose muchas veces conflictiva.

Es importante tener en cuenta que nuestro país no presentaba ningún tipo de barrera para el ingreso a este sector, sino por el contrario el establecimiento de estos emprendimientos contó muchas veces con importantes exoneraciones fiscales. Es recién a partir de setiembre de 1999, y como resultado de las actuaciones del sector que nos ocupa, que se comienza a modificar el escenario con la aprobación de la Ley N° 17.188³⁷ que somete a la consideración de una Comisión Departamental la instalación de nuevos hipermercados.

3.- IMPORTANCIA DE LAS PYMES³⁸ EN URUGUAY

Desde distintas tiendas se resalta la importancia de las Pymes como herramientas de desarrollo. A nivel internacional y local el tema adquiere relevancia dedicándoseles importante apoyo para su consolidación.

En nuestro país las mismas constituyen mas del 99% de las unidades económicas, ocupando solo un 0.6% la gran empresa, empleando el 66.8% de la mano de obra ocupada³⁹. En el Uruguay existen 197.000 pequeñas y medianas empresas.

³⁶ Martínez Blanco. C.; 2001, p. 53

³⁷ Ver anexo

³⁸ Cuando nos referimos a PYMES lo hacemos acudiendo a las tres categorías: micro, pequeña y mediana empresa, ya que no encontramos abreviatura que abarcara a las tres, pero el trabajo si refiere a ellas.

³⁹ Informe de DYNAPYME Estructura de la empresas PYMES en el Uruguay. [Http://dinapyme - redsur mailcom.net/cstr.htm](http://dinapyme-redsur.mailcom.net/cstr.htm). Ver anexo. Consultado un funcionario de las oficina de la Dirección Nacional de la Pequeña y Mediana Empresa nos informa que no existen nuevos estudios acerca de la cantidad de Pymes en el Uruguay, presuponiendo la Dirección, que estos valores se mantuvieron porcentualmente hasta la crisis económica de junio de 2002.

El Decreto N° 54 / 92 del 7 de setiembre de 1992 y N° 266 / 95 del 19 de julio de 1995 establece que se considera Micro Empresas aquellas que emplean de 1 a 4 personas; Pequeña Empresa las que emplean entre 5 y 19 personas y como Mediana Empresa aquellas que ocupan entre 20 y 99 personas, entre otra consideraciones.⁴⁰

En 1999 según datos extraídos del diario “El País” existían 1.100.000 trabajadores con historia laboral que aportaban al Banco de Previsión Social, de las cuales 734.800 personas pertenecían a una de estas categorías. En el caso exclusivo de la mediana empresa, las mismas emplean a 220.000 personas. Estas cifras nos muestran la importancia de dichas empresas en nuestro país.⁴¹

Según documentos de las gremiales empresariales que representa a las Pymes afectadas⁴² y artículos de prensa⁴³ las gremiales movilizadas, tras el reclamo de una regulación sobre nuevos proyectos de grandes superficies comercializadoras en el Uruguay, nuclean a 150.000 empresas y emplean a 600.000 personas.

Las Pymes afectadas por este nuevo fenómeno pertenecen a sectores diversos de la economía nacional como son la de los comerciantes, tanto mayorista como minorista, industriales, transportistas, productores hortifrutícolas y de la agro industria nacional.

4.- LAS GREMIALES EMPRESARIALES EN URUGUAY

El accionar de las gremiales que representan al empresariado uruguayo tiene características propias que hacen imprescindible repasar cual ha sido su desempeño y su relación con el Estado y la clase política a través del siglo XX, así como también las nuevas formas de comportamiento que surgen a fines de la década del noventa y comienzo de este siglo y que involucran a una parte importante del empresariado uruguayo.

4.1.- Características generales

Las gremiales empresariales, como objeto de estudio, han tenido poco abordaje en las ciencias sociales en Uruguay. Recién a partir de los años 80 el tema adquiere relevancia y comienzan a surgir diversos trabajos de corte académico.

Las mismas se han caracterizado por la dispersión y abundancia de organizaciones gremiales, superponiéndose muchas veces en la representación de diversos sectores, siendo hasta entrada la década de los noventa pocos frecuentes los intentos de coordinación o de formación de

⁴⁰ Ver anexo.

⁴¹ Diario “El País” 17 - 9 - 1999, p. 7

⁴² Documentación aportada por la Asociación de Kioscos del Uruguay

⁴³ Diario “El País”: 31 - 06 - 1999

intergremiales.

Una característica relevante de las organizaciones gremiales del sector privado de nuestro país es que las asociaciones sectoriales que representan a los sectores mayores de la economía (ganadería, industria, comercio, etc.) han mantenido un rol protagónico a lo largo de la historia monopolizando la representación de intereses diversos y hasta a veces antagónicos.

El peso relevante del Estado uruguayo marca el accionar de las cámaras empresariales que reivindicaron por lo general políticas específicas del sector. Esto lo reconocen fundamentalmente los integrantes del empresariado que afirman que el Estado tuvo, en el modelo de sustitución de importaciones, una fuerte y creciente intervención en la economía y en toda la sociedad.⁴⁴

La incidencia de los representantes del empresariado sobre los miembros del Poder Ejecutivo, la Administración y el Poder Legislativo (sobre este último en menor medida), la relación con los partidos, “la red de clientelas”, los contactos personales fueron, características dominantes del sector empresarial.

Como dice Zurbriggen (1999) “El lobby político, el contacto directo y confidencial de los dirigentes de las organizaciones con los tomadores de decisión en el gobierno, la presión por determinadas políticas puntuales fueron los componentes predominantes del accionar colectivo empresarial”.⁴⁵

Las gremiales empresariales, exceptuando a los sectores rurales, tuvieron en el país poca visibilidad, sin grandes demostraciones públicas, teniendo una actuación discreta a nivel social y en su accionar colectivo. Teniendo a su vez poca afición por la actuación gremial ya que disponen de otras formas de presión que tienen su origen en los medios económicos, las vinculaciones que poseen con los partidos y las ventajas que los empresarios logran articular a nivel personal. “La reproducción de la “partidocracia” en el sistema uruguayo, el régimen “abierto” de intermediación que estos cuerpos patrocinaron a lo largo de la historia y el entrelazamiento de la clase política y las clases empresariales - las mallas de “cercanías” y la propia facilidad de comunicación en una “polis” tan menuda, de costumbres provincianas - contribuirán también a explicar ese bajo perfil, en convocatoria, en audiencia, en el porte público que se le reconoce usualmente a las cámaras gremiales”.⁴⁶

Las cámaras empresariales no desarrollaron un poder de liderazgo y sus acciones no llegaron mas allá del veto. Estas han demostrado mucho mas eficacia en contrarrestar iniciativas puntuales o en trabajar por objetivos que favorezcan a su sector que a respaldar políticas públicas verdaderamente alternativas.⁴⁷

⁴⁴ Zurbriggen, C.; 1999

⁴⁵ Zurbriggen, C.; 1999

⁴⁶ Lanzaro, J.; 1992. p.58

⁴⁷ Caetano, G.; 1992. p.26

Ya sea como “grupos de presión” o participando sus dirigentes directamente en la toma de decisiones en lugares estratégicos del aparato estatal, las agremiaciones empresariales no fueron más allá de su intervención sobre políticas sectoriales. Como dice Caetano “(...) acompañando sin mayores “autonomías” y tensiones - el itinerario y la evolución general del sistema político”⁴⁸

4.2.- Algunas consideraciones sobre la actualidad

A finales de los noventa aparecen algunos cambios en el accionar de las agrupaciones empresariales que abren un signo de interrogación sobre el futuro de su derrotero.

En primer lugar el empresariado rural sale de su cause normal de protesta a través de sus organismos representativos tradicionales como son la Asociación Rural y la Federación Rural para reclamar por sus intereses frente a la grave crisis del sector.⁴⁹

En segundo lugar en las elecciones del BPS los pequeños empresarios (el comercio, las pequeñas empresas, el agro y el cooperativismo de todo el país) reclaman la “necesidad de participar en el diseño y aplicación de las políticas de previsión social” no aceptando ser representados por el candidato designado por el Poder Ejecutivo propuesto por las cámaras madres.⁵⁰

Y en tercer lugar, el caso que nos ocupa, frente a la instalación de grandes superficies comerciales el micro, pequeño y mediano empresariado, que ve afectado sus intereses, sale a la arena pública, a través de las organizaciones que lo representan, a efectuar sus reclamos.

Si bien es innegable la preponderancia del factor económico al menos en dos de los reclamos citados, no es menos cierto que nuevos fenómenos están apareciendo en el escenario político uruguayo.

Según Caetano, haciendo referencia a la protesta de los sectores rurales, esa variedad de respuestas y movilizaciones están influidas por otras causas relevantes. En el caso rural se puede verificar “(...) un relativo distanciamiento de sus dirigentes gremiales respecto a los partidos y de los sucesivos elencos gobernantes (...) un creciente sentimiento “antipolítico” en el sector; una situación mucho mas abierta y dinámica en el seno mismo de sus organizaciones y agrupamientos (...) entre otros factores”⁵¹

Lo que está planteando diferentes posibilidades de relacionamiento y articulaciones entre nuevos actores que salen a la opinión pública con las viejas instituciones tanto públicas como privadas.

⁴⁸ Caetano, G.; 1992. p.26

⁴⁹ Caetano, G.; 2000. p.221

⁵⁰ Senatore, L. y Zurbriggen, C.; 2001

⁵¹ Caetano, G.; 2000. p. 221

5.- ORGANIZACIONES GREMIALES QUE REPRESENTAN A LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

A pesar de la importancia que se le atribuye, el pequeño y mediano empresariado de nuestro país encuentra múltiples obstáculos para su desempeño, el aislamiento que dificulta la toma acertada de decisiones debido a la falta de información, una gran fragilidad en su relación con el mercado, dificultades para acceder al crédito, problemas de relación con la administración pública, dificultad de constituir un espacio de representación política, informalidad.⁵² Por lo que la agremiación se vuelve un requisito imprescindible para hacer conocer sus necesidades, su problemática, buscar las soluciones correspondiente, e influir en la elaboración de políticas favorables al sector.

En consecuencia repasaremos cuales son las agrupaciones que representan a la micro, pequeña y mediana empresa que hicieran público su reclamo, con las singularidades que se registran en nuestro país⁵³.

5.1.-Gremiales que representan a la micro, pequeña y mediana empresa del sectores de la industria y comercio en el Uruguay.

Alguna de las agrupaciones tienen una larga trayectoria en el Uruguay, como Cambadu (Asociación de Almaceneros, Minoristas, Baristas y Afines del Uruguay) que agrupa a un importante número de pequeños empresarios relacionados con el comercio. Así como otras agremiaciones: Asociación de Baristas del Uruguay; Unión de Vendedores de Carne; Asociación Nacional de Carniceros; Unión de Vendedores de Nafta; Asociación de Feriantes; Asociación de Quinielas y Subagencia de Quinielas; Centro de Panaderos del Uruguay; Cámara Uruguaya de Fabricantes de Pastas; etc. Estas agremiaciones no forman parte de ninguna de las organizaciones tradicionales del empresariado.⁵⁴

En 1988 un grupo de micro y pequeños empresarios crean su asociación: ANMYPE (Asociación Nacional de Micro y Pequeña Empresa) asistida por organizaciones no gubernamentales de carácter solidario.⁵⁵ Esta asociación tiene como fin representar los intereses colectivos de las micro y pequeñas empresas de los sectores de la industria, comercio y prestación de servicios, mediante la acción gremial “apoyando la creación de condiciones apropiadas para su desarrollo”. La misma afilia a personas que desarrollan una actividad

⁵² Arocena, J.: 1990, p.9

⁵³ Centraremos fundamentalmente nuestra atención en las agrupaciones gremiales que representan a las Pymes en el sector de la industria y el comercio, ya que si bien sectores rurales también se vieron afectados, no hicieron reclamos en forma pública.

⁵⁴ Zurbriggen, C.: 1999

⁵⁵ Arocena, J. 1990, p. 65

empresarial en uno de estos tres rubros, que trabajan solos u ocupan desde 1 hasta 20 personas.⁵⁶

Por otro lado existen algunas agrupaciones que sólo reúnen a pequeños comerciantes del interior del país como es el caso de CEDU (Confederación Empresarial del Uruguay).

Una nueva forma de articulación entre actores públicos y privados que aparece en los últimos años es la Red Pro Pymes que trata de impulsar la micro, pequeña y mediana empresa a través de la formación y capacitación de empresarios con ayuda desde el exterior.⁵⁷

A fines de la década de los noventa, y como resultado de las movilizaciones que estamos estudiando, se forma la **Intergremial de Comerciantes y Empresarios** que agrupa a un importante número de asociaciones como son: Asociación de Ferreteros, Bazaristas y Afines (AFBA); Asociación de Kioscos, Salones y Sub Agentes de Quinielas; Asociación Nacional de Micro y Pequeñas Empresas (ANMYPE); Cámara Nacional de la Alimentación; Cámara Uruguaya de Distribuidores de Alimentos y Bebidas (CUDAB); Cámara Uruguaya de Fabricantes de Pastas; Centro de Almaceneros Minoristas, Baristas y Afines del Uruguay (CAMBADU); Centro de Farmacias del Uruguay; Centro de Industriales Panaderos del Uruguay; Confederación de Confeiterías, Bomboneras y Afines; Confederación Empresarial del Uruguay (CEDU); Federación del Transporte de la Bebida (FETRABE) y Unión de Vendedores de Carne.

En la actualidad esta Intergremial a sufrido modificaciones en su integración retirándose CAMBADU; la Cámara Uruguaya de Distribuidores de Alimentos y Bebidas; la Confederación de Confeiterías Bomboneras y Afines y la Federación del Transporte de Bebidas, e ingresando el Centro de Autoservicios y Supermercados Uruguayos y la Unión de Barraqueros y Materiales de Construcción.⁵⁸

5.2.- Su relación con las Cámaras “Madres”⁵⁹.

La Cámara Nacional de Comercio y Servicios (CNCS)⁶⁰ así como la Cámara de Industrias del Uruguay (CIU)⁶¹ han realizado importantes esfuerzos para captar afiliados entre los pequeños y medianos empresarios ofreciendo diversos servicios, tanto en Montevideo como en el interior del país, dándose una de las singularidades antes marcadas representando una misma agrupación diversos intereses muchas veces contrapuestos entre sí.

⁵⁶ Senatore, L. Zurbriggen, C.; 2001

⁵⁷ De la página de internet de Red Pro PYMES PROYECTO DE COOPERACIÓN URUGUAYO - ALEMANA (GTZ) <http://www.ciu.com.uy/redpropymes/>

⁵⁸ Revista de la Asociación de Kioscos, Salones y Sub-Agentes del Uruguay; Año 11, N°119 – Octubre 2002

⁵⁹ Ver anexo

⁶⁰ Ver anexo

⁶¹ Ver anexo

Existen también algunas agrupaciones que representan al pequeño y mediano empresariado pero que a su vez se encuentran afiliada a las organizaciones madres como es el caso de ACdU (Asociación Comercial del Uruguay).

LIDECO (Liga de Defensa Comercial) agrupa también a un número importante de empresas de diferentes tamaños.

Como podemos ver existen una gran cantidad de entidades gremiales que representan a las micro, pequeña y mediana empresa con muchos interlocutores; sin una organización en el ámbito nacional que represente a todo el sector y con las cámaras “macrosectoriales” intentando captar “afiliados e influencias políticas” entre las Pymes.⁶²

Finalmente, y debido a la situación económica por la que atraviesa el país, 24 gremiales empresariales, con la ausencia de las gremiales de segundo orden, se agrupan integrando la “**Concertación para el Crecimiento**”⁶³ para el reclamo de temas generales como los que se realizaron el 16 de abril de 2002 en el Obelisco.

6.- HIPÓTESIS DE TRABAJO Y ALGUNAS CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS.

El objetivo del presente trabajo es, como ya señalamos, analizar el comportamiento de las gremiales empresariales que representan a la micro, pequeña y mediana empresa, afectada por la nueva coyuntura, y su incidencia en la elaboración de políticas públicas que atiendan la nueva problemática del sector.

Los aportes teóricos y la información con que contamos nos permiten plantear una hipótesis de trabajo: las gremiales que representan a los sectores afectados por la implantación de grandes superficies comercializadoras, han salido a reclamar por políticas que los protejan, apartándose de su comportamiento histórico, pese a esto los logros no han sido significativos, lo que habla de que su influencia es relativa a la hora de la elaboración de políticas públicas frente al de las grandes empresas.

Para recabar los datos que nos permitan poner a prueba nuestra hipótesis recurrimos a metodologías de tipo cualitativo.

En primer lugar usamos técnicas de investigación documental. El caudal de información aparecida en la prensa (oral y escrita), las reproducciones taquigráficas de las reuniones llevadas a cabo en las Comisiones pertinentes de la Cámara de Representantes que contaron con la presencia de dirigentes gremiales de diversos sectores (así como la elocuencia de la ausencia de otros en las distintas instancias de discusión), fueron fuentes imprescindibles de

⁶² Zurbriggen, C. 1999

⁶³ Ver anexo

análisis; datos de información secundaria valiosa que nos permitió desarrollar nuestro trabajo. En segundo lugar realizamos entrevistas a informantes calificados, los cuales seleccionamos por su alta vinculación con el tema. Las mismas las realizamos siguiendo la técnica de entrevista de carácter semi estructurado.

7.- EN BUSCA DE UN MARCO LEGAL

Las gremiales empresariales se movilizaron reclamando la aprobación de una ley que ellos mismo elaboraron, basándose en el derecho comparado con otros países pioneros en este tipo de leyes como Francia, España y Argentina, que intenta regular la instalación de las grandes bocas comercializadoras.

Dicha ley es la N° 17188⁶⁴, promulgada el 20 de setiembre de 1999, que reglamenta la instalación de nuevos emprendimientos de grandes superficies, sometiendo su apertura al análisis por parte de una “Comisión Departamental de Protección de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Comercial y Artesanal”⁶⁵. Esta Comisión actúa en forma autónoma de las autoridades municipales, evaluando la conveniencia del proyecto y su impacto tanto desde el punto de vista urbanístico y ambiental como en el entramado comercial, aconsejando la conveniencia o no del proyecto. Cabe mencionar que las resoluciones de la comisión no obligan a las autoridades municipales⁶⁶.

El mismo día 20 de setiembre de 1999 se aprobó la ley reguladora de “**las Relaciones de Consumo**” donde en varios capítulos se redacta una serie de deberes y obligaciones empresariales. Según Dr. Martínez Blanco a partir de su promulgación “Muchos malos hábitos y prácticas comerciales, deben de ser desterrados, corriendo en caso contrario sus autores el riesgo de ser sancionados administrativamente y de incurrir en responsabilidad patrimonial”⁶⁷.

Las reiteradas quejas de las gremiales que representan los intereses del pequeño y mediano empresariado, como así también la alerta que ocasionó la fusión de alguno de los mas importantes supermercados de plaza, son tenidas en cuenta en la primera Ley de Urgencia del nuevo Gobierno que comienza en marzo del 2000. Dicha ley fue aprobada el 29 de junio del mismo año y dedicó algunos artículos a las “**Normas de Defensa de la Competencia**”.

Al respecto el Dr. Martínez Blanco dice que “Con un sensible retraso de la región y del resto del mundo, se aprueba en nuestro país tres escasos artículos bajo un pomposo título de “Normas de Defensa de la Competencia”⁶⁸ Esta ley es la N° 17243.

El 21 de febrero de 2001 en la ley de presupuesto N° 17296 se incluyen otros dos artículos referidos al tema.

En la Comisión Especial para el Estudio de Soluciones Legislativas Referentes a la Libertad de Comercio en el Uruguay de la Cámara de Representantes, creada en el año 2000, y que

⁶⁴ Ver anexo

⁶⁵ En adelante solo la llamaremos “Comisión Departamental (del departamento correspondiente)”

⁶⁶ En este momento esta Ley (17.188) está siendo nuevamente reformulada en el Parlamento.

⁶⁷ Martínez Blanco, C.: 2001, p. 9

⁶⁸ Martínez Blanco, C.: 2001, p.9

estudia la **Regulación de la Competencia**, se presentaron durante el mismo año tres proyectos de ley. Uno de los proyectos fue presentado por la Intergremial de Pequeños Comerciantes y Empresarios, un segundo proyecto fue elaborado por diputados integrantes de la coalición de izquierda Frente Amplio - Encuentro Progresista y un tercer proyecto que surge de la Cámara de Industrias del Uruguay.

Este conjunto de leyes, así como el decreto N° 28.594⁶⁹ que suspende por 180 días la recepción de permisos de construcción o demolición relacionados con la instalación de establecimientos comerciales de gran superficie, creando una Comisión Especial a fin de estudiar las normas complementarias al uso no residencial del suelo y el decreto N° 29118 donde se aprueban dichas normas, pueden ser interpretados como el resultado de las movilizaciones del pequeño y mediano empresariado que analizaremos a continuación.

8.-**RECLAMOS DE LAS GREMIALES EMPRESARIALES**

A partir de 1998 la presencia en la prensa de diferentes agremiaciones que representan a la micro, pequeña y mediana empresa afectada, reclamando por protección para sus representados, comienza a ser notoria contrariando la visión de cuasi invisibilidad de este sector. Como dice Lanzaro “(...) es comúnmente aceptado que - sacando los núcleos de filiación rural - las asociaciones de este género tienen en el país un desempeño de perfiles bajos, marcado por un signo de opacidad. Por el tono discreto, “silencioso” como decía Aldo Solari - poco afecto a las figuraciones de opinión pública - que adoptan usualmente sus movimientos, pero también por la modestia del papel que desempeñan a nivel global de la sociedad, por la textura cultural y el paisaje político en el que se insertan; por los tipos concretos de accionamiento colectivo que desarrollan.”⁷⁰ En 1999, año electoral, su presencia en la prensa es frecuente tanto en audiciones radiales como en artículos de prensa.

8.1.- Cómo y quiénes reclaman.

Quienes salen a reclamar, en primera instancia, son: la Cámara de la Alimentación (la misma está formada por: el Centro de Industriales Panaderos; Unión de Vendedores de Carne; Cámara Uruguaya de Fabricantes de Pastas; Confederación de Confiterías, Bomboneras y Afines y Cambadu) y la Confederación Empresarial del Uruguay.

Estas gremiales junto con otras seis se agrupan frente a este nuevo fenómeno, contrariando su trayectoria histórica de desinterés por la actividad gremial formando la “Intergremial de

⁶⁹ Ver anexo

⁷⁰ Lanzaro, J.: 1992, p. 57

Comerciantes y Empresarios”.

Las otras gremiales intervinientes son la Asociación Nacional de la Micro y Mediana Empresa (ANMYPE); Asociación de Ferreteros Bazaristas y Afines; Asociación de Kioscos, Salones y Subagentes de Quinielas; Cámara Uruguaya de Distribuidores de Alimentos y Bebidas (CUDAB); Centro de Farmacias del Uruguay; y Federación del Transporte de la Bebida (FETRABE).

Rompiendo con su trayectoria histórica de “bajo perfil” en “convocatoria”, en “audiencia” y en “manifestaciones públicas” el día 3 de agosto de 1999 la “Intergremial de Comerciantes y Empresarios” realiza una asamblea abierta que convoca a un número importante de empresarios. El diario “El País” decía al respecto: “El sector de pequeños y medianos comerciantes se declaró en estado de alerta ante las dificultades que enfrenta para desarrollar su actividad. La decisión fue adoptada por una asamblea realizada en la sede de Cambadu de la que participaron 1.200 empresarios representando 12 gremiales”.⁷¹

En dicha asamblea se elabora una declaración exigiendo al Poder Legislativo una rápida respuesta “Exigir al Parlamento Nacional, la aprobación inmediata del Proyecto de Ley de regulación de establecimientos de grandes superficies radicado en la Comisión de Industria, Energía, Minería y Turismo de la Cámara de Representantes, máxime cuando a la fecha fueron realizadas innumerables gestiones ante los legisladores de todos los sectores políticos”. Ofrecen su apoyo a los organismos departamentales: “Apoyar a los organismos municipales de Montevideo y Canelones, en la concreción de la regulación definitiva sobre la instalación de grandes superficies que tienda a “equilibrar la desigualdad existente entre los comercios minoristas y los grandes emprendimientos financieros - comerciales, así como el impacto urbanístico y social que estos producen en distintas zonas”.

Y solicitan que se estudien políticas para el desarrollo de las Pymes: “Solicitar la definición de Políticas de Estado para la micro, pequeña y mediana empresa comercial y productiva en cada uno de los Programas de Gobierno de todos los partidos políticos”.

Advierten que de seguir el crecimiento de este fenómeno, no atendiendo el reclamo de dicha Asamblea, “se generarán monopolios que afectará la libertad de elección del consumidor. Igualmente, contribuirá como ha ocurrido en otros países a crear más marginación, a aumentar las desigualdades humanas con la posible desaparición de la clase media como estabilizadora social.”

La declaración final de la asamblea invita al empresariado involucrado a mantenerse atento:

“Convocar a esta Asamblea y a los pequeños y medianos empresarios en general, a un estado de alerta y movilización permanente, hasta que sean satisfechos nuestros reclamos”.⁷²

⁷¹ Diario “El País” Miércoles 4 de agosto de 1999, p. 14

⁷² Material proporcionado por la Asociación de Kiosco Salones y Sub Agentes de Quinielas del Uruguay; incluye un Video de la Asamblea realizada el 3 de agosto de 1999

Tradicionalmente las gremiales empresariales que representan al gran empresariado apoyaron las grandes líneas de la política económica del gobierno y fueron los voceros del empresariado en su totalidad, estando el pequeño y mediano empresariado supeditado a su representación. Por primera vez estos últimos efectúan sus reclamos sin el liderazgo de las cámaras “madres”, poniendo en evidencia que los pequeños empresarios son “actores específicos” con intereses diferentes al de la gran empresa⁷³, debiendo las mismas en algunos casos acompañarlos, presionadas por sus representados, como es el caso de la Cámara de Industrias o de la Liga de Defensa Comercial, o entrando en franca polémica como la Cámara de Comercio y Servicio del Uruguay.

*“Esta intergremial surge como consecuencia de la poca receptividad que encontraba el comercio tradicional en las cámaras madres, tanto en la Cámara de Industrias como en la Cámara de Comercio, cuando pretendimos regular la instalación de grandes superficies teniendo conocimiento de lo que estaba pasando en Europa y en otros países de América con este fenómeno”.*⁷⁴

La Cámara de Industria del Uruguay (CIU) sale, con reparos, en defensa de sus agremiados después que algunos de estos envían a la prensa comunicados que denunciaban lo que consideran condiciones de compra desleales por parte de los grandes supermercados, como es el caso de Canarias S.A. para su producto “Yerba Mate Canarias” y Frigorífico “Carlos Schneck”.

Al respecto uno de los dirigentes entrevistados decía:

*“(...) recién cuando comenzaron a morir los proveedores grandes, cuando comenzaron a tener problemas las empresas grandes nacionales, ahí dijeron: “¿qué está pasando?” Pero mientras todos los pequeños morían no les importó en absoluto, es mas ellos lo veían como una buena opción para vender (...) Esta es la visión que primó en la Cámara de Industrias en el arranque entonces no hubo eco para nuestros reclamos”*⁷⁵

En una mesa redonda realizada por el programa radial “En Perspectiva” el 31 de mayo de 2000 el Doctor Gustavo Ordoqui en representación de la Cámara de Industrias decía:

“Nosotros pasamos por una etapa de ilusión pensando que este tema se iba a autorregular con las propias fuerzas del mercado. Somos partidarios del libre mercado, o sea que si el mercado puede autorregularse sin intervenir legislativamente en él, es mejor”

Y agregaba:

“(...) No es que hace un año a la Cámara de Industrias no le importara el tema: tenía la ilusión de que llegara el autocontrol. Ese autocontrol no solamente no llegó, sino que

⁷³ Zurbriggen, C.: 1999

⁷⁴ Contadora Elvira Domínguez, Radio, “El Espectador”, programa “En Perspectiva” 31 - 05 - 2000. Internet <http://www.espectador.com/text/gdesup>

⁷⁵ Entrevista a dirigente gremial.

estamos viendo que se ha radicalizado más.

El ejemplo que está viviendo la industria respecto a lo que es comercializar con los grandes centros de poder es realmente dantesco”⁷⁶

En este mismo sentido la Liga de Defensa Comercial reclama, presionada por sus afiliados, pero haciendo hincapié en la importancia del libre comercio y la autorregulación de los mercados; las palabras de su subgerente son muy elocuentes al respecto:

“(…) LIDECO, en sus 85 años, siempre a bregado por la libertad de comercio y de los contratos. No obstante, cuando una de las partes es más débil o cuando no se respetan determinadas normas éticas y de convivencia, pensamos que debemos intervenir. Hemos recibido diversos pedidos de gremiales socios de la Liga para que intervengamos”.⁷⁷

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay en cambio pone distancia de los reclamos apareciendo pocas veces en la prensa refiriéndose al tema, y cuando lo hace es para fijar su posición en contra de las soluciones propuestas; señalando el presidente de la misma Victor Angenscheidt, al diario “Ultimas noticias”, que el único camino que el pequeño y mediano comercio puede seguir es la capacitación; expresando:

“¿Se olvidan como me llamo? No es con leyes que vamos a salvar nada, los caminos para competir son otros. La única salida es capacitarse y rápidamente porque les queda poco tiempo. Yo no les puedo decir a mis socios, no les puedo decir “cuidense que no les va a pasar nada” les tengo que decir la verdad, que si no cambian se van a fundir”.

En cuanto al perjuicio que los grandes establecimientos como los shopping o hipermercados ocasionan al pequeño comerciante, Angenscheidt expresó a “Ultimas Noticias” que:

“(…) eso es lo que quiere la gente y nosotros no podemos cercenarle sus derechos”⁷⁸

A pesar que la Cámara de Comercio cuenta entre sus afiliados a pequeñas y medianas empresas se opuso a la Ley, uno de los entrevistados nos decía:

“La Cámara de Comercio cuando salió la Ley, el presidente en ese momento Angenscheidt, tubo una crítica durísima hacia la misma, decía que era mas bien de un país totalitario prohibir algo, prohibir el comercio cuando tenían que estar todas las puerta abiertas”

Agregando mas adelante:

“(…) en la Cámara de Comercio sobre todo encontramos un enfrentamiento total”⁷⁹

Lo expuesto pone en evidencia nuevas formas de comportamiento de las gremiales que representan a las Pymes abandonando su tradicional “perfil bajo” para hacer conocer su problemática e incidir en las decisiones de políticas públicas; en segundo lugar, intentando coordinar esfuerzos en busca de una organización que agrupe a los sectores afectados; y en

⁷⁶ Gustavo Ordoqui, Asesor de la Cámara de Industrias del Uruguay. Radio “El Espectador”, programa “En Perspectiva” 31 - 05 - 2000 Internet

⁷⁷ Boris Martínez representante de LIDECO. Radio “El Espectador” 14 - 6 - 2000. Internet

⁷⁸ Diario “Últimas Noticias” 24 - 8 - 1999, p.3

⁷⁹ Entrevista a dirigente gremial.

tercer, lugar rompiendo el monopolio de representación mantenido históricamente por las cámaras “madres”.

8.2.-Reclamos al Estado

Las gremiales empresariales que representan a los sectores en conflicto salen de su habitual discreción como grupo de interés convirtiéndose en verdaderos grupos de presión⁸⁰ para intentar obtener soluciones legislativas y administrativas referidas al problema que están enfrentando, tratando ante todo de “(...) influir en política o promover sus ideas dentro de un contexto económico y político determinado, incidiendo en el proceso de toma de decisiones mediante su actuación sobre los poderes, ejecutivo, legislativo y/o judicial - directamente o a través de la opinión pública - para intentar moldear la formulación de políticas públicas y condicionar su implementación”⁸¹

Tomando el Estado como una “arena” en la cual dirimen los conflictos o como dice Vigueras un “arbitro neutral”⁸² las gremiales que representan a las Pymes reclaman por soluciones frente a la nueva realidad a que se encuentran enfrentadas.

Sus reclamos van orientados por un lado hacia el sector institucional: Poder Legislativo, Poder Ejecutivo e Intendencia Municipal de Montevideo. Por otro lado a la opinión pública, mediante una campaña de sensibilización, a los efectos de informar a los consumidores en general de la problemática que afronta este sector de las empresas uruguayas.

*“Debemos hacer un llamado de atención y a la responsabilidad tanto hacia arriba como hacia abajo y hacia el consumidor. Cuando digo “arriba” me refiero a la Cámara de Diputados, donde la ley se encuentra a estudio”.*⁸³

Sus propuestas no están dirigidas a la prohibición de la instalación de nuevos hipermercados sino a buscar que se estudie y se regule su instalación y que esto quede asegurado mediante una ley:

“Estamos reclamando que después de un año en la Comisión de Industria de la Cámara de Diputados se analice y promulgue una ley que no intenta prohibir la instalación de grandes superficies de venta, sino que pide se estudie su impacto, se analice su influencia en toda la zona donde se implanten y que se regule al respecto. No se aspira a prohibir porque consideramos que hay lugares donde estos emprendimientos pueden servir para dinamizar la

⁸⁰ Siguiendo la idea de Miguel Jerez: (1997, p. 297) en “LOS GRUPOS DE PRESIÓN” donde afirma que “(...) con frecuencia a los grupos de interés les resulta insuficiente el ámbito del sistema social, necesitando descender a la arena política para difundir y defender sus demandas y reivindicaciones con unas mínimas perspectivas de éxito”.

⁸¹ Jerez, Miguel: 1997, p. 297

⁸² Viguera, A.: 1998, p. 24

⁸³ Pablo Villar. Presidente de Anmype. Radio “El Espectador” programa “En Perspectiva” 04 - 08 - 99. Internet

*zona. Pero en la mayoría de los lugares donde se están implantando producen un desabastecimiento de la red existente”.*⁸⁴

Sus reclamos no son sólo del orden regulativo sino que piden igualdad de condiciones para competir, consideran que el desequilibrio no se da por la existencia de grandes supermercados, sino por la falta de igualdad en el trato impositivo existente. Como dice Lindblom los beneficios para las empresas se pueden dividir en dos categorías: “La categoría de mayor dimensión consiste en políticas sustantivas, útiles para las empresas - por ejemplo, la política de impuestos”.⁸⁵

“Tenemos que logra un equilibrio entre el restablecimiento de un aparato productivo nacional y toda una cadena de distribución y comercialización. Existen supermercados desde hace muchísimos años, no es un fenómeno de los últimos cinco o diez años; existe Devoto, Tienda Inglesa, existió Disco ... ¿Cuál era el problema que generaba en su momento?

*Era un competidor más. El tema es que cuando económicamente se van dando asimetrías cada vez mayores ya no estamos hablando de competencia leal o igualitaria, de igualdad de oportunidades para competir. Todos tienen tratamiento distinto desde el punto de vista estatal porque son emprendimientos que gozan de condicionantes, como esta declaratoria de interés nacional, de que no gozan la micro empresa ni el comercio minorista. Por otro lado tienen un poder de negociación y compra brutal”.*⁸⁶

El gobierno para incentivar a los grandes empresarios tiende a concederles ventajas impositivas. Las empresas actuarán “(...) sólo si son inducidas por los beneficios, ganancias o ventajas que se les ofrece”.⁸⁷ Las grandes superficies reciben importantes exoneraciones fiscales. No es claro para los representantes de los gremios en que consisten estas exoneraciones, al respecto uno de los entrevistados nos decía:

*“(...) dicen que se les hacen quitas pero nunca se sabe, por que eso es por una Ley, por una Ley que estaba vigente, pero hasta donde llega lo que el gobierno les quiere dar queda entre le gobierno y el que aporta, pero se que fue todo tipo de impuesto, todo tipo de impuesto, no pagaban nada”*⁸⁸

En la misma dirección van los reclamos efectuados desde un documento interno del empresariado de la industria: “(...) tan solo pretendemos un tratamiento comercialmente equilibrado, sin abuso de poder económico, y por sobre todo, con el respeto que merece

⁸⁴ Pablo Villar. Ibidem

⁸⁵ Lindblom, Ch.: 1991, p. 97 La segunda categoría referida, por este autor, consiste en los “arreglos organizacionales que permitan la participación de las empresas explícitas y directamente en el proceso de políticas públicas”.

⁸⁶ Pablo Villar, Ibidem

⁸⁷ Lindblom, Ch.: 1991, p.95

⁸⁸ Entrevista a dirigente gremial.

cualquier persona, sin que sean sometidos a discriminación por su posición económica mas débil. La experiencia vivida demuestra que se requerirá urgentemente de la sanción legislativa antimonopólica similar a la existente en los países más desarrollados del mundo”⁸⁹

Podemos constatar que los reclamos de las gremiales que representan a los sectores afectados siguen siendo dirigidos fundamentalmente al Estado, reivindicando políticas específicas a la problemática puntual que los afecta, incorporando a sus reclamos la “visibilidad” pública que contraría su accionar histórico.

8.2.1 Al Poder Legislativo

Los reclamos y las presiones de las gremiales empresariales van dirigidos fundamentalmente a la obtención de políticas que protejan al sector, frente a las nuevas formas de comercialización que se han venido desarrollando en el país. La “inegualdad” fundamental en la formulación de políticas públicas, entre decisores de políticas y ciudadanos, se duplica en un sistema de mercado. Aquí no menos que en el gobierno, una decisión fundamental separa a la elite de los negocios de la gran masa⁹⁰.

Como vimos son las propias gremiales quienes elaboran un proyecto de ley que pretende regular la instalación de grandes superficies.

La iniciativa fue elaborada por Cambadu, el Centro de Industriales Panaderos del Uruguay, la Unión de Vendedores de Carne, la Cámara Uruguaya de Fabricantes de Pastas, la Confederación de Confiterías, Bomboneras y Afines y la Confederación Empresarial del Uruguay. Dicho proyecto entra al Parlamento en agosto de 1998 y es presentado a través del diputado Jaime Trobo (Partido Nacional) ingresando para su estudio a la Comisión de Industria, Energía, Minería y Turismo de la Cámara de Representantes.

El lobby empresarial toma formas diferentes y tiene distintos grados de incidencia, sobre la elaboración de políticas públicas, según el tamaño de las empresas. Mientras que para la gran empresa “su comunicación es privilegiada y frecuente con los funcionarios” haciendo mas fácil la “persuasión que ellos ejercen”, las gremiales que representan a las Pymes afectadas deben hacer conocer su problemática ya que los legisladores la ignoran; dice uno de los dirigentes gremiales entrevistados:

“(…) comenzamos a trabajar el proyecto que habíamos armado pero no sabíamos que pasar. Y ahí empezamos a trabajar como hormiguitas, despacho por despacho de legisladores, a ver que pasaba, a concientizar del fenómeno”⁹¹

⁸⁹ “La relación industria nacional - supermercados: informe de circulación interna en el ámbito empresarial” radio “El Espectador” Internet. <File://C:\Mis documentos\Documentos\La industria nacional y los supermercados.htm>

⁹⁰ Lindblom.Ch.:1991. p.94

⁹¹ Entrevista a dirigente gremial..

Agregando:

“En un primer momento el fenómeno no se entendía en absoluto, estaban deslumbrados por el supermercadismo, nos escuchaban pero te dabas cuenta que no entendían los que les estabas diciendo, muy pocos, muy pocos realmente entendían lo que les estábamos queriendo decir y el fenómeno y la problemática que estábamos denunciando que iba a ocurrir”⁹²

En el mismo sentido otro de los entrevistados manifestaba:

“(…) la cuestión es que con mucho trabajo, con mucho despliegue de horas afectadas a esa tarea y mucha articulación con muchos legisladores, de alguna forma intentamos sensibilizar y sensibilizamos al respecto”⁹³.

La primera reunión de las gremiales con dicha Comisión se efectúa el 20 de octubre de 1998 concurriendo a la misma la Cámara Nacional de la Alimentación (con las gremiales que la integran), la Asociación de Ferreteros, Bazaristas y Afines y la Cámara Uruguaya de Distribuidores de Alimentos y Bebidas.

En dicha reunión los dirigentes gremiales presentan su proyecto de ley relativo a “Establecimientos Comerciales de Grandes Superficies Destinados a la Venta de Artículos Alimenticios y de uso Doméstico”.⁹⁴

El 14 de junio de 1999 varias gremiales⁹⁵ se reúnen nuevamente con la mencionada Comisión reclamando por soluciones y por la falta de receptividad que encuentran en los diferentes actores políticos. Decía al respecto el Presidente de Cambadu en dicha reunión:

“(…) hace tiempo que CAMBADU y la Cámara Nacional de Alimentación viene llamando a diferentes puertas: a los legisladores, a la de la gente del gobierno y a los partidos políticos. En general, creo que hubo una total conciencia de que hay que tomar cartas en el asunto porque esto es mas grave de lo que se supone. Teníamos la esperanza de avanzar en el tema que nos convoca porque se está demorando un poco su solución; cada día que pasa es un peligro mas que corremos. Los proyectos pendientes avanzan y va a llegar el momento en que si no le damos al empresario un remedio urgente va a ser peligroso”⁹⁶.

El día 9 de agosto de 1999 representantes de las diferentes gremiales son recibidos en una nueva instancia por la Comisión, presionando en busca de soluciones para el sector. Como dice Lindblom “Las empresas ejercen un control a través de la persuasión, intercambio y autoridad. Su comunicación privilegiada y frecuente con los funcionarios hace que sea más

⁹² Entrevista a dirigente gremial.

⁹³ Entrevista a dirigente gremial.

⁹⁴ En adelante “Establecimientos comerciales de grandes superficies”

⁹⁵ Las gremiales asistentes a la reunión de la Comisión de Industrias, Energía, Minería y Turismo son: la Cámara Uruguaya de Fabricante de Pastas; Centro de Industriales Panaderos del Uruguay; CAMBADU; Unión de Vendedores de Carne; Cámara Uruguaya de Distribuidores de Alimentos y Bebidas; Asociación de Ferreteros, Bazaristas y Afines y el Centro de Farmacias del Uruguay.

⁹⁶ Manuel Calvo, Presidente de Cambadu en la Comisión de Industria, Energía, Minería y Turismo, 11-06-1999

fácil la persuasión que ellos ejercen que los otros ciudadanos”⁹⁷

El Presidente de la Cámara de Industria, Energía, Minería y Turismo de la Cámara de Representantes decía:

“Por suerte hemos mantenido un fluido diálogo con los integrantes de esta Cámara (Cámara de la Alimentación) tanto en lo institucional - por medio de esta Comisión - como a través de los distintos contactos con miembros de esta Comisión han tenido con los miembros de esta Cámara”.⁹⁸

Pero el pequeño y mediano empresariado no tiene la posibilidad de ejercer su control “sin prestar atención ni esfuerzo” como manifiesta Lindblom, agregando que “Simplemente el empresario actúa bajo circunstancias en la que tanto ellos como el gobierno saben que una actividad continuada depende de indulgencias, beneficios, privilegios e incentivos a la empresa (...)”. Por el contrario, el micro, pequeño y mediano empresario, debe insistir para ser escuchados:

“Esperamos realmente que esta sea la última reunión en esta Comisión, por este tema. No es una amenaza sino, más bien, un ruego. Nos hemos visto tanto la cara, que parecería que estuviéramos repitiendo a este respecto.

Concurrimos con mucho gusto, porque siempre fuimos atendidos de una manera deferente, pero decimos con mucho respeto que hemos recorrido los caminos que nos fueron marcando sin protestar ni provocar ningún problema. Consideramos que hemos llegado a un punto que la situación es crítica”.⁹⁹

Los empresarios asistentes a la reunión le recuerdan a los legisladores el apoyo con que cuentan y la cantidad de empresarios que respaldan sus reclamos:

“Como todos saben hicimos una asamblea que fue multitudinaria: mil doscientos comerciantes estuvieron presentes. Esperamos que esta comisión, si es posible se expida con prontitud. No diría que este proyecto está en un cajón, porque nos consta que hemos tenido muchas reuniones y que se ha hablado mucho al respecto, pero consideramos que ya debería encontrarse en otro ámbito”.¹⁰⁰

La formulación de las políticas públicas está “especialmente controlada” por las empresas privadas: “(...) los cargos públicos deben escuchar a los empresarios con sumo cuidado; deben descubrir las necesidades de los empresarios incluso aunque éstos no se preocupen de manifestarse o hablar por sí mismos; deben dar a los empresarios lo que necesitan para motivar la producción, los puestos de trabajo y el crecimiento; y deben de esta manera darles

⁹⁷ Lindblom, Ch.: 1991. p.98

⁹⁸ Diputado José Carlos Mahía, Presidente de la Comisión de Industria, Energía, Minería y Turismo, Cámara de Representantes. 09 - 08 -99

⁹⁹ Manuel Calvo. Presidente de Cambadu en la Comisión de Industria, Energía, Minería y Turismo, Cámara de Representantes. 09 - 08 - 99

¹⁰⁰ Manuel Calvo. Ibidem

el derecho especial de consulta y participación real en el proceso de las políticas”¹⁰¹. El pequeño y mediano empresariado siente que sus reclamos no son tenidos en cuenta por los legisladores:

*“Con todo respeto y honestidad debo decir a los señores Diputados que considero que les ha faltado sensibilidad, porque este proyecto ha estado durante un año en este ámbito. Creo que no sería honesto de mi parte irme y decirle al señor Calvo afuera: no son sensibles ante nuestro reclamo. Porque ¿qué pasa? Como decía hoy el señor Castro, si tienen dudas con los metros, con el área de influencia, son todos temas que no hacen a la esencia y que se podrían haber evacuado mucho antes, al estar todos nosotros dispuestos a discutirlos. Entonces, lo reitero: les ha faltado sensibilidad, o tal vez ha faltado ver como el problema va mucho mas allá de dos modalidades de comercialización. Es mucho más general que eso; como decía el señor Calvo, hace a toda la economía”.*¹⁰²

Los reclamos por la lentitud de la aprobación de la ley se efectúan en varios frentes, como los que realiza en un programa radial la contadora Domínguez, presidenta del Centro de Industriales Panaderos del Uruguay:

*“(…) Si hubiera sido aprobado en los tiempos normales hubiéramos ganados tiempo y en este momento no estaríamos planteando una ley de comercio o de defensa a la competencia imprescindible para minimizar el daño que está ocasionando la posición dominante de las grandes superficies, como oligopolios frente a los proveedores.”*¹⁰³

El 9 de agosto de 1999 la comisión aprueba en general el proyecto de ley sobre “Establecimientos Comerciales de Grande Superficies” en presencia de una delegación de las gremiales representantes de los sectores afectados.

Dos días después, el 11 de agosto, el proyecto es presentado por el diputado Trobo en la sección ordinaria de la Cámara de Diputados y el 1º de setiembre es aprobada por unanimidad la ley en general. En esa ocasión las barras de la Cámara de Representantes se encontraban llenas de integrantes del micro, pequeño y mediano empresariado de nuestro país como una forma de ejercer presión para la aprobación de la misma, al respecto un diario de la capital decía: “Con las barras repletas de comerciantes minoristas eufóricos y confiados, la Cámara de Diputados aprobó ayer por unanimidad un proyecto de ley que establece normas para la regulación de los establecimientos comerciales de grandes superficies”.¹⁰⁴

Y más adelante afirmaba el mismo órgano: “La discusión del tema fue seguida desde las barras por dirigentes de las gremiales minoristas y comerciantes de varios puntos del país convocados por la Intergremial de Pequeños y Medianos Comerciantes. El organismo llamó a los

¹⁰¹ Lindblom, Ch., 1991: p. 96

¹⁰² Pablo Villar. Presidente de Anmype en la Comisión de Industria, Energía, Minería y Turismo, 08 - 08 - 99

¹⁰³ Elvira Domínguez. Radio “El Espectador”, programa “En Perspectiva” 30 - 08 - 99 Internet

¹⁰⁴ Diario “El Observador”, jueves 2 de setiembre de 1999, p. 18

comerciantes a “marcar presencia y sensibilizar a los legisladores” explicó a El Observador Pablo Villar, presidente de la Asociación Nacional de Micro y Pequeña Empresa, Anmype”.¹⁰⁵

Si bien la ley fue aprobada por unanimidad en la Cámara de Diputados, esta no contaba con el apoyo del partido de gobierno (Partido Colorado) retirándose de sala en el momento de votar para que el tema se pusiera a consideración del cuerpo.

Las gremiales siguen presionando por la aprobación de la ley en el Senado en el periodo de gobierno que finaliza:

*“Si esta ley no se aprueba en esta legislatura supone por lo menos un año mas de trabajo, porque habrá que volver a iniciar todas las conversaciones con todas las bancadas. Por lo tanto, dentro de un año no tiene ningún sentido la ley. Esperamos que tengan la sensibilidad necesaria para aprobar este proyecto para poder dar respuesta a las mas de 600.000 personas involucradas en el comercio tradicional”.*¹⁰⁶

El 8 de setiembre la ley es aprobada por la Cámara de Senadores, a pesar de los comentarios de prensa que indicaban que el Partido Colorado no acompañaría la iniciativa: “(...) Ricaldoni (Partido Colorado) afirmó que la bancada colorada no votará el proyecto por que tiene algunas disposiciones inconstitucionales”¹⁰⁷

Finalmente el proyecto fue aprobado. Decía al respecto el diario “El Observador”: “Ante unas barras repletas de los comerciantes minoristas, la Cámara de Senadores, sancionó ayer por mayoría - 26 en 27 - el proyecto de ley por el cual regula la instalación o ampliación de los establecimientos comerciales de grandes superficies destinados a la venta de artículos alimenticios y de uso doméstico. El Partido Colorado apoyó la propuesta, pese a que la semana pasada se mostró contrario a acompañarla”.¹⁰⁸

Uno de los gremialistas consultados decía sobre la aprobación de la Ley:

*“(...) se aprobó milagrosamente por un voto, en el anca de un piojo y por que era año electoral, y por que no sé, pero no había voluntad de ninguna clase para sacarla, al punto que el proyecto entró pero fue tan modificado en el camino que quedó sin sanciones, adolece de un montón de defectos que ahora estamos intentando modificar”.*¹⁰⁹

Las gremiales empresariales que representan a las Pymes, a pesar de lograr esta primera ley, siguen movilizadas en primer lugar por la reglamentación de la misma, y en segundo lugar por la obtención de nuevas normativas que aseguren para sus afiliados mayores protecciones como son la ley de competencia y la ley anti - monopolio.

A su vez siguen insistiendo por igualdad en el tratamiento fiscal con las grandes superficies

¹⁰⁵ Diario “El Observador”. Ibidem

¹⁰⁶ Pablo Villar. Presidente de Anmype. Radio “El Espectador”, programa “En Perspectiva” 20 - 10 - 99 Internet

¹⁰⁷ Diario “El Observador”. 3 de setiembre de 1999

¹⁰⁸ Diario “El Observador”. 9 de setiembre de 1999. p.12

¹⁰⁹ Entrevista a dirigente gremial

favorecidas a través de la Ley de Inversión:

*“(…), más allá de que en la Ley de Inversiones se puede articular instrumentos que no están previstos para atender a grupos empresariales como la Cámara de Alimentación, Anmype o Cambadu, hay que ir instalando la discusión de algunos instrumentos que posibilitan que estos grupos empresariales tengan políticas de fomento en cuanto a inversiones, para lograr una reconversión viable desde el punto de vista económico”.*¹¹⁰

Los grandes empresarios ejercen “control” sin dedicar “atención ni esfuerzo”, el gobierno responde automáticamente a sus intereses. En el artículo IV de la primera Ley de Urgencia (que contiene normas para la defensa de la competencia) presentada por el nuevo gobierno del Dr. Jorge Batlle, son atendidos algunos de los reclamos de las gremiales, pero estos son considerados insuficientes por los interesados:

*“(…) la primera Ley de Urgencia toma del proyecto (elaborado por la Intergremial) 3 de los 37 artículos. Que en realidad lo que toma es lo mínimo imprescindible, porque lo exigía el protocolo del Mercosur, pero con una variante, le agregan una “frasecita” a dos de los artículos que dice: “Siempre que afecte al interés general” con lo cual la invalidan, por que demostrar si afecta o no afecta al interés general es prácticamente imposible”.*¹¹¹

A pesar de sus permanentes reclamos, de su visibilidad en la prensa, de sus contactos con numerosos actores políticos y sus frecuentes visitas al poder legislativo, las gremiales empresariales no sienten que las medidas sean suficientes; al respecto el presidente de Anmype Pablo Villar decía:

*“En lo que estrictamente se relaciona con el marco de competencia leal compartimos el ánimo, pero resulta claramente insuficiente. Hoy día estamos en toda una movida que ha sido un poco la causa de esta mesa redonda, que es lo de Devoto por parte del Grupo Casino. Todas estas prácticas son las que se estaba previendo por parte nuestra con antelación. Y un buen proyecto, profundo, con un marco normativo que ya determine sanciones o conductas prohibidas, es lo único que podría llegar a regular seria y responsablemente el tema.”*¹¹²

A su vez la contadora Domínguez afirmaba:

“Si no actuamos con rapidez y no tenemos esas leyes no solamente en el papel, sino también la voluntad de legislar y aplicar esas leyes con toda la fuerza - no vamos a poder evitar que el libre mercado se pierda y que en poco tiempo tengamos un mercado en primera instancia con grandes oligopolios y, a la larga, con un monopolio importante de estas multinacionales. Creo que hay que tomar conciencia de que no alcanza con las leyes, sino que es necesario la

¹¹⁰ Pablo Villar, Presidente de Anmype Radio “El Espectador” programa “En Perspectiva” 20 - 10 - 1999 Internet

¹¹¹ Entrevista a dirigente gremial.

¹¹² Pablo Villar, Presidente de Anmype. Radio “El Espectador”, programa “En Perspectiva” 20 - 10 - 1999 Internet

*voluntad de legislar porque el mercado está enfermando”.*¹¹³

En el mismo sentido el presidente de Anmype sigue efectuando reclamos por una legislación que proteja al sector:

“Quiero puntualizar que incluso respecto al Protocolo del Mercosur el país está atrasado en tener un marco normativo que tendría que haber estado para 1998. Insistimos en que hay que actuar con seriedad y relativa mayor urgencia, incluso mayor que la que está teniendo la ley de urgencia, por que ya estamos llegando al mes de junio. (...)” (del año 2000)¹¹⁴

El 15 de febrero de 2000 las gremiales empresariales presentan al Dr. Atchugarry (entonces Senador de la República) y al Diputado Jaime Trobo un nuevo proyecto de ley de “Defensa de la Competencia”. Un segundo proyecto es presentado por la Cámara de Industrias el 1º de diciembre del mismo año. A su vez representantes del Encuentro Progresista - Frente Amplio¹¹⁵ presentan el 5 de diciembre de 2000 otro proyecto de ley referido al tema denominado de “Libertad de Comercio y Preservación de la Libre Competencia”.

El proyecto presentado por los diputados “encuentristas” se encuentra a estudio de la Comisión Especial para el estudio de soluciones legislativas referentes a la libertad de comercio en el Uruguay de la Cámara de Representantes.

En dicha comisión decía el Sr. Pablo Villar el 14 de mayo de 2001 acerca del proyecto presentado por las gremiales:

*“(...) se estuvo trabajando - inclusive, a través de una iniciativa del Dr. Atchugarry - en la redacción de un proyecto de ley. Este se presentó en tiempo y forma, y con bastante antelación al primer proyecto de ley de urgencia. Pero, después, nos vimos defraudados por lo escaso que se recogió en la ley de urgencia todo lo que se había trabajado y de la profundidad con que nuestro proyecto - no por ser el único hasta ese momento - trataba el tema. Pensamos que no era una forma útil ni pragmática, ni demostraba vocación de resolver el tema de la competencia en profundidad”.*¹¹⁶

Las distintas gremiales empresariales insisten sobre la importancia de legislar sobre este tema.

El Dr. José Ponce de León asesor letrado de la Liga de Defensa Comercial decía:

*“Si el parlamento no logra elaborar una mecánica ágil para defender la competencia, solo se va a resolver los grandes problemas - por ejemplo, un juicio durante cinco años entre ANCAP y otra parte - pero no estas situaciones puntuales de abuso de poder dominante, ya que tampoco existen soluciones del tipo de la que hemos percibido en el ámbito internacional. (...)”*¹¹⁷

¹¹³ Elvira Domínguez, Radio “El Espectador” programa “En Perspectiva” 31 - 05 - 2000 Internet

¹¹⁴ Pablo Villar Radio “El Espectador” programa “En Perspectiva” 31 - 05 - 2000 Internet

¹¹⁵ Diputados Víctor Rossi, Rubén Obispo y Artigas Barrios

¹¹⁶ Pablo Villar - Comisión especial para el estudio de soluciones legislativas referentes a la libertad de comercio en el Uruguay, Cámara de Representantes, 14 de mayo de 2001

¹¹⁷ Dr. José Ponce de León -Comisión Especial para el Estudio de Soluciones Legislativas Referentes a la

El día 13 de mayo de 2002 son recibidos por la Comisión de Industria, Energía y Minería integrada con la Especial para el estudio de soluciones legislativas referentes a la libertad de comercio en el Uruguay representantes de la Concertación para el Crecimiento; los reclamos al poder legislativo se siguen realizando en el mismo tono:

“(...) debemos de tener en cuenta que el articulado sobre la ley de competencia fue aprobado por este Parlamento en tres actos legislativos durante un año, con lo cual, en el transcurso de ese lapso, hubo abuso de posición dominante que determinaron, entre otras cosas, las abultadas deudas que tiene un grupo supermercadista con los proveedores”¹¹⁸

La ley no ha sido aprobada y sigue en estudio en dicha comisión.

Podemos concluir que si bien el pequeño y mediano empresario, a través de las organizaciones gremiales que lo representan, sale de su tradicional aislamiento para presionar por soluciones favorables a sus intereses, logrando una frecuente contactos a nivel legislativo, encuentra dificultad para obtener políticas favorables al sector. Se puede constatar que los mayores logros los obtiene en año electoral (1999).

8.2.2.- Al Poder Ejecutivo

No todos los grupos empresariales son oídos con igual interés por los actores de gobierno. “Los políticos democráticos no sólo se ocupan de satisfacer las demandas de los grupos de la sociedad civil, sino también de desarrollar las estrategias políticas para situar determinados asuntos en la agenda a expensa de otros; de movilizar o minar determinados sectores de la comunidad; de satisfacer o ignorar demandas; (...)”¹¹⁹

Las gremiales empresariales que representan a las Pymes se quejan por la falta de receptividad que encuentran en el Poder Ejecutivo. El presidente de Anmype decía:

*“Es una desgracia tener que asumirlo y decir que pedimos una reunión con el ministro Mosca hace ya varios meses y la vamos a volver a pedir. Nos parece realmente de mal gusto que un amplio sector de la economía nacional no sea atendido por el ministro. Queremos ir hacerle estos planteos para que los tenga de primera mano, ya que obviamente sabemos que los conoce, para ver si de alguna forma se puede cambiar esta tendencia pasiva y de observación por una actitud un poco más proactiva, porque va a hacer a toda la vida nacional”.*¹²⁰

Estos reclamos en la prensa fueron efectuados a comienzo del mes de agosto de 1998. A fines

Libertad de Comercio en el Uruguay, Cámara de Representantes, 28 de mayo de 2001

¹¹⁸ Linng Cardozo, asesor de la Confederación Empresarial del Uruguay, integrante de la Concertación para el Crecimiento, en la Comisión de Industria, Energía y Minería ampliada, Cámara de Representantes, 13 de mayo de 2002

¹¹⁹ Held, D.; 1991, p.247

¹²⁰ Pablo Villar, Radio “El Espectador” programa “En Perspectiva” 4 - 8 - 1999 Internet

del mismo mes, finalmente, se concreta la entrevista del Ministro de Economía Luis Mosca con algunas de las gremiales empresariales (Cambadu; Gremial de Panaderos; Asociación de Ferreteros, Bazaristas y Afines; Asociación de Carniceros y Anmype).

Si bien el Ministro escuchó las inquietudes de los empresarios y la reunión se desarrolló según algunos integrantes “con muy buen ambiente” y en forma “coloquial” no dio respuestas al sector:

“(...). Pretendíamos una respuesta, saber si la posición del ministro era favorable al proyecto o no. No obtuvimos esa respuesta; quedó en estudiar las modificaciones que la comisión le había introducido al proyecto (...).”¹²¹

Los funcionarios de gobierno deben de conceder a la gran empresa un lugar privilegiado: “Cualquier funcionario de gobierno que comprenda los requisitos de su cargo y las responsabilidades que los sistemas de mercado depositan en los hombres de negocios concederá a estos un lugar privilegiado”¹²², en cambio el pequeño empresario no encuentra la misma receptividad. Un titular de la prensa capitalina indicaba: “Frialdad del gobierno ante los minoristas” “Mosca no abrió opinión frente a los pequeños comerciantes; la bancada colorada no los recibió y el senador Ricaldoni (partido de gobierno) dijo que el proyecto de regulación roza la inconstitucionalidad”

Dicho artículo manifestaba que el Ministro de Economía Mosca “se mantuvo callado (...) luego de que representantes de lo pequeños comerciantes llegaron a su despacho con la esperanza de obtener apoyo para el proyecto de ley que regula la instalación de grandes superficies comerciales.”¹²³

Entre las condiciones y desafíos que se les presenta a los agentes estatales se encuentran los “factores externos” como son las exigencias del contexto productivo y comercial internacional respecto a las políticas a seguir para una inserción en el mismo. La presencia de capitales transnacionales en el país es estimulada desde el gobierno por lo que las normativas exigidas por las gremiales empresariales encuentran reparos desde el poder ejecutivo; los argumentos de una representante del Ministerio de Economía en la Comisión respectiva de la Cámara de Representantes son claros al respecto:

“Lo primero que podemos comentar es que cuando miramos proyectos normativos como el que está en el análisis de esta comisión en este momento (Ley Nº 17.188) debemos de tener muy en cuenta que Uruguay tiene determinadas políticas, por ejemplo en materia de inversiones que no son por generación espontánea ni son hechos caprichosos sino que responden a fenómenos regionales e internacionales. En definitiva si consideramos el

¹²¹ Cra. Elvira Domínguez, Presidenta de la Gremial de Panaderos. Radio “EL Espectador”. Programa “En Perspectiva” 30 – 8 – 1999. Internet

¹²² Lindblom, Ch. En Smith, M. 1997; p. 231. Marsh, D. y Stoker, G. (eds.)

¹²³ Diario “El Observador”. 28 - 08 - 1999. p.11

*fenómeno del libre flujo de capitales en todo el mundo y lo que significa la globalización en el movimiento de capitales - la entrada y salida de dinero - vemos que los países compiten por captar inversiones locales o extranjeras”.*¹²⁴

Como ya analizamos, la Ley es aprobada y los representantes de las gremiales estudian la regulación de la misma en conjunto con integrantes del Ministerio de Economía y Finanzas. Pero la integración por parte del Poder Ejecutivo de la Comisión Departamental, que crea dicha Ley, recién se realiza en setiembre de 2000 pasado el año de su promulgación.

Si bien la Comisión finalmente queda conformada el peso de las gremiales en la misma es muy relativo ya que cuentan con un voto. Un dirigente gremial consultado manifestaba:

“(...) la Ley no era muy exigente, no daba muchas potestades a la Comisión y la reglamentación le dio menos todavía”

Agregando más adelante:

*“(...) el delegado del Poder Ejecutivo votó todo lo que se le presentó, todo en favor siempre, de las grandes superficies, hasta las situaciones mas aberrantes las votaba igual”*¹²⁵

Sobre el funcionamiento de la misma las gremiales reclaman que tanto el Poder Ejecutivo como las intendencias no cumplen con el artículo 5° de la ley 17.188 que establece que la Comisión dispondrá de la información y asesoramiento que considere necesario “de todas las dependencias públicas, comunicándose directamente con los servicios que corresponda”.

Uno de los integrantes de la Concertación para el Crecimiento después de tres años de la aprobación de la ley decía:

*“(...). Si entendemos como organismos públicos a las intendencias y al Poder Ejecutivo, cuando se les ha solicitado información, por ejemplo, sobre los relevamientos comerciales en determinados lugares, la información que surge del INE o sobre la cantidad de comercios en cierta área y pedíamos los datos de UTE, ANTEL o de la Dirección General Impositiva al respecto, no se cumplió con este artículo. (...). Esto es algo que sufrimos quienes estuvimos en las comisiones asesoras departamentales donde se dieron las discusiones sobre los emprendimientos supermercadistas; contamos con escaso apoyo técnico y cuando pedíamos información, esta no venía”.*¹²⁶

Las gremiales se quejan también por la falta de reglamentación de las leyes sancionadas:

“En este sentido tenemos una queja: muchas veces trabajamos para conseguir que un proyecto de ley se apruebe y éste es aprobado, pero después vemos que la voluntad política no existe. Y esto por que en el momento de reglamentar esa ley para que sea efectiva nos

¹²⁴ Contadora Eva Holz. Asesora del Ministerio de Economía y Finanzas. en la Comisión de Industria, Energía, Minería y Turismo de la Cámara de Representantes. 21 - 06 - 1999

¹²⁵ Entrevista a dirigente gremial

¹²⁶ Linng Cardozo, integrante de la Concertación para el crecimiento, en la Comisión de Industria, Energía, Minería y Turismo integrada con la Especial para el estudio de soluciones legislativas referentes a la libertad de comercio en el Uruguay. 13 - 05 - 2002

*encontramos con que las reglamentaciones son muy vagas, muy ambiguas y permiten todo por la via de la interpretación”.*¹²⁷

Son frecuentes las ocasiones en que los empresarios representantes de las Pymes sienten que no existe la voluntad de regular desde el Poder Ejecutivo:

*“En todo el proceso de acercamiento que hubo entre la Asociación de Supermercados con la Cámara de Industrias y de arreglos entre las partes - en Argentina por ejemplo, eso no ha tenido vida ni buen suceso - tenemos la sensación de que de parte del Ministerio de Industria, Energía y Minería no se entiende la reglamentación como buena solución. Esto es algo que nos preocupa porque estamos convencidos de que la regulación y la reglamentación son la única solución (...)”.*¹²⁸

Las gremiales empresariales tampoco comparten la elección del representante del Poder Ejecutivo en la Comisión Departamental de Montevideo; al respecto decía el presidente de Anmype:

*“Debido a Ley de Grandes Superficies, en la Comisión de Montevideo estaba como delegado del Poder ejecutivo el señor José Villar. Si bien hoy ha renunciado a ese cargo, entendemos que nunca debió haber asumido ese cargo, entendemos que nunca debió haber asumido porque una persona no puede dirimir si se instala o no una gran superficie cuando en privado es proveedora de supermercados. Esto siempre nos pareció una discordancia importantísima y capital”.*¹²⁹

Lo expuesto pone de manifiesto las dificultades que encuentran las organizaciones gremiales que representan a las Pymes para incluir los temas de su interés en la agenda de los integrantes del Poder Ejecutivo, así como para ser escuchados, obtener información o apoyo del los mismo. Pudiéndose constatar la posición del gobierno favoreciendo la entrada de grandes capitales, así como su oposición a regular la instalación de grandes superficies..

8.2.3.- Al Gobierno Departamental

Las gremiales empresariales que representan a los sectores afectados realizan sus reclamos y ejercen sus presiones en todos los ámbitos; a los gobiernos departamentales, al igual que al Gobierno Nacional, piden que se regule la instalación de grandes superficies. Los mismos van dirigidos fundamentalmente al Gobierno Departamental de Montevideo porque es donde se ha desarrollado el supermercadismo con mayor intensidad.

La primera señal desde los poderes públicos, ante los reclamos efectuados por las gremiales

¹²⁷ Crat. Elvira Domínguez. Radio “El Espectador” programa “En Perspectiva” 31 - 05 - 00 Internet

¹²⁸ Pablo Villar. Presidente de Anmype. en la Comisión Especial para el estudio de soluciones legislativas referentes a la libertad de comercio en el Uruguay 14 - 05 - 2001

¹²⁹ Pablo Villar, Presidente de Anmype. En la Comisión Especial para el estudio de soluciones legislativas referentes a la libertad de comercio en el Uruguay. 14 - 05 - 2001

que representan a las Pymes, la da la Junta Departamental de Montevideo que aprueba el 27 de mayo de 1999 el decreto N° 28.594 por el cual se suspende por el plazo de 180 días la recepción de permisos para instalar establecimientos de grandes superficies comerciales.

En dicho Decreto se crea una Comisión Especial con el fin de estudiar normas complementarias referidas al uso no residencial del suelo, en lo que queda comprendida la instalación de grandes superficies comercializadoras, de acuerdo con los principios básicos establecidos en el Plan de Ordenamiento Territorial, teniendo especialmente en cuenta el impacto urbanístico y social que estos centros comerciales producen en las distintas zonas de Montevideo. Cuando esta resolución se tomó habían ingresados varios trámites a la Intendencia con proyectos de hipermercados, entre los cuales se encontraba uno de la cadena supermercadista Carrefour, para la zona de Carrasco

Según la versión periodística aparecida en el semanario “Búsqueda” la resolución fue tomada una semana después que la Asociación Comercial del Uruguay cuestionó a la Intendencia de Montevideo por otorgar “viabilidad urbanística” a la construcción de un supermercado de la cadena Carrefour. Dice el artículo que “El decreto de la Junta pidió al Municipio que “a la brevedad” reglamente el uso no residencial del suelo y contemple “la desigualdad existente entre los comerciantes minoristas y los grandes emprendimientos financieros - comerciales, así como el impacto urbanístico y social” que esto genera en Montevideo”¹³⁰

A nivel municipal también las grandes corporaciones económicas ejercen su influencia. La “viabilidad urbanística” otorgada a la cadena internacional de origen francés Carrefour había sido rechazada en dos oportunidades por la Comisión Permanente de Carrasco y Punta Gorda - que tiene carácter asesor de la IMM - pero en el mes de abril el cuerpo aceptó su realización, según la crónica del semanario “Búsqueda”, “(...) luego de que esta empresa se comprometiera a realizar una serie de obras sociales como contrapartida”.¹³¹

En el documento de la gremial empresarial citado por el semanario, se deja en claro que “no está en contra de los supermercados ni en contra de las grandes cadenas multinacionales”, pero hace un llamado de atención sobre que “si la instalación de un supermercado en una zona determinada decreta la muerte de carniceros, panaderos, almaceneros, mercerías, ferreterías, bazares y jugueterías, tiendas y otros supermercados, entonces la evaluación estratégica del Municipio debería hilar muy fino, ya que las consecuencias de la pérdida de valores inmobiliarios, tugurización y tensión social, las deberá enfrentar el contribuyente en un plazo no muy lejano”¹³²

Las gremiales saliendo de su “opacidad” tradicional, presionan para obtener decisiones favorables a sus intereses. En el momento de la votación de la suspensión por 180 días en la

¹³⁰ Semanario “Búsqueda”, 3 de junio de 1999

¹³¹ Semanario “Búsqueda”, 20 de mayo de 1999, p.16

¹³² Semanario “Búsqueda”, 20 de mayo de 1999, p.16

Junta Departamental de Montevideo las barras se encontraban repletas de comerciantes y asociados a Cambadu; al respecto el edil del Partido Colorado Dante Nieves decía en el programa radial “En Perspectiva”:

*“(...) el edil Béjar (Frente Amplio - Encuentro Progresista) agrega ahora otros elementos, muchos de los cuales no fueron considerados en aquella discusión. La misma se fue hacia el tema de los minoristas, con barras llenas de comerciantes y baristas asociados a Cambadu. Hubo incluso lágrimas recordando la libreta del almacenero que prestaba un servicio social al barrio y diciendo como le podían arrancar eso al barrio, cómo el súper o hipermercado prácticamente atentaban contra la trama social uruguaya. (...)”.*¹³³

Como lo hicieron con el gobierno central las gremiales reclaman a las intendencias, no prohibir la instalación de grandes superficies, sino reglamentar su ubicación y su número por barrios, un integrante de CAMBADU decía en un programa radial:

“Acá nadie habla de prohibición. Se trata de que haya un orden. (...). Nosotros no pretendemos un país en que todos sean minoristas, así como tampoco uno en que todos sean hipermercados y “shopping centers”. Sabemos que estamos integrados a un mundo global, que una de las industrias que podemos aprovechar es el turismo, que el que más nos sirve es el turismo de buen poder adquisitivo, incluso de países del primer mundo, al que le tenemos que ofrecer servicios.”

Y más adelante agregaba:

*“(...) Si Ud. analiza zonas como la Teja, podrá comprobar que en término de 20 – 25 cuadras aparecen cinco o seis grandes bocas de venta que destruyen a una cantidad de minoristas que van a comenzar a competir entre ellos de manera feroz. Alguien debe decidir por el congestionamiento que se produce, porque una gran superficie lleva aparejado camiones, ruidos, vehículos. Me pregunto si es realmente necesario y finalmente va a ser tan rentable para todos”.*¹³⁴

A fines del mes de agosto la IMM envía a la Junta Departamental un proyecto de decreto que entre otras consideraciones establece distintas categorías según la superficie proyectada, permitiendo a la Intendencia declarar área “saturada” alguna zona de la ciudad para algún tipo de actividad.

La posición del Intendente de Montevideo Arq. Mariano Arana es recogida por los diarios de la fecha; el diario “El País” al respecto decía: “Mientras los pequeños y medianos comerciantes reclaman un mayor rigor en la regulación de los supermercados, el Intendente de Montevideo recordó que “el mercado no se puede eliminar ni desconocer” aunque aceptó que es posible “acotar sus efectos””. Agregando que los grandes supermercados deben

¹³³ Edil Dante Nieves. Radio “El Espectador”. programa “En Perspectiva” 18 - 06 - 1999 Internet

¹³⁴ Rodolfo Cusato. representante de Cambadu. Radio “El Espectador” programa “En Perspectiva” Internet

complementarse con los pequeños locales de servicio.¹³⁵

A pesar de la aprobación de la Ley 17.188 y de encontrarse suspendidos los permisos por la Junta Departamental de Montevideo, nuevos supermercados se abrieron o continuaron su construcción. La contadora Elvira Domínguez en el mes de mayo del año 2000 decía al respecto y refiriéndose a la construcción de un supermercado en las calles 26 de Marzo y Pagola:

“En su momento se nos otorgó un listado de las autorizaciones. El supermercado de 26 de Marzo y el de San Quintín habían quedado afuera porque no tenían el permiso al momento de aprobarse el decreto en la Junta Departamental. En virtud de eso y de que se ha notado que han abierto otros supermercados, en el mes de noviembre consultamos a la Intendencia Municipal de Montevideo sobre determinados emprendimientos que estaban siendo construidos y que a simple vista suponíamos superaban los 300 metros cuadrados”.

El pequeño y mediano empresariado tiene dificultades para hacerse oír y sus reclamos la mayoría de las veces no son atendidos, así lo demuestran las palabras de la entrevistada que continúa diciendo:

“No recibimos respuesta; en le mes de enero volvimos a presentar la misma nota para recibir alguna información. Tampoco recibimos respuesta y ahora previo a las elecciones, hace unos veinte días, estuvimos en la Intendencia pidiendo explicaciones.

Nos enteremos que por vía de la interpretación la Intendencia había otorgado permisos superiores a 300 metros cuadrados; concedió permisos hasta 3.000 metros cuadrados, prácticamente medio Géant. La semana que viene la Cámara de la Alimentación va a tener una reunión con las autoridades de la Intendencia Municipal de Montevideo para que nos brinde alguna explicación acerca de como llegaron a esa interpretación, por que nosotros entendemos que se ha cometido una ilegalidad.”¹³⁶

Mucha veces en este tiempo las gremiales empresariales y su representados se han enfrentado con las intendencias por la aprobación de emprendimientos de grandes superficies, a lo que la Intendencia de Montevideo aduce que mucho de los permisos fueron gestionados antes de que se instalara la Comisión Departamental de Montevideo.

Un dirigente gremial nos manifestaba que la posición de la IMM siempre fue muy “*dubitativa*”; mientras que otro de los entrevistados nos decía al respecto:

“La intendencia doble discurso permanentemente, doble discurso. Todo te dicen que sí, y cuando vas a los hechos dicen todo que no. Es más ahora se aprobó una normativa nueva para el POT, que es el Plan de Ordenamiento Territorial y tu lees y decís que esto estuvo

¹³⁵ Diario “El País”, 1 de setiembre de 1999, p. 12

¹³⁶ Elvira Domínguez, Radio “El Espectador” programa “En Perspectiva” 31 - 05 -2000 Internet

*hecho por alguna de las grandes superficies para que toda la situación de ellos estuviera contemplada (...)*¹³⁷

En este sentido otro entrevistado agregaba:

*“Con el Gobierno Departamental también tuvimos muchas diferencias, se ha logrado que de alguna forma en la Comisión de Montevideo se paran los procesos de habilitación por ciento ochenta días, después por ciento ochenta días mas pero de toda manera no encontramos en la Administración Municipal una adecuada visión del fenómeno”.*¹³⁸

Según lo dicho por el ingeniero Alberto Ortega, representante por la IMM en la Comisión Departamental de Montevideo, en la Comisión de la Cámara de Representantes el 8 de octubre del 2001, el Intendente de Montevideo decidió que cualquier gestión realizada sobre la instalación de grandes superficies debería pasar primero por la Comisión Departamental¹³⁹:

*“A partir de la instalación de la Comisión, en setiembre de 2000, el Intendente decidió que no se dispusiera ninguna aprobación de un trámite de este tipo - ya fuera de viabilidad de uso, permiso de construcción o de habilitación, es decir ninguna de las etapas fundamentales que se cumplen en la Intendencia - sin que previamente el proyecto pase por la Comisión”*¹⁴⁰

Los empresarios reprochan a las intendencias que las medidas mitigatoria que esta les reclaman a las grandes superficies comerciales para su instalación son insuficientes:

*“(…), creemos que la solución no es cambiar - disculpen la expresión - figuritas con las Intendencias, cuando se comprometen a tomar medidas mitigatorias, que por lo general son embellecimientos de la zona, poner luce, semáforos o el arreglo de una plaza. Ese no es el espíritu de la ley”.*¹⁴¹

Y que no contemplan la problemática del empresariado que se ve perjudicado por la instalación de estos grandes emprendimientos. El representante de la Cámara de la Alimentación continuaba diciendo:

*“En la reunión en que estuvimos con CAMBADU hablamos de las medidas mitigatorias previstas en la ley española y francesa, por las que el inversor debe hacerse cargo de todo ciudadano que perdió su trabajo a raíz de la desaparición de su comercio; si le quedaban pocos años para jubilarse, que se hagan cargo de cubrirlos o reubicarlos en un trabajo, pero no se trata de embellecer una plaza, por que eso de mitigatorio no tiene nada”*¹⁴².

¹³⁷ Entrevista a dirigente gremial.

¹³⁸ Entrevista a dirigente gremial.

¹³⁹ Ver anexo

¹⁴⁰ Aberto Ortega. Representante de la IMM en la Comisión Departamental de Montevideo de Protección de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Comercial y Artesanal en la Comisión Especial para el estudio de soluciones legislativas referentes a la libertad de comercio en el Uruguay, Cámara de Representantes 08 - 10 - 2001

¹⁴¹ Daniel Fernández. Representante de la Cámara Nacional de la Alimentación en la Comisión de Industria, Energía y Minería integrada con la Especial para el estudio de soluciones legislativas referentes a la libertad de comercio en el Uruguay 20 - 05 - 2002

¹⁴² Daniel Fernández. Ibidem

Los conflictos con la IMM llegan hasta la actualidad a pesar de la suspensión de los permisos igual siguen apareciendo nuevos emprendimientos, al respecto el diario “El País” del mes de mayo de 2002 decía: “(...) según hicieron notar los dirigentes, durante este período de seis meses de suspensión, siguieron construyendo o ampliándose comercios de este tipo. En algún caso no se aplicó la norma y en otras se desafió y se optó por pagar multas que no tuvieron montos disuasivos”¹⁴³

Un dirigente gremial entrevistado agregaba acerca de la IMM:

“(...) doble discurso permanente, si te entienden, que se yo, pero cuando llega el momento ... que no quiero decir con esto que por ejemplo algún Senador y algún Diputado no lo tengan claro, lo tienen claro, pero después ciertas decisiones se toman a nivel de jerarcas medios y a esos niveles el lobby de las grandes empresas funciona mejor que con los legisladores”¹⁴⁴

En el mes de julio del 2002 los pequeños comerciantes de la zona del Buceo se enfrentan a la Intendencia capitalina por la próxima apertura del supermercado “Malibe” en la calle Solano López y Nancy con un área total de 417.80 metros cuadrados.

La apertura de este supermercado contó con la aprobación de la Comisión Departamental de Montevideo para la Defensa de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Comercial y Artesanal debido a que el día de la votación se encontraba ausente el representante de la Cámara de la Alimentación y su suplente votó afirmativamente. Dice el diario “La República” sobre el tema: “(...), fuentes minoristas declararon a LA REPÚBLICA que existe profundo malestar con Mario Menéndes, titular de Cambadu, ya que concurrió en calidad de suplente (por encontrarse Pérez Sena enfermo) y votó por su cuenta y “en contra lo resuelto por la Intergremial del Comercio” a favor de la instalación de Malibé (...)”¹⁴⁵

A raíz de la apertura de este supermercado la **Mesa Coordinadora de Comerciantes del Buceo** decide llevar a cabo un ayuno en la parroquia vecinal, no descartando medidas tales como la ocupación de Centros Comunes Zonales o “el escrache a los responsables de esta situación”¹⁴⁶

En una carta abierta la Mesa coordinadora de comerciantes del Buceo le pide al Intendente Arana que se revea la situación, exigiendo:

“1º Paralizar la obra totalmente hasta nuevo aviso.

2º Pasar el expediente de la misma nuevamente a las comisiones pertinentes, previendo los estudios serios que, por ende, tienen que realizar, informando cada resolución a los comerciantes por intermedio de la CÁMARA DE ALIMENTACIÓN.

3º Reunión con IMM, Junta Departamental y Cámaras Alta y Baja para empezar un nuevo

¹⁴³ Diario “El País” 14 de mayo 2002. p.15

¹⁴⁴ Entrevista a dirigente gremial.

¹⁴⁵ Diario “La República” 28 de agosto de 2001 p.10

¹⁴⁶ Diario “El Observador” 13 de julio de 2002 p. 19

emprendimiento de mejoramiento de la Ley de defensa a los pequeños y medianos comerciantes, para que, unidos, lo podamos lograr.

4° En caso de no ser respondidas nuestras inquietudes, tomaremos otras medidas de fuerza , en defensa de nuestra personas y puestos de trabajos.”¹⁴⁷

Estas medidas son apoyadas por la Asociación de Comerciantes Independientes (ACI)¹⁴⁸ que nace a raíz de un movimiento realizado por los comerciantes del barrio del Cerrito de la Victoria ante la amenaza de la apertura de otro comercio de gran superficie en esa zona a fines del 2001.

Podemos concluir que a nivel departamental las gremiales involucradas también tienen dificultades para defender sus intereses. Si bien encuentran, igual que a nivel nacional, interlocutores y son escuchados sus reclamos a nivel del legislativo departamental, los mismos no son atendidos a nivel de la IMM..

8. 3.- A los partidos políticos

Parece imprescindible recordar que gran parte de los reclamos, de las gremiales empresariales, se dan durante la campaña electoral de 1999, donde el protagonismo de los actores políticos se hace más relevante, y las posiciones sobre determinadas políticas aparecen más claras. “Los empresarios junto con los funcionarios públicos presentan sus demandas como razonables “por las necesidades de la empresa privada” y al hacerlo muestran a los ciudadanos que, ya que las necesidades deben de cubrirse para garantizar una economía sana, sus propias manos y las de los ciudadanos están atadas”¹⁴⁹

A los representantes políticos se les hace sumamente difícil, sino imposible, seguir las aspiraciones de un electorado comprometido con la disminución de lo “efectos adversos de la democracia” y en “la igualdad política”. “La democracia está inmersa en un sistema económico que garantiza sistemáticamente una “posición privilegiada” a los grandes intereses”.¹⁵⁰

En plena campaña electoral el Dr. Batlle, entonces senador de la República, justificaba la exoneración de impuestos a las grandes superficies comerciales. Frente a una pregunta del periodista Emiliano Coteló en su programa radial “En Perspectiva” sobre si le seguiría otorgando beneficios fiscales, declaración de interés nacional, etcétera, como los que están teniendo en ese momento este tipo de comercios y recordándole la posición de muchos

¹⁴⁷ Carta abierta difundida por los integrantes de la MESA COORDINADORA DE COMERCIANTES DEL BUCEO

¹⁴⁸ Esta nueva agrupación cuenta con alrededor de 500 afiliados y tiene relaciones con Cambadu.

¹⁴⁹ Lindblom, Charles 1991. p. 109

¹⁵⁰ Held, D.; 1991. p. 245

empresarios: “Se lo consulto porque los pequeños comerciantes entienden que se trata de empresas demasiados poderosas, con escala mundial, que quizás no necesiten ese tipo de incentivos. Y además cuando se instalan en el Uruguay hacen sacudir el mercado y perjudican a la pequeña empresa, etcétera”¹⁵¹

El Dr. Batlle respondía que creía que beneficiaba a los pequeños comerciantes, y justificaba los incentivos fiscales ofrecidos a las grandes empresas para instalarse:

*Si como no, por supuesto, para instalarse. Acá, en el país, es una cosa trágica, cuando viene alguien a instalarse le decimos que no. Le voy a decir por qué. Se ha hecho bien al mercado (...)*¹⁵²

Frente a estas manifestaciones la Intergremial de Pequeños y Medianos Comerciantes y Empresarios envían una carta donde manifiestan “su sorpresa e indignación por las declaraciones formuladas por el doctor Jorge Batlle, quién declaró el pasado viernes 15 que en caso de ganar las elecciones otorgaría beneficios a las grandes cadenas transnacionales para que abran hipermercados en el país”

La carta de la intergremial es respaldada por un número importante de gremiales que representan “a un sector de la actividad nacional compuesta por unas 150.000 empresas, que dan trabajo a unos 600.000 uruguayos”¹⁵³

A raíz de la reacción de las gremiales el Senador Atchugarry salió a explicar la posición del Dr. Batlle y cual es el origen de las exoneraciones fiscales, dijo al respecto:

*“En la administración del doctor Lacalle se les otorgó una exoneración de impuestos a las importaciones, exoneraciones de la comisión que cobra el Banco República, del IVA, e incluso en algunos casos - concretamente en el caso de los grandes comercios de la ex avenida Propios, hoy José Batlle y Ordoñez, es decir Tienda Inglesa y el del Devoto lo que se llama auto canalización del ahorro, que significa que si tengo que pagar el Impuesto a la Renta, en lugar de pagárselo al Estado me quedo con ese dinero y lo uso para invertirlo en el nuevo emprendimiento, lo que es un beneficio muy grande que hoy, en esta administración, ya no se da porque era demasiado”.*¹⁵⁴

Atchugarry reconoce la existencia del problema que generaron al exonerar de impuestos a las grandes superficies:

“El lio ya está armado ya se dio esta facilidades todos estos comercios grandes, e incluso a varios más que el público todavía no vio pero que ya tienen la autorización municipal, o sea

¹⁵¹ Emiliano Coteló, radio “El Espectador”, programa “En Perspectiva” 20 - 10 99 Grabación del programa del día 15 - 10 - 99 Reproducción en Internet

¹⁵² Palabras del Doctor Jorge Batlle. citadas en radio “El Espectador” programa “En Perspectiva”, 15 - 10- 99

¹⁵³ Radio “El Espectador”, programa “En Perspectiva” 20 - 10 -1999

¹⁵⁴ Alejandro Atchugarry, radio “El Espectador” programa “En Perspectiva” 20- 10 - 1999 Reproducción en Internet

*que el lio ya está (...)”.*¹⁵⁵

Propone como contrapartida ayudar financieramente a los pequeños empresarios a través del Banco de la República o la Corporación para el Desarrollo, dándoles las mismas exoneraciones. A su vez propone la idea de elaborar una ley de la “defensa del comercio formal”¹⁵⁶.

El presidente Anmype Pablo Villar al ser consultado sobre la posición sostenida por el Dr. Batlle expresa que cree que lo ideal no es “debatir” o “contraponer posturas” con el mismo, reafirmando la postura mantenidas por las gremiales acerca de las exoneraciones fiscales, no compartiendo que

*“(...) emprendimientos no productivos que vienen a atender simplemente problemas de comercialización gocen de exoneraciones fiscales, porque nos parece que va en contra de la ley que se promulgó y de toda una trama ya establecida de oferta”.*¹⁵⁷

Las demandas de los gremialistas van fundamentalmente dirigidas a la clase política siendo el entonces senador Atchugarry (Partido Colorado), y el diputado Jaime Trobo (Partido Nacional) las figuras mas relacionadas con el tema en la prensa nacional, los sectores de izquierda en cambio si bien acompañaron en forma unánime las propuestas de los primeros tanto en el Parlamento como en la Junta Departamental, su ausencia en los debates en la prensa fue llamativa.

9.- LOGROS OBTENIDOS

Los logros obtenidos fueron fundamentalmente, como vimos, de carácter legislativo, tanto en lo nacional como en lo departamental.

Frente a la primera ley aprobada (17.188) Cambadu mostraba su satisfacción, su presidente Manuel Calvo decía al respecto al diario “El País”:

*“La ley que termina de aprobar el Poder Legislativo nos llena de orgullo pues marca un antes y un después en las prácticas comerciales que vuelve a dar un ejemplo legislativo a todo el continente”.*¹⁵⁸

Los gremialistas se muestran conformes por el apoyo que recibieron de todos los sectores

¹⁵⁵ Alejandro Atchugarry, Ibidem

¹⁵⁶ Durante la campaña para la elección presidencial la lista 2000 apoyando la candidatura del Dr. Batlle y de Hierro López sacó un volante dirigido al pequeño y mediano empresariado que decía “PARA QUE EL “DÍA DEL MINORISTA “ SIGA SIENDO TODOS LOS DÍAS” “En el día del minorista, la lista 2000 rinde homenaje a los almaceneros, baristas y comerciantes que desde hace tantos años nutren una de las tradiciones mas entrañables de la convivencia uruguaya”. Recordando que “La exitosa apertura reciente de un hipermercado puso en discusión el tema de la protección a los pequeños comerciantes. Sensible a esta problemática, el “equipo de la 2000” se compromete y a continuación enumeraba 6 puntos con políticas que favorecerían a las Pymes.

¹⁵⁷ Pablo Villar. Radio “El Espectador” programa “El Espectador”, 20 - 10 - 1999 Reproducción en Internet

¹⁵⁸ Manuel Calvo, diario “El País” 14 de setiembre de 1999 p. 3

políticos frente a su problemática al aprobarse por unanimidad el referido proyecto en la Cámara de Diputados. Un comunicado de la Intergremial de Comerciantes Tradicionales y Pequeñas y Medianas Empresas decía: “Recibimos con optimismo y esperanza mesurada la histórica y significativa aprobación en la Cámara de Diputados, que a través de sus integrantes brindó una clara señal hacia la sociedad. Esto significa confirmar que se sigue siendo fiel a sus tradiciones, brindando siempre el espacio necesario para la convivencia de todos los sectores” Al respecto de lo actuado por la Comisión Departamental de Montevideo un entrevistado decía:

“(...) la comisión sirvió, tiene sus defectos, a nivel de gobierno dicen que por la Comisión o por haberse aprobado la Ley, impedimos que entrara al país Carrefour, eso hubiese sido terrible, por que Carrefour en Argentina cuando entró fue nefasto, por que tiene una guerra a nivel internacional con Gean, entonces empieza una guerra de precios brutales que destruye todo lo que está cerca”

Agregando

“Según el Presidente, en el momento, cuando se aprobó, dijo que esto había evitado la posibilidad que ingresaran inversiones geminas, en el caso de Carrefour, realmente no sé, yo no lo veo, yo no creo que impidió nada. Si hubiera solicitado el permiso hubiese entrado”.¹⁵⁹

A través del Gobierno Departamental de Montevideo se suspende reiteradas veces el ingreso de nuevos permisos de construcción creando una Comisión Especial a fin de estudiar las normas complementarias relativas al uso no residencial del suelo, en cuanto a la instalación de hipermercados comerciales de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial (POT). El decreto de la Junta Departamental de Montevideo decía: “Es voluntad del Cuerpo que la Intendencia Municipal de Montevideo proceda a reglamentar a la brevedad el uso del suelo no residencial en el departamento de Montevideo, teniendo especial cuidado de equilibrar la desigualdad existente entre los comerciantes - minoristas y los grande emprendimientos financieros comerciales, así como el impacto urbanístico y social que estos producen en las distintas zonas de Montevideo”¹⁶⁰

Entre los principales logros de las gremiales empresariales se encuentra, sin lugar a duda, el de haber puesto el tema a consideración de un amplio sector de la sociedad, sensibilizando con su problemática no solo a la clase política sino a también a parte de la opinión pública.

¹⁵⁹ Entrevista a dirigente gremial que participó en los reclamos.

¹⁶⁰ Decreto de la Junta Departamental de Montevideo sobre la instalación de establecimientos comerciales de grandes superficies.

Conclusiones

Se podría afirmar que se comienza a visualizar un **movimiento independiente** de las gremiales empresariales representantes del micro, pequeño y mediano empresariado, **separándose de las gremiales** madres contrariando lo que había sido su comportamiento histórico, y adquiriendo a la vez un **perfil propio**. Agrupándose por primera vez, formando la Intergremial y más adelante pasando a integrar la Concertación para el Crecimiento.

Se observa que estas gremiales abandonan su tradicional “perfil bajo” como lo describe Lanzaro “(...) en convocatoria, en audiencia en el porte público, que se les reconoce usualmente a las cámaras gremiales”¹⁶¹ para convertirse en **activas defensoras**, en primera instancia, de sus intereses.

Sus reclamos siguen siendo dirigidos fundamentalmente al Estado, sin abandonar la característica de trabajar exclusivamente por “objetivos sectoriales” pero buscando a través de la opinión pública su “legitimación”.

En cuanto a la “**incidencia**” en la elaboración de políticas que favorezcan al sector es posible pensar que esta es **relativa** encontrándose la mayor respuesta en el Poder Legislativo. Si consideramos que el Uruguay es un país fuertemente presidencialista, con una importante concentración de poder en el Ejecutivo, vemos que sus reclamos no encuentran, en este, la respuesta esperada. Si bien es difícil medir el peso, a la hora de la elaboración de políticas de las grandes empresas es admitido las facilidades con que cuentan las mismas para su instalación, y posterior funcionamiento, lo que nos permite afirmar que no todos los sectores empresariales tienen el mismo peso, encontrándose las grandes empresas, fundamentalmente las multinacionales, en situación privilegiada en su relación con el Estado frente al sector del empresariado que nos ocupa.

A nivel departamental la mayor información disponible es sobre el gobierno de Montevideo, en donde las gremiales representantes de la micro, pequeña y mediana empresa no encuentran señales claras de apoyo frente a su problemática. Si bien a nivel de la Junta Departamental sus reclamos encuentran apoyo suspendiéndose la recepción de nuevos permisos, las grandes bocas comercializadoras siguen abriendo sus puertas. Lo que indica que su poder de negociación tiene mayor peso que el de las gremiales representantes de las Pymes, también con la Intendencia de Montevideo pese a ser un gobierno de izquierda.

A partir de este trabajo surgen algunas preguntas:

¹⁶¹ Lanzaro J.: 1991. p 58

¿Es este un nuevo fenómeno, donde las gremiales representantes de las Pymes se convertirán en actores activos del quehacer nacional, o es simplemente un hecho puntual debido a la grave crisis que sufre el país?

¿Su articulación con la clase política tiene un nuevo derrotero, abandonando el tradicional “red de clientelas” y el lobby político y buscando nuevas formas de presión?

- Arocena, José. 1990: "La pequeña empresa" perfil de un actor, claeu. Ediciones de la Banda Oriental, Uruguay
- Benedicto, Jorge. Morán María Luz: 1995: "Sociedad y Política" "Temas de sociología política" Alianza Editorial. Madrid
- Dahl, Robert. 1987: "Un prefacio a la teoría democrática" Ediciones Gernika, México.
- Bittencourt, Gustavo, Domingo Rosario, 2001: "EL CASO URUGUAYO", en "El Boom de la Inversión extranjera Directa en el Mercosur. Siglo Veintiuno Editora Iberoamericana, Madrid
- Cactano, Gerardo, 1992: "PARTIDOS, ESTADO Y CÁMARAS EMPRESARIALES EN EL URUGUAY (1900 – 1991)" en " Organizaciones Empresariales y Políticas Públicas" ciesu, Ediciones Trilce, Montevideo.
- Cactano, Gerardo, 2000: "El proceso electoral de 1999 y la recolocación de la política uruguaya", Instituto de Ciencia Políticas. Ediciones de la Banda Oriental, Uruguay
- Held, David, 1991: "Modelos de Democracia", Alianza Universidad, Madrid, Capítulo 6: Pluralismo, Capitalismo Corporativo y Estado
- Jerez, Miguel, 1997: " Los grupos de presión", en Rafael del Águila, Manual de Ciencia Política, Editorial Trotta, España
- Lanzaro, Jorge Luis, 1992: "LAS CÁMARAS EMPRESARIALES EN EL SISTEMA POLITICO URUGUAYO: ACCIONES INFORMALES E INSCRIPCIONES CORPORATIVAS" en Organizaciones Empresariales y Políticas Públicas" ciesu, Ediciones Trilce, Montevideo.
- Lindblom, Charles, 1991: "El proceso de elaboración de políticas públicas", Ministerio para las Administraciones Públicas, Madrid, Capítulo 9 y 10
- Martinez Blanco, Camilo, 2001; "GRANDES CADENAS, PODER DOMINANTE Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA" Fundación de Cultura Universitaria, Montevideo
- Miliband, Ralph, 1997: "El Estado en la sociedad capitalista", Editorial Siglo XXI, México
- Senatore, L., Zurbriggen, C. 2001: "SINDICATOS Y CÁMARAS EMPRESARIALES ANTE LA ELECCIÓN DE LOS REPRESENTANTES SOCIALES EN EL DIRECTORIO DEL BPS (ELECCIONES 2001), Departamento de Ciencia Políticas, Facultad de Ciencias Sociales
- Sekopol, Theda, 1989: "El Estado regresa al primer plano: estrategias de análisis de la investigación actual", Zona Abierta N° 50

- Smith, Martin, 1994: "Pluralismo, pluralismo reformado y neopluralismo" en representación de intereses y políticas públicas, Zona Abierta 67/68
- Smith, Martin, 1997: "EL PLURALISMO" en Marsh, David y Stoker, Gerry "Teoría y Método de la ciencia política", Editorial Alianza, Madrid.
- Stolovich Luis, Rodríguez Juan Manuel, 1987: "Gobierno y empresarios sus vínculos personales" en
"¿HACIA DONDE VA EL ESTADO URUGUAYO?"
FUNDACIÓN DE CULTURA UNIVERSITARIA.
CIEDUR
- Vigueras, Aníbal, 1998: "ESTADO, EMPRESARIOS Y REFORMAS ECONÓMICAS: EN BUSCA DE UNA PERSPECTIVA ANALÍTICA INTEGRADORA" en "Revista de la Sede Académica de México de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales" Junio de 1998
- Valles, Miguel, 1999: "TÉCNICAS CUALITATIVAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL" REFLEXIÓN METODOLÓGICA Y PRÁCTICA PROFESIONAL
EDITORIAL SÍNTESIS.MADRID
- Zurbriggen, Cristina, 1999: "LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES EN LA ESCENA DE LOS 90"
Departamento de Ciencias Políticas.-
Facultad de Ciencias Sociales.-
Documento de Trabajo N° 15
- Zurbriggen, Cristina, 2000: "EL PLURALISMO Y SUS LÍMITES" Marzo, 2000

PUBLICACIONES

DIARIOS:

"EL País"

"El Observador"

"La República"

"Últimas Noticias"

SEMANARIOS

“Brecha”

“Búsqueda”

Edición en Internet de Radio “El Espectador” programa “En Perspectiva”

Dirección: <http://www.espectador.com/tex/gdesup/>

Publicaciones de la Cámara de Representantes (Sin corregir)

Video: ASAMBLEA DE LA INTERGREMIAL “PARA SEGUIR TRABAJANDO EN NUESTRO PAÍS CON CAPITALS URUGUAYOS EN DEFENSA DEL TRABAJO Y DEL CONSUMIDOR”

Revista de la Asociación de Kioscos, Salones y Sub Agentes de y Quinielas

ENTREVISTAS

Entrevistas a dirigentes gremiales con destacada actuación en los reclamos llevados adelante por sus organizaciones. Los mismos son integrantes de:

Cámara Uruguaya de Fabricantes de Pasta

Centro de Panaderos del Uruguay

Asociación de Kioscos, Salones y Sub Agentes de Quinielas

Asociación Nacional de la Micro y Pequeña Empresa ANMYPE

Entrevista a un integrante de Cambadu (que habló a título personal)

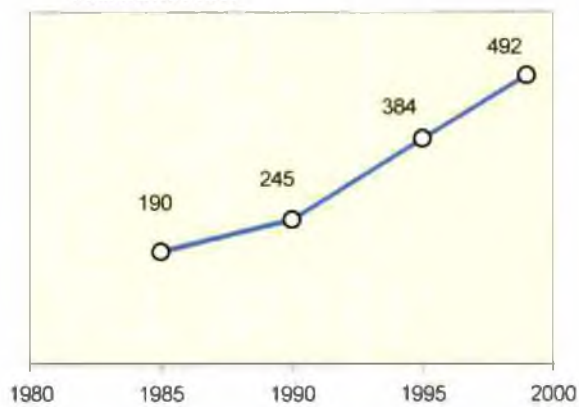
La transcripción de las entrevistas fue textual.

EVOLUCION DEL MERCADO

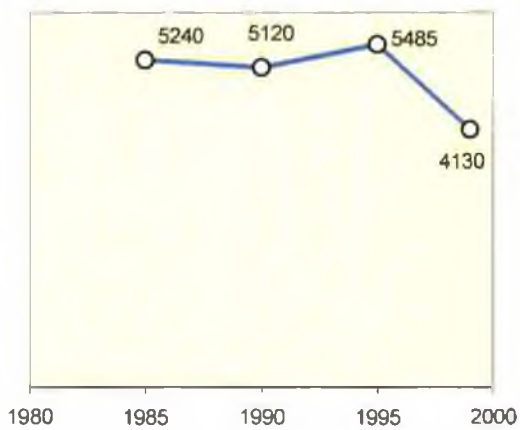
Supermercados



Autoservicio



Almacenes



Fuente: Diario "El Pais" 20 de agosto de 1999.
Datos de la Consultora Marketing.

ESTRUCTURA DE EMPRESAS PYMES EN EL URUGUAY

1- Unidades Económicas

Micro Empresa = 84%

Pequeña Empresa: = 12,7%

Mediana Empresa = 2,7%

Gran Empresa: = 0,6%



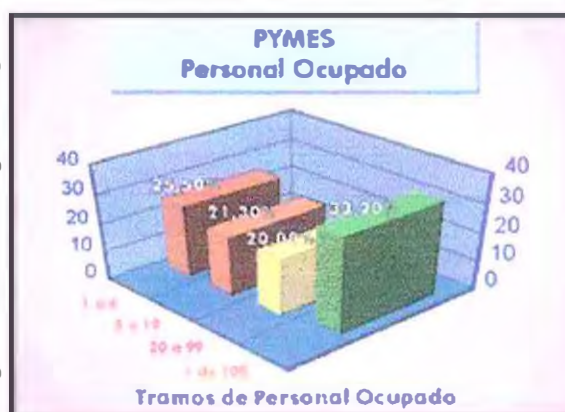
2- Personal Ocupado

Micro Empresa = 25,5%

Pequeña Empresa: = 21,3%

Mediana Empresa = 20%

Gran Empresa: = 33,2%





DINAPYME

CRITERIO DE CLASIFICACION DE EMPRESAS EN EL URUGUAY

(según lo establecido en el Decreto N° 54/92 del 7 de febrero de 1992 y N°266/95 del 19 de julio de 1995)

TIPO DE EMPRESA	PERSONAL EMPLEADO	VENTAS NETAS ANUALES hasta	ACTIVOS MÁXIMOS hasta
Micro Empresa	1 a 4 personas	USD 60.000	USD 20.000
Pequeña Empresa	5 a 19 personas	USD 180.000	USD 50.000
Mediana Empresa	20 a 99 personas	USD 5.000.000	USD 350.000

En base a esta categorización, el Sector PYME, representa el 99% de las unidades económicas productivas del sector privado del Uruguay.

CRITERIO DE CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS EN EL MERCOSUR

(de acuerdo a resolución N° 59/98, aprobada por el G.M.C. en diciembre de 1998)

SECTOR INDUSTRIA

TIPO DE EMPRESA	PERSONAL EMPLEADO	VENTAS NETAS ANUALES hasta
Micro	1 a 20 personas	USD 400.000
Pequeña	21 a 100 personas	USD 3.500.000
Mediana	101 a 300 personas	USD 10.000.000

SECTORES COMERCIO Y SERVICIOS

TIPO DE EMPRESA	PERSONAL EMPLEADO	VENTAS NETAS ANUALES hasta
Micro	1 a 5 personas	USD 200.000
Pequeña	6 a 30 personas	USD 1.500.000
Mediana	31 a 80 personas	USD 7.000.000

[Presentación](#) |
 [Clasificación de Empresas](#) |
 [PYMES en el Uruguay](#) |
 [Sector Artesanal](#) |
 [Financiamiento](#) |
 [Red OLAMP](#) |
 [Formulario Ofertas y Demandas](#) |
 [Home Page](#) |
 [E-Mail](#)



Referencianº37

LEY N° 17.188 (08/09/1999)

Normas relativas a establecimientos comerciales de grande superficies destinados a la venta de artículos alimenticios y de uso doméstico.

Artículo 1º.- La presente ley rige para los establecimientos comerciales de grandes superficies destinados a la venta de artículos alimenticios y de uso doméstico.

Artículo 2º.- Quedan comprendidos los establecimientos comerciales de grandes superficies que consten de un área total destinada a la venta al público de un mínimo de 300 metros cuadrados, excluyéndose los comercios de prestación de servicios.

Artículo 3º.- Créanse las Comisiones Departamentales de Protección de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Comercial y Artesanal, que actuarán con autonomía técnica asesorando preceptivamente al Intendente del departamento correspondiente quien resolverá, en definitiva, sobre los proyectos mencionados en el artículo 4º de la presente ley.

Estarán integrados por:

- 1) Un representante del Poder Ejecutivo, que la presidirá.
- 2) Un representante de la Intendencia Municipal del respectivo departamento.
- 3) Un representante del sector privado, que será designado por la Cámara Nacional de Alimentación y por la Confederación Empresarial del Uruguay.
- 4) Un representante de los consumidores, que será designado por las asociaciones de defensa del consumidor de cada departamento que posean personería jurídica y se encuentren inscriptas en el Área de Defensa del Consumidor del Ministerio de Economía y Finanzas.

En caso de empate, el Presidente tendrá doble voto.

Artículo 4º.- Ante la Comisión se presentarán los proyectos para instalar nuevos emprendimientos comerciales o para realizar ampliaciones sobre los ya existentes, siempre que excedan el mínimo previsto en el artículo 2º de la presente ley. Las solicitudes irán acompañadas de la documentación requerida.

La Comisión tendrá un plazo máximo de veinte días hábiles para determinar, el que comenzará a computarse a partir del siguiente al que esta autoridad tenga a su disposición toda la información documental que deba acompañar la empresa solicitante. En caso de no expedirse en ese término, se tendrá por aprobado el trámite.

Dentro de las cuarenta y ocho horas de verificada la decisión ficta o expresa, la Comisión deberá remitir al Intendente respectivo, el expediente que contenga la solicitud y sus antecedentes.

Artículo 5º.- La Comisión dispondrá de la información y asesoramiento que estimare conveniente, de todas las dependencias públicas, comunicándose directamente con los servicios que corresponda.

Artículo 6º.- La comisión deberá fundamentar la decisión que adopte, pronunciándose sobre los siguientes aspectos:

- A) La oferta y demanda global para cada sector de actividad en la zona que se pretenda instalar o ampliar un establecimiento de gran superficie. Se entiende por zona, el área comprendida dentro de un radio que será determinado por el Gobierno Departamental correspondiente.
- B) El impacto previsible del proyecto sobre la permanencia de los comerciantes de artículos y productos similares.

Artículo 7º.- Si la resolución adoptada por el Intendente fuera afirmativa, se seguirá el procedimiento previsto por la habilitación según las normas del Gobierno Departamental correspondiente. Si la misma fuera denegatoria en forma expresa o ficta, podrá impugnarse mediante el recurso de reposición, de acuerdo a lo dispuesto por el inciso quinto del artículo 4º de la Ley N° 15.869, de 22 de junio de 1987.

**GREMIALES AFILIADAS A LA CÁMARA NACIONAL DE
COMERCIO SERVICIOS DEL URUGUAY**

AGRUPACIÓN DE PROFESIONALES ASESORES EN SEGUROS
ASESORES EMPRESARIALES Y CONTABLES DEL URUGUAY
ASOCIACIÓN DE ADMINISTRADORES DE PROPIEDADES INMUEBLES
ASOCIACIÓN DE ARRENDADORES DE AUTOMÓVILES
ASOCIACIÓN COMERCIAL DEL URUGUAY
ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DE ARTÍCULOS PARA EL HOGAR
ASOCIACIÓN DE CONCESIONARIOS DE MARCAS DE AUTOMOTORES
ASOCIACIÓN DE HOTELES Y RESTAURANTES DEL URUGUAY
ASOCIACIÓN DE DESPACHANTES DE ADUANA DEL URUGUAY
ASOCIACIÓN DE DIRIGENTES DE MARKETING DEL URUGUAY
ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DE POMPAS FÚNEBRES Y ANEXOS
ASOCIACIÓN DE FARMACIAS DEL INTERIOR
ASOCIACIÓN DE FERRETEROS, BAZARISTAS Y AFINES
ASOCIACIÓN DE IMPORTADORES Y MAYORISTAS DE ALMACÉN
ASOCIACIÓN DE RADIOS DEL INTERIOR
ASOCIACIÓN DE REPRESENTANTES DE FIRMAS EXTRANJERAS
ASOCIACIÓN DE REPUESTEROS AUTOMOTORES DEL URUGUAY
ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS ADMINISTRADORAS DE CRÉDITO
ASOCIACIÓN NACIONAL DE REMATADORES Y CORREDORES INMOBILIARIOS
ASOCIACIÓN NACIONAL DE TRANSPORTE CARRETERO PARA AUTOBUSES
ASOCIACIÓN URUGUAYA DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD
ASOCIACIÓN URUGUAYA DE EMPRESAS ASEGURADORAS
ASOCIACIÓN URUGUAYA DE AGENCIA DE VIAJES
BOLSA DE VALORES DE MONTEVIDEO
CÁMARA DE ADMINISTRADORES DE SISTEMAS DE AHORRO PREVIO
CÁMARA DE ANUNCIANTES DEL URUGUAY
CÁMARA DE COMERCIO DE ARTÍCULOS DE ELECTRICIDAD Y ELECTRÓNICA
CÁMARA DE COMERCIO DE FOTO Y CINEMATOGRAFÍA

CÁMARA DE COMERCIO DE PRODUCTOS AGROQUÍMICOS
CÁMARA DE COMERCIO DE CALZADO Y AFINES
CÁMARA DE COMERCIO, TURISMO Y URBANISMO DE CARRASCO Y PUNTA GORDA
CÁMARA DE COMERCIANTES DE PESCA, CAMPING Y BUCEO
CÁMARA DE EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE CORRESPONDENCIA Y AFINES
CÁMARA DE ESPECIALIDADES VETERINARIAS
CÁMARA DE IMPORTADORES DE ARTÍCULOS DE OFICINA, ESCOLARES, DIBUJO Y AFINES
CÁMARA DE IMPORTADORES DE FERRETERÍA Y AFINES
CÁMARA DE IMPORTADORES DE MOTOCICLETAS
CÁMARA DE IMPORTADORES MAYORISTAS DE CALZADOS
CÁMARA DE IMPORTADORES DE REPUESTOS Y ACCESORIOS PARA AUTOMOTORES
CÁMARA DE IMPORTADORES DE SEMEN
CÁMARA DE IMPORTADORES DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES
CÁMARA DE IMPORTADORES Y REPRESENTANTES DE PAPELES, CARTULINAS Y AFINES
CÁMARA DE INSTRUMENTAL Y ESPECIALIDADES CIENTÍFICAS
CÁMARA DE LUBRICANTES Y AFINES
CÁMARA DENTAL
CÁMARA INMOBILIARIA URUGUAYA
CÁMARA DE OPERADORES DE TRANSPORTE MULTIMODAL
CÁMARA URUGUAYA DE ALIMENTOS BALANCEADOS
CÁMARA URUGUAYA DE EMPRESAS DE PERFORACIÓN
CÁMARA URUGUAYA DE EMPRESAS DE SEGURIDAD
CÁMARA URUGUAYA DE GAS LICUADO
CÁMARA URUGUAYA DE PERFUMERÍA COSMÉTICA Y ARTÍCULOS DE TOCADOR
CÁMARA URUGUAYA DE IMPORTADORES DE MÁQUINAS DE OFICINA E INFORMÁTICA
CÁMARA URUGUAYA DE TARJETAS DE CRÉDITO Y COMPRA
CÁMARA URUGUAYA DEL LIBRO
CÁMARA URUGUAYA DE TECNOLOGÍA DE LA INFORMÁTICA
CÁMARA URUGUAYA DE TELEVISIÓN POR ABONADOS
CÁMARA URUGUAYA DE TIENDAS IMPORTADORAS TEXTILES
CENTRO DE BARRAQUEROS DE ARTÍCULOS DE CONSTRUCCIÓN

CENTRO DE CASAS DE ÓPTICA

CENTRO DE FARMACIAS DEL URUGUAY

CENTRO DE INDUSTRIALES PANADEROS

CENTRO DE TALLERES MECÁNICOS DE AUTOMÓVILES

CONFEDERACIÓN DE CONFITERÍAS BOMBONERÍAS Y AFINES

UNIÓN DE EXPORTADORES DEL URUGUAY

Fuente: CNCs <http://www.cncs.com.uy/>

Referencia N° 61

**GREMIALES AFILIADAS A LA CÁMARA DE INDUSTRIAS DEL
URUGUAY**

ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE ARTÍCULOS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS

ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE BOLSAS DE ARPILLERA

ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE BOTONES, HERRAJES Y ACCESORIOS PARA CUEROS
Y CONFECCIONES

ASOCIACIÓN URUGUAYA DE FABRICANTES DE FIBRAS SINTÉTICAS Y ARTIFICIALES

ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE PAPEL

ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE PINTURAS E INDUSTRIALES AFINES

ASOCIACIÓN DE PRENDAS DE TEJIDO DE PUNTO

ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES DE LA MADERA COMPENSADA Y AGLOMERADA

ASOCIACIÓN DE INDUSTRIAS DEL FRÍO

ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL URUGUAY

ASOCIACIÓN DE LABORATORIOS NACIONALES

ASOCIACIÓN DE LAVADEROS DE LANA

ASOCIACIÓN DE MOLINEROS URUGUAYOS DE YERBA MATE

ASOCIACIÓN DE LA INDUSTRIA FRIGORÍFICA DEL URUGUAY

ASOCIACIÓN DE INDUSTRIAS QUÍMICAS

ASOCIACIÓN DE LAS INDUSTRIAS DE PRODUCTOS AGROQUÍMICOS Y VETERINARIOS

ASOCIACIÓN URUGUAYA DE CERÁMICA BLANCA Y REFRACTARIA

ASOCIACIÓN URUGUAYA DE GAS LICUADO DE PETRÓLEO

ASOCIACIÓN URUGUAYA DE INDUSTRIAS DEL PLÁSTICO

CÁMARA DE ESPECIALIDADES FARMACEUTICAS Y AFINES

CÁMARA DE FABRICANTES DE COMPONENTES AUTOMOTORES

CÁMARA DE FABRICANTES DE MÁQUINAS, MOTORES, REPUESTOS Y ACCESORIO

CÁMARA DE FABRICANTES DE MUEBLES Y AFINES DEL URUGUAY

CÁMARA DE FABRICANTES DE NEUMÁTICOS

CÁMARA DE FABRICANTES DE VIDRIOS

CÁMARA DE INDUSTRIALES AUTOMOTRICES DEL URUGUAY

CÁMARA DE INDUSTRIALES DE LA MADERA

CÁMARA DE INDUSTRIALES EXPORTADORES DE ARENA Y PIEDRA
CÁMARA DE INDUSTRIALES NAVALES
CÁMARA DE LA INDUSTRIA CURTIDORA URUGUAYA
CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE LA PIEDRA
CÁMARA DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO
CÁMARA DE LA INDUSTRIA DEL CAUCHO Y AFINES DEL URUGUAY
CÁMARA DE LA INDUSTRIA LÁCTEA DEL URUGUAY
CÁMARA DE PRODUCTORES DE HUEVO
CÁMARA INDUSTRIAL DE ALIMENTOS ENVASADOS
CÁMARA INDUSTRIAL DE ARTÍCULOS DE CEMENTO Y YESO
CÁMARA INDUSTRIAL DE LA VESTIMENTA
CÁMARA INDUSTRIAL DE JUGUETES Y AFINES
CÁMARA MARROQUINERÍA URUGUAYA
CÁMARA METALÚRGICA
CÁMARA NACIONAL DE ACEITES COMESTIBLES
CÁMARA SIDERÚRGICA
CÁMARA URUGUAYA DE CAFÉS
CÁMARA URUGUAYA DE EMPRESAS SUMINISTRADORAS DE PERSONAL
CÁMARA URUGUAYA DE LA INDUSTRIA AERONÁUTICA
CÁMARA URUGUAYA DE PERFUMERÍA , COSMÉTICA Y ARTÍCULOS DE TOCADOS
CENTRO DE BODEGUEROS DEL URUGUAY
CENTRO DE FABRICANTES DE BEBIDAS SIN ALCOHOL Y CERVEZAS
CENTRO DE FABRICANTES DE ENVASES METÁLICOS Y TAPAS CORONA
CENTRO DE FABRICANTES DE ESCOBAS, CEPILLOS, PINCELES Y PLUMEROS
CENTRO DE FABRICANTES DE LICORES
CENTRO DE FABRICANTES DE MATERIALES CERÁMICOS
CENTRO DE FUNDIDORES DE HIERRO Y ACERO
CENTRO DE INDUSTRIALES AZUCAREROS
CENTRO DE PROPIETARIOS DE BRONCERÍAS Y ANEXOS
GREMIAL DE FIDEEROS
GREMIAL DE MOLINOS ARROCEROS
UNIÓN DE CARROCEROS DE ÓMNIBUS, CAMIONES Y AFINES DEL URUGUAY

Fuente: CIU <http://www.ciu.com.uy/gremiales.html>

CONCENTRACIÓN PARA EL CRECIMIENTO

Integración:

Asociación de Cultivadores de Arroz

Federación Rural

Unión de vendedores de Carne

Unión de Vendedores de Nafta

Centro de Farmacias

Centro de Panaderos

Comisión Nacional de Fomento Rural

Confederación Empresarial de Uruguay

Confederación Granjera

Confederación Uruguaya del Transporte

Asociación de Ferreteros

Asociación Nacional de Pequeñas y Medianas Empresas

Asociación Nacional de Productores de Leche

Asociación de Remitentes a Conaprole

Asociación de Quioscos

Asociación de Profesionales Asesores de Seguro

Asociación de Empresas Agroaplicadoras

Asociación de Colonos

Asociación de Productores Orgánicos

Asociación de Ingenieros Agrónomos

Asociación de Fomento Agrario de Joanicó

Asociación de Barraqueros

Centro de Viticultores

Intergremial de productores de Carne y Lana

Intergremial del Transporte

Mesa Coordinadora de Entidades Agropecuarias

Fuente: Internet – www.uc.org.uy

JUNTA DEPARTAMENTAL DE MONTEVIDEO
DECRETO N° 28.594

LA JUNTA DEPARTAMENTAL DE MONTEVIDEO

DECRETA:

Artículo 1°.- Supéndase por 180 (ciento ochenta) días a partir de la promulgación del presente decreto, la recepción de permisos de construcción o demolición relativos a la instalación de establecimientos comerciales de grandes superficies.

Esta suspensión no afecta aquellos trámites que hayan obtenido informe favorable respecto de la viabilidad de usos prevista en el Art. D. 180 del Plan de Ordenamiento Territorial.

Artículo 2°.- Créase una comisión especial a fin de estudiar las normas complementarias relativas al uso no residencial del suelo en cuanto a la instalación de hipercentros comerciales, de conformidad con los principios básicos establecidos en el Art.º D. 181 del Plan de Ordenamiento Territorial (Decreto N° 28.242, de 16 de setiembre de 1988) y teniendo especialmente en cuenta el impacto urbanístico y social que estos centros comerciales producen en las distintas zonas de Montevideo.

Artículo 3°.- Es voluntad del Cuerpo que la Intendencia Municipal de Montevideo, proceda a reglamentar a la brevedad el uso del suelo no residencial en el departamento de Montevideo teniendo especial cuidado de equilibrar la desigualdad existente entre los comerciantes minoristas y los grandes emprendimientos financieros - comerciales, así como el impacto urbanístico y social que estos producen en las distintas zonas de Montevideo.

Artículo 4°.- Comuníquese

SALA DE SESIONES DE LA JUNTA DEPARTAMENTAL DE MONTEVIDEO, A
VEINTISIETE DE MAYO DE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y NUEVE.-

**CASOS CONSIDERADOS POR LA COMISIÓN DEPARTAMENTAL
DE PROTECCIÓN DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA
EMPRESA COMERCIAL Y ARTESANAL DE MONTEVIDEO**

Casos con recomendación de aprobación por parte de la Comisión:

Disco S.A. Avda . San Quintín 4376 (Área de venta 2.574 m2) Fecha de aprobación 27/3/01

Keneltur S.A. Supermercado en calle Santa Ana 4108 (Área de venta 583,0 m2) Fecha de Aprobación 23/3/01

Cooperativa Municipal calle Soriano y Santiago de Chile (Área de venta 470 m2)

Cooperativa Electoral ampliación absolutamente irrelevante en función que el metraje correspondiente a la superficie total del emprendimiento es del 3%.
Siendo básicamente ampliación del Salón de Fiestas. Fecha de aprobación 27/6/01.

Caso Tipowato S.R.L. Avda. Italia y Samuel Blixen (Área de venta próxima a 3.000 m2)
Además este emprendimiento propone la implantación de un complejo urbano con 270 viviendas y un número importante de oficinas de uso comercial. Fecha de aprobación 10/7/01.

Caso Malibe calle Solano López y Nancy (Área total 417,80 m2). Fecha de aprobación 21/8/01

Caso Glenby S.A. Retiró guía de presentación el día 6/4/01, el caso fue observado por faltar algunos puntos del numeral 4 de la Guía de Presentación, pero no se presentó la información solicitada al día de la fecha.

**Casos que no corresponde su consideración por parte de la Comisión
(Ampliaciones)**

Supermercado Frigorey ubicado en Zum Felde N° 2045/47 (Área de venta 472 m2), solicita ampliación de área de público, contando con autorización para funcionar como tal con un área de público de 340 m2

Empresa Aduril S.A. Avda . Lezica 6345 (Área de venta 380 m2). Fecha de aprobación 21/8/01

Empresa Mimatec S.A. (Multiahorro N° 10). Con. Carrasco 4656 dicho local cuenta con habilitación por 8 años, iniciada el 22/9/97 y concedida el día 25/11/99.

Casos con recomendación de no aprobación por parte de la Comisión.

Mimatec S.A. (Mutiahorro N° 9) Avda. Gral. Flores 4104. (área de venta 369,0 m2). Fecha 3/4/01. En este caso la Comisión no se encuentra en condiciones de pronunciarse, a partir de la información suministrada.

Jopito S.R.L. Avda. F. Solano López y Avda. Rivera (Área de venta 1.400 m2). Fecha de no aprobación 28/8/01

Casos a ingresar para su estudio por parte de la Comisión

Supermercado La Tabla. Avda. Gral. Flores 5495 (Área de venta 390 m2)

Supermercado Ta -Ta (ampliación zona Paso Molino)

Nueva propuesta por parte de Jopito en zona Buceo, Avda. F. Solano López y Avda. Rivera.

FUENTE: Versión taquigráfica de la reunión realizada el día 8 de octubre de 2001 por la Comisión especial para el estudio de soluciones legislativas referentes a la libertad de comercio en el Uruguay de la Cámara de Representantes.