

# Instituto de Ciencia Política

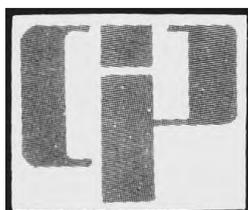
## Facultad de Ciencias Sociales

### Universidad de la República

Las organizaciones empresariales en la escena de los 90

Cristina Zurbriggen

Documento de Trabajo N° 15  
1999



# **LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES EN**

## **LA ESCENA DE LOS 90.**

### **INTRODUCCIÓN**

En la última década del siglo, las relaciones entre organizaciones empresariales, Estado y sistema político están sufriendo modificaciones ligadas a las transformaciones estructurales que experimenta la economía uruguaya.

La apertura comercial, la integración regional, la desregulación de los mercados, la redefinición del papel del estado, se tornan los temas centrales que caracterizan el nuevo proceso de reestructura económica. Esta estrategia de desarrollo se diferencia sustancialmente de aquella basada en las políticas proteccionistas de las economías domésticas.

El ambiente general dentro del cual se mueven los empresarios ha cambiado substancialmente. Las empresas presencian una situación dinámica y cambiante, caracterizada por la globalización y regionalización de los mercados, la importancia de la productividad e innovación como factores de competitividad y la incorporación del concepto de calidad a todos los niveles de la empresa.

Estos cambios han conducido a una serie de redefiniciones: en el papel del Estado, en el papel de la empresa privada, en las organizaciones empresariales y en los sindicatos, entre otros actores.

La empresa privada debe orientar su acción hacia la competencia y la innovación, desplegando una estrategia menos centrada en el lobby hacia el gobierno y más centrada en las señales del mercado.

Las cámaras empresariales y sindicatos habituados a vivir bajo la sombra del Estado deben aprender a desplegar iniciativas más autónomas.

Los líderes técnico-políticos tienen que generar bases mínimas para racionalizar la función estatal haciéndola más autónoma de las presiones políticas y de los intereses de lobbies corporativos (Campero G. 1991).

Dada la magnitud de las transformaciones, se trata de un período donde no solo se registran cambios económicos y técnicos, sino que, implican también redefiniciones importantes en la articulación entre los actores públicos y privados. Por consiguiente, es preciso tener en consideración, que todo proceso de reconversión económica lleva consigo a su vez un proceso de reconversión social y política, en el sentido estricto de las estructuras de mediación entre estado y sociedad, en las formas de incorporación política de los actores sociales y en las formas de representación de sus intereses.

Por lo tanto, cómo y cuánto se relacionan Estado, mercado y acción colectiva en este nuevo contexto histórico, se tornan preguntas fundamentales, tanto para promocionar el crecimiento económico como para regular los costos sociales (Campero, G. 1991).

Para poder responder a estas preguntas, se hace necesario como punto de referencia inicial y fundamental, mapear y jerarquizar las organizaciones empresariales en la escena de los 90, dada la escasa producción bibliográfica nacional<sup>1</sup>.

Con el objeto de dimensionar mejor la profundidad de los cambios en curso, el trabajo se inicia con una breve reseña histórica sobre el surgimiento de las cámaras empresariales más importantes del país. En segundo lugar, se exponen los rasgos más distintivos del accionar colectivo empresarial entre la década de 1930 y los años 80. Para luego, analizar las tendencias de un proceso en transformación, tanto en lo referente al desempeño de las cámaras empresariales, como en la rearticulación de las mismas con el Estado y su entorno en la escena de los 90.

## 1. BREVE RESEÑA HISTÓRICA

### 1.1 El surgimiento de las cámaras empresariales.

Las primeras organizaciones empresariales datan de fines del siglo XIX y comienzos del siglo XX. La creación de las mismas tuvo lugar en un contexto histórico que se caracterizó por un proceso de gran dinamismo económico, acompañado por la consolidación del Estado nacional.

De esta época datan la Cámara Nacional de Comercio (1867), la Asociación Rural del Uruguay (1871), la Cámara de Industrias del Uruguay (1898)<sup>1</sup>, la Cámara Mercantil de Productos del País (1908)<sup>2</sup>.

En el sector comercio, la intensa actividad comercial que se desarrollaba ya desde la mitad del siglo XIX, llevó a que un grupo de comerciantes creara en 1867 la Bolsa de Comercio. La Cámara Nacional de Comercio se originó como un órgano dentro de la Bolsa de Comercio que tenía la representación de la Institución, que regulaba el mercado bursátil y que en particular se encargaba de atender y difundir las inquietudes del sector empresarial<sup>3</sup>.

En 1871 se funda la Asociación Rural del Uruguay teniendo como "objeto primordial"[... ] "formar un gremio de todos los que le interesan el progreso del país, propendiendo especialmente a introducir toda clase de mejoras en los ramos tan importantes de ganadería y agricultura, a cuyo desarrollo tan maravilloso se presta la fertilidad de este suelo"<sup>4</sup>. Conseguir el orden en la campaña, fomentar el alambramiento de los campos y el mestizaje del ganado fueron los objetivos iniciales con los que se fundaron dicha asociación.

Posteriormente, la dinámica del desarrollo agroeconómico y la extensión de los cultivos, dieron impulso al comercio y la necesidad de especialización, exigiendo la aparición de empresas dedicadas a la comercialización de productos agropecuarios. Los comerciantes fundan en 1881 el "Centro de Consignatorios de Frutos del País". En 1883 pasará a denominarse "Centro Comercial de Productos del País", agrupación que nucleaba particularmente a los comerciantes laneros. Posteriormente al fusionarse con la "Sala de Comercio de Productos del País", que reunía a los representantes de la agricultura y derivadas, dará origen en el año 1908 a la Cámara Mercantil de Productos del País.

Por su parte, la incipiente diversificación de la estructura productiva comenzó a materializarse en el último cuarto del siglo pasado, dando lugar al primer impulso industrializador de nuestro país. En 1898, se funda la "Unión Industrial del Uruguay", motivada por la necesidad de instituir una organización que impulsara el desarrollo y el progreso de la industria incipiente. Sus estatutos, sancionados en su oportunidad, establecían que sus fines eran propender y contribuir a que las leyes que se proyecten sean justas y equitativas y cooperen al desarrollo general de las industrias nacionales, suprimiendo por todos los medios posibles las restricciones que puedan perjudicar los intereses de aquellas" (Jacob, R.1981, 69). La defensa de los intereses nacionales, del trabajo nacional, de la materia prima nacional, de las finanzas del Estado- en una palabra, el nacionalismo

<sup>1</sup> La CIU se denominó originalmente Unión Industrial Uruguay. En el 1914 paso a denominarse Cámara de Industrias del Uruguay.

económico - fue el arma de combate de un grupo social constituido en su inmensa mayoría por extranjeros que buscaban una segunda patria.

No obstante, las organizaciones empresariales no se limitaron a promover los intereses de sus respectivos sectores, sino que en su acción se proyectaron al plano político.

La Federación Rural <sup>5</sup> fue la primera asociación en reconocer explícitamente la importancia de la participación directa de la institución en el proceso político. La misma data de 1915 y, surge como segunda agremiación nacional del sector agrario<sup>6</sup>, que agrupara a las Sociedades Rurales del interior del país.

La Federación adoptó un nuevo modelo de acción política y gremial, que se diferenciaba de las organizaciones empresariales ya existentes. Así lo expresaba, Irureta Goyena, principal promotor de la misma: "Los representantes de la producción se tienen que hacer oír por el Gobierno, pero en una forma menos académica, que lo que produce la formulación de algún voto platónico, o de algún pedido reverente, de alguna protesta enfática; tienen que hacerse oír pero con la autoridad de los que mandan, y no con el encogimiento de los que suplican, y para eso es necesario que la Federación se frote aún con vida, se mezcle en las luchas políticas y cargue los cañones, antes de disiparlos".

La defensa política de los intereses rurales no implicaba la constitución de un partido político alternativo a los ya existentes, ni la acción de organizar sus representantes en alguno de los dos partidos tradicionales. El objetivo central no era la conquista del poder, sino influir sobre las decisiones de los responsables de los poderes públicos<sup>7</sup>.

Así surgirá el primer grupo de presión al estilo moderno, considerando la estrategia de presión política extrapartidaria como el mejor método de acción que se adecuaba a la defensa de los intereses empresariales (Balbis, Caetano 1981).

Asimismo, las demás organizaciones empresariales mantuvieron en el transcurrir histórico, una neutralidad política partidaria, expresado en la reivindicación de lo "gremial" frente "a lo político"<sup>8</sup>.

No obstante, el "apoliticismo" declarado que caracterizó el accionar colectivo empresarial, no limitó el despliegue de estrategias para incidir sobre "las políticas", desde contactos y vínculos personales de los dirigentes con los líderes políticos, así como presiones en el Parlamento, participación en una compleja red de instituciones en la esfera del Poder Ejecutivo y en la Administración Pública (Filgueira, C. 1988).

Los rasgos iniciales del comportamiento colectivo empresarial condicionaron fuertemente el accionar futuro: promover sus intereses sectoriales y proyectarse al plano político, para influir en "políticas específicas", sin una acción concertada entre las distintas cámaras empresariales y con un claro perfil de exclusión de la vida política partidaria.

En el transcurso del siglo XX surgirán numerosas agremiaciones menores del agro, la industria, comercio y servicios compuestas por grupos más reducidos de empresarios de diferentes sectores y rama de producción, las cuales mayoritariamente se afiliarán a las organizaciones mencionadas.

Desde comienzos del siglo XX hasta 1933 florecieron las agremiaciones del sector agroexportador del país.

Entre 1933 y 1954, se constituyeron el 50% de los grupos industriales del país, los cuales se adhirió mayoritariamente a la Cámara de Industrias.

Posteriormente, se formaron numerosos sectores representativos del comercio y servicios, organizándose entre 1954 y 1973, el 32% de los grupos comerciales<sup>9</sup>.

En este proceso merece especial referencia la ley de Consejo de Salarios de 1943, que regulaba la participación de las organizaciones empresariales y sindicales en la fijación de salarios. Esta ley estimuló la creación de agremiaciones sectoriales tanto sindicales como patronales, para la representación de las mismas en los Consejos de Salarios correspondientes. Este factor es señalado como fundamental en la creación de gremial de la patronal bancaria, la Asociación de Bancos del Uruguay que data de 1945 (Guerrini, 1991).

En efecto, las organizaciones empresariales más antiguas y tradicionales se han organizado de acuerdo a los grandes sectores productivos del país:

- 1871 Asociación Rural del Uruguay (ARU);
- 1875 Cámara Nacional de Comercio (CNC);
- 1891 Cámara Mercantil de Productos del País (CMPP);
- 1898 Cámara de Industrias del Uruguay (CIU);
- 1915 Federación Rural (FR);
- 1945 Asociación de Bancos del Uruguay (ABU);

Es preciso mencionar que estas cámaras empresariales han protagonizado en el acontecer histórico muy pocos intentos de constituir una organización que represente el conjunto de los intereses empresariales<sup>10</sup>.

Por su parte, en el transcurrir del siglo XX se han constituido otras asociaciones que obedecen a intereses de otro orden, entre ellos, ubicación geográfica, participación en el mercado externo, tamaño de las empresas, etc. Así se originó, en 1942, la *Confederación Empresarial del Uruguay (CEDU)* con el objetivo de reunir a los centros comerciales e industriales del interior del país. Desde 1967 data la *Unión de Exportadores del Uruguay (UE)* para la promoción y desarrollo de las exportaciones. Asimismo, se conformaron otras organizaciones como la *Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresas (ACDE)*, la *Asociación de Dirigentes de Marketing*. En 1989 se creó la *Asociación Nacional de la Micro y Mediana Empresa (ANMYPE)*.

No obstante, debe señalarse que, a pesar de la proliferación de organizaciones empresariales<sup>11</sup>, las gremiales con más larga tradición histórica - Cámara de Comercio, Asociación Rural, Cámara de Industrias, Cámara Mercantil, Federación Rural, Asociación de Bancos- aparecen en la escena nacional como las asociaciones más representativas de sus respectivos sectores y con un potencial de poder y acción que las hace ser las interlocutoras favorecidas con relación a la burocracia estatal.

Diversos factores podrían explicar este fenómeno. Entre ellos podemos destacar, las formas y las prácticas institucionales que el sistema político ha proporcionado a los grupos empresariales para canalizar sus intereses, y el estatus que se les otorga a los mismos. El Estado le ha concedido a las cámaras empresariales un acceso privilegiado en el aparato estatal, en instancias tanto informales como formales. No obstante, la inserción ha variado a través de la historia y del sector respectivo.

Un segundo factor, a tener en consideración para analizar el papel relevante de las organizaciones empresariales "macrosectoriales" en el sistema político nacional, es el tamaño de las empresas afiliadas a las mismas. Si bien las cámaras empresariales se han cuidado de no difundir el tamaño de las empresas integrantes, dado que las mismas aspiran a representar los intereses de todas las

empresas independientemente de su volumen, no podemos negar el papel preponderante que tienen los grandes capitales en la dirección de las mismas.

En tercer lugar, es preciso considerar que estas agremiaciones han desarrollado una estructura organizacional compleja, con recursos humanos y financieros que le permiten desarrollar una estrategia más amplia para una representación de los intereses propios, así como establecer diversas formas de interconexión con las autoridades gubernamentales.

La CIU, la CNC y la CMPP tienen una fuente de ingreso muy importante, en función de las prerrogativas otorgadas por el Estado, concedidas a través de diferentes decretos del Poder Ejecutivo. La CIU, así como la CMPP son responsables por la emisión de los certificados de origen necesarios para la exportación. La CNC tiene un ingreso propio y singular, proveniente del precio que cobra la gremial para autorizar la cotización de acciones en la Bolsa de Comercio. La concesión de parte del Estado de estos privilegios, les han permitido a estas organizaciones consolidar su existencia y jerarquizar su funcionamiento, dándole además un importante canal de ingreso económico (OTT, 1995).

La ponderación de estas tres dimensiones (poder estructural, marco político-institucional, y atributos organizacionales)<sup>II</sup> explicaría el potencial de poder y acción a la hora de representar los intereses empresariales en el sistema político nacional.

---

<sup>II</sup> Ver Zurbriggen Cristina 1998.

## **1.2 Los rasgos más relevantes del accionar colectivo empresarial entre la década de 1930 y los años 80.**

Las cámaras empresariales han utilizado una pluralidad de estrategias para transmitir sus demandas al sistema político. No obstante, los estudios realizados, a excepción del trabajo de William Berenson, que data de 1975, carecen de bases empíricas sólidas que permitan fundamentar conclusiones valederas para todas las organizaciones empresariales. Por otra parte, la escasa visibilidad pública del proceder colectivo empresarial, fundamentalmente hasta inicio de los 90, dificultó la aproximación al objeto de estudio. Aún así puede concluirse, que los componentes más generalizables respecto al comportamiento colectivo empresarial han sido los siguientes:

La acción política de las agremiaciones ha estado fundamentalmente dirigida a ejercer influencia sobre las decisiones de políticas públicas a través de contactos directos con miembros del Poder Ejecutivo y la Administración Pública y, en menor medida, con el Poder Legislativo. La reiteración de los métodos es el hecho más visible, destacándose entre las estrategias: el envío de información técnica y de publicaciones a administradores públicos y jefes de gobierno; la invitación a funcionarios públicos a asistir a debates y mesas redondas; la pertenencia a la gremial de líderes que ocupan cargos públicos en el gobierno; participación en comisiones asesoras y organismos administrativos mixtos; contactos personales con autoridades de gobierno y presencia permanente de cada gremial en la esfera ministerial que le corresponde (Berenson 1975).

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.

La acción política empresarial estuvo orientada fundamentalmente a promover sus intereses sectoriales y proyectarse al plano político, para influir en "políticas específicas", sin una acción concertada entre las distintas cámaras empresariales. Este fenómeno, en parte se explica, por el tipo de relaciones que se desarrollaron entre los grupos y el Estado durante el modelo sustitutivo de importaciones. El Estado - afirman las cámaras empresariales - tuvo, en este modelo, una fuerte y creciente injerencia en la economía y en toda la sociedad. La intervención del Estado no se limitaba a la producción de bienes y servicios, sino que se caracterizaba por su afán regulador y por la cantidad de medidas de política que apuntaban a legislar sobre casos específicos. El estado más que fijar un marco general para el desarrollo de las diversas actividades económicas, intervino selectivamente, beneficiando a algunos sectores y perjudicando a otros. De hecho, el buscar la protección del gobierno se hizo para los empresarios más importantes que ser eficientes en su propia empresa<sup>12</sup>.

La centralidad adquirida por el Estado en el modelo anterior de desarrollo en parte explica la estrategia predominante del sector empresarial, influir sobre el Estado a través de las cámaras o individualmente sobre políticas que afectaban a intereses específicos (de un sector, de una rama productiva, e incluso de una empresa). "Todo esto llevó a que las cámaras empresariales desplegaran en su accionar mucho más poder de veto que capacidad de liderazgo hegemónico, mucho mayor eficacia por contrarrestar iniciativas puntuales o en bregar por objetivos sectoriales que en respaldar en forma protagónica la emergencia de políticas públicas verdaderamente alternativas" (Caetano 1992, 26).

Por consiguiente, las asociaciones midieron su eficiencia institucional en función de la capacidad de influir sobre el Estado, en función de los espacios ganados en relación con la burocracia

estatal y la capacidad de los dirigentes en obtener favores, más que agregar y representar los intereses de sus afiliados colectivamente (Filgueira, 1988).

La preponderancia del accionar de las agremiaciones empresariales, en tanto grupo de presión, no implica desconocer que en determinados periodos históricos, se crearon canales para un involucramiento más directo y orgánico de las cámaras empresariales en el aparato estatal.

En la producción bibliográfica nacional el tema ha sido analizado desde perspectivas tanto pluralistas como corporativistas. En la visión de José Luis Castagnola (1989) los grupos de interés y, por consiguiente las cámaras empresariales, muestran una modalidad de transmitir las demandas utilizando básicamente mecanismos de presión sobre el Estado, más que involucrarse directamente en instancias formalizadas de toma de decisiones. Los grupos ven canalizado buena parte de sus demandas a través de los partidos políticos, los cuales juegan un papel central como articuladores de los diversos intereses generados en la esfera de la sociedad civil con el espacio político público. Por su parte, los estudios de Jorge Luis Lanzaro (1986, 1987, 1992) introducen una conceptualización neocorporatista del tema. Para Lanzaro, la inserción de las cámaras empresariales y los sindicatos al sistema político nacional puede caracterizarse como de "adscripción corporativa". El autor muestra como las cámaras empresariales y los sindicatos tuvieron una participación directa, en diferentes etapas del transcurrir histórico, en instancias formales de definición de políticas públicas. No obstante, los mecanismos de adscripción corporativa de los intereses de clase han convivido con un sistema democrático pluralista, que encuentra en los partidos políticos y en la vida parlamentaria los ejes centrales de la vida política nacional.

Por su parte, Berenson caracterizó la inserción de los grupos empresariales en el sistema político como "parcial" o "quasi-corporatism". En 1973, el autor identificó más de 55 comisiones administrativas y consultivas que ejercían funciones de políticas públicas con participación institucionalizadas de grupos privados empresariales. La Cámara Nacional de Comercio, la Cámara de Industrias, la Asociación Rural, la Federación Rural y sus filiales aparecían desproporcionadamente representadas en el directorio de las comisiones identificadas. Por su parte, más de la mitad de las comisiones pertenecían al sector ganadero o primario, encargándose las mismas de formular y regular políticas agrícolas y ganaderas (Berenson 1975, 299-302).

De lo expuesto, se puede concluir que las cámaras empresariales han desplegado una capacidad de presión a ciertos niveles, con una inserción en el aparato estatal derivando en algunas áreas de políticas vínculos institucionales sólidos con éste, pero con una ausencia de una coparticipación efectiva en términos corporativos en los diseños de política general (Caetano, 1992). Por consiguiente, no se llegó a una "concertación corporativa"<sup>III</sup>.

---

<sup>III</sup> La "concertación corporativa" implica no solamente un único interés organizado con acceso privilegiado al gobierno, sino más bien una pluralidad de organizaciones que, por lo general, representan intereses antagónicos; y estas organizaciones solucionan sus conflictos y coordinan su acción con el gobierno en relación con las necesidades sistémicas de la economía nacional (Lehmbruch 1984, 99).

## **2. LAS CAMARAS EMPRESARIALES EN LA ESCENA DE LOS 90.**

En la década del 90, cambia el entorno económico y política en que actúan las cámaras empresariales.

En este nuevo escenario, signado por la instauración de un modelo de desarrollo orientado hacia la competencia, las cámaras empresariales deben llevar adelante una serie de transformaciones para adaptarse a las nuevas reglas de juego, así como redefinir sus estrategias de comunicación e interconexión con las autoridades estatales y con los principales actores políticos y sociales.

Las transformaciones en curso han instalado en el análisis político diversos interrogantes: uno de ellos es cómo y cuánto ha cambiado la conducta colectiva empresarial respecto a su comportamiento históricamente predominante.

### **2.1 Cartografía de las Cámaras Empresariales.**

Para el estudio de la magnitud de los cambios, se hace necesario como punto de referencia inicial y fundamental, mapear y jerarquizar las organizaciones empresariales en la escena de los 90.

En primer lugar, se constata que las agremiaciones agrupadas de acuerdo a los grandes sectores productivos mantienen el papel protagónico en el sistema político nacional.

Las organizaciones empresariales más relevantes se conforman actualmente de la siguiente manera:

La Asociación Rural del Uruguay <sup>IV</sup> esta constituida por productores agropecuarios, con predominio de los ganaderos. Es una organización integrada por 41 gremiales de primer grado (destacándose las sociedades de criadores de ganado vacuno y ovino), tiene cobertura nacional y declara 2000 socios aproximadamente.

La Federación Rural <sup>V</sup> agrupa a 67 sociedades de fomento rural de todo el país. Su base productiva dominante es la ganadería de carne vacuna y lanar.

La Cámara de Industrias del Uruguay <sup>VI</sup> esta formada por 62 agremiaciones de primer grado y tiene aproximadamente 1400 socios. Entre ellos predominan fabricantes de productos alimenticios, metalúrgicos, plástico, fabricantes de prendas de vestir, químicos, fabricantes de textiles, y en menor proporción industria gráfica y fabricantes de productos farmacéuticos<sup>13</sup>.

La Cámara Nacional de Comercio <sup>VII</sup> posee 54 filiales y 15 centros comercios e industriales del interior de país <sup>VIII</sup>. Entre sus socios están las grandes empresas comerciales e industriales, empresas de exportación e importación, otros intermediarios y servicios (despachantes de aduana, corredores de cambio, agencias de publicidad, agencias marítimas, etc.), boutique y pequeño comercio. Declara 10.000 afiliados.

---

<sup>IV</sup> En el Anexo se presenta el listado de filiales de la ARU.

<sup>V</sup> En el Anexo se presenta el listado de filiales de la FR.

<sup>VI</sup> En el Anexo se presenta el listado de filiales de la CIU.

<sup>VII</sup> Desde 1998 la Cámara Nacional de Comercio pasó a denominarse Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay.

<sup>VIII</sup> En el Anexo se presenta el listado de filiales de la CNC.

La Cámara Mercantil de Productos del País <sup>IX</sup> agrupa a los intermediarios (barraqueros y consignatarios) y exportadores de productos de la ganadería y de agricultura, incluyendo actividades industriales. Nuclea a 14 agremiaciones sectoriales.

La Asociación de Bancos del Uruguay <sup>X</sup> se diferencia del resto de las cámaras empresariales por una particular composición. Las demás organizaciones evidencian una proliferación de unidades menores en diferentes sectores de producción, con una fuerte atomización y heterogeneidad de sus componentes, por encima de la cual se sitúan como gremiales de segundo grado del comercio, el agro y la industria, en quienes reside el poder político. En cambio, la Asociación de Bancos constituye un grupo relativamente pequeño y homogéneo, filiales de los bancos multinacionales norteamericanos y europeos, y con un poder altamente concentrado dentro de un sector estratégico de la economía nacional. La ABU es una asociación de primer grado, tiene como afiliados a 17 Bancos <sup>14</sup>.

La Unión de Exportadores del Uruguay declara tener 300 afiliados entre los que figuran principalmente empresas exportadoras, pero también casas bancarias. Asimismo, forma parte del Consejo Directivo, en calidad de miembros permanentes representantes de los socios patrocinadores de la misma (CNC; CIU, CMPP; FR; ARU; Confederación Granjera del Uruguay) <sup>15</sup>, así como empresas exportadoras.

La CNC, la CIU, la AR y la CMPP tienen una estructura mixta. Por un lado, son organizaciones de segundo grado puesto que nuclean a gremiales de una rama o tipo de producción específica. Por otra parte, son gremiales de primer grado, ya que filian directamente a empresas individuales. En esta estructura las empresas pueden afiliarse directamente a la cámara "macrosectorial" o afiliarse a una gremial de primer grado y por intermedio de ella a la primera. Por su parte, la pertenencia de un empresario a un sector de la economía no implica que el mismo se afiliará únicamente a la asociación del sector correspondiente. La afiliación de las empresas a múltiples agremiaciones es otra de las características de las formas de sociabilidad empresarial <sup>16</sup>.

La AR, FR, CIU, CMPP y CNC agrupan actualmente a 250 <sup>XI</sup> unidades menores de la industria, comercio y servicios compuestas por grupos reducidos de empresarios de diversos sectores y ramas de producción. No obstante, existe un número importante de organizaciones de primer grado no afiliadas a ninguna de segundo grado <sup>17</sup>.

La heterogeneidad manifiesta del asociacionismo empresarial impide determinar el número exacto de organizaciones empresariales existentes en el país. Por su parte, la carencia de fuentes fidedignas impide asimismo determinar el número preciso de afiliados, así como la representatividad de las mismas. De la información proporcionadas por las cámaras macrosectoriales (cuadro N° 1) se constata tanto la baja afiliación, como la baja representatividad de las mismas. No obstante, las autoridades gubernamentales y sindicales no cuestionan la representatividad de las mismas, así como tampoco lo hacen las propias cámaras empresariales <sup>XII</sup> (OIT, 1995).

<sup>IX</sup> En el Anexo se presenta el listado de filiales de la CMPP.

<sup>X</sup> En el Anexo se presenta el listado de filiales de la ABU.

<sup>XI</sup> En el Anexo se presentan el total de filiales de primer grado que forman parte de las de segundo grado.

<sup>XII</sup> Por ejemplo, la CIU agrupa a 1400 socios, que representa un porcentaje muy pequeño si se considera el total de empresas industriales de nuestro país, las cuales llegan a unas 20.000, incluyendo las microempresas. No obstante, el ex presidente afirmó que esas 1400 empresas representan un porcentaje muy importante de la producción industrial nacional, que oscilaría entre un 85% y 95% de la producción nacional (Entrevista realizada En Perspectiva, Radio El Espectador, 11.11.98).

**CUADRO 1**  
**COMPOSICIÓN DE LAS CAMARAS MACROSECTORIALES**  
**1998**

	Empresas afiliadas	Gremiales afiliadas
Asociación Rural del Uruguay	2000	41
Federación Rural		67
Cámara de Comercio del Uruguay	10.000	54
Cámara de Industrias del Uruguay	1400	62
Cámara Mercantil de Productores del País	s/d	14
Unión de Exportadores del Uruguay	300	
Asociación de Bancos del Uruguay	17	

Fuente: Los datos fueron proporcionados directamente por las cámaras empresariales.

## 2.2 Organizaciones de cúpula: EL COSUPEM

La dificultad en la constitución de una organización de 3 nivel, representativa del conjunto del sector empresarial, ha sido otra constante en el accionar histórico colectivo empresarial<sup>18</sup>. No obstante, en los últimos años se han dado ciertos cambios.

En 1985, la Cámara de Comercio, de Industria y Mercantil constituyeron la "Comisión Intercameral Empresarial", a la que se unieron posteriormente la Asociación y la Federación Rural, la Asociación de Bancos y la Cámara de la Construcción. La misma fue creada más como un ámbito de intercambios de ideas y de coordinación de políticas en el ámbito interno, que como portavoz autorizado del empresariado frente a los otros interlocutores y a la opinión pública. Excepción a ello fue cuando dieron a conocer una postura conjunta, presentando al electo presidente Luis A. Lacalle, un documento titulado: "Hacia un Uruguay con futuro. Análisis y propuestas del sector empresarial privado"(1989)<sup>19</sup>.

Posteriormente, en 1994, la "Intercameral" dio paso al actual Consejo Superior Empresarial (COSUPEM)<sup>20</sup>.

El COSUPEM sostiene un funcionamiento informal y carece de una estructura orgánica. Sus reuniones se realizan circunstancialmente cuando sus integrantes lo determinan, en la sede de alguno de ellos, en cuyo caso la organización anfitriona preside la reunión. En el ámbito de estas reuniones informales se intercambian ideas con respecto a diferentes temáticas de interés, como política económica, arancelaria, laboral, etc.<sup>21</sup>. En 1994, al constituirse el mismo se elaboró un documento

denominado "Análisis y propuestas del Consejo Superior Empresarial". En dicho documento, se presentaron los reclamos del sector empresarial, a los principales aspirantes a la presidencia <sup>22</sup>.

Actualmente, al COSUPEM se han adherido otras organizaciones empresariales, siendo su conformación actual la siguiente: Asociación de Bancos, Asociación Nacional de Broadcasters del Uruguay (Andebu), Asociación Rural, Federación Rural, Cámara de Industrias, de la Construcción, de Comercio, Mercantil, Cámara Uruguaya de Turismo (Cuadro 2).

El COSUPEM se mantiene como un mecanismo de intercambio informal de posiciones entre los dirigentes de las distintas cámaras empresariales, no habiéndose constituido en un órgano de coordinación intersectorial institucionalizado. No obstante, en los últimos años se ha constatado un mayor trabajo en conjunto de las cámaras empresariales, así como una mayor visibilidad pública del Cosupem.

En materia laboral, el COSUPEM se transformó en algunos ámbitos en un portavoz del empresariado frente a otros actores y el Estado. Por ejemplo, el delegado empresarial en la Junta Nacional de Empleo, o en el Banco de Previsión Social tiene que ser designado por el COSUPEM. Asimismo, la representación del sector empresarial en las instancias de "Dialogo Social" iniciada en octubre de 1997, estuvo a cargo del COSUPEM.

Por otro lado, el Mercosur ha sido un tema de reunión e intercambio de ideas entre las distintas cámaras empresariales. El COSUPEM representa al sector empresarial en el Foro Consultivo Económico y Social del Mercosur. Asimismo, ha participado en representación del sector empresarial nacional en diferentes foros empresariales internacionales, así como en las negociaciones en torno al Alca <sup>23</sup>.

Del mismo modo, en el presente año, la lucha contra el comercio desleal y el contrabando han sido otros de los temas aglutinadores de la acción colectiva empresarial <sup>24</sup>.

### 2.3 Las cámaras empresariales en los 90.

Presentada la cartografía actual de las cámaras empresariales, es preciso analizar cómo las transformaciones económicas que ha experimentado la economía uruguaya, en la presente década, han afectado las estructuras de mediación entre estado y sociedad, las formas de incorporación política de los actores empresariales y las formas de representación de sus intereses.

En el presente contexto, cabe preguntarse en qué medida o aspecto se ha producido un cambio sustancial con respecto del accionar colectivo empresarial históricamente predominante.

Por consiguiente, el presente apartado tiene como objetivo exponer las transformaciones en curso que experimentan las cámaras empresariales, tanto en lo referente a sus estructuras internas, como en la rearticulación de las mismas con el Estado y su entorno, para poder dimensionar mejor la profundidad de los cambios ocurridos.

Wolfram Klein (1996), en un estudio sobre sindicatos y cámaras empresariales en el proceso de integración regional, señala que, en este nuevo contexto, se rompe con el lobby tradicional característico del modelo sustitutivo de importaciones, donde las cámaras empresariales estaban acostumbradas a influir sobre políticas específicas, a corto plazo, en el espacio nacional.

La estrategia política dominante desplegada durante el modelo anterior de desarrollo, fue el contacto directo y confidencial de los dirigentes con los tomadores de decisión en el gobierno, la actuación "discreta", "la escasa visibilidad pública", la "no confrontación abierta", la presión por determinadas políticas puntuales.

En el nuevo contexto histórico, las cámaras empresariales sin abandonar el "inside lobby" pasan a plantear las demandas y dirimir los conflictos de forma más directa y pública. Asimismo, en la lucha por ganar influencia y credibilidad, las organizaciones empresariales, más que antes, buscan fundamentar profesionalmente sus demandas y presentar programas alternativos. Lo que en muchas ocasiones, ha conducido a las cámaras "macrosectoriales" a adoptar posturas comunes con respecto a determinadas temáticas, como por ejemplo en política laboral, comercial, etc.

Los mecanismos de presión desplegados por las cámaras empresariales a ciertos niveles, se han complementado con la participación de las mismas en un aparato estatal en proceso de modernización.

En la actualidad, podemos dar algunos ejemplos de inserción institucional de las asociaciones en el aparato estatal, pero con la peculiaridad que cobran importancia los organismos públicos no estatales. Una demostración de ello es la participación de la Asociación Rural y la Federación Rural, en organismo de creación más reciente como el Instituto de Investigación Agropecuario (INIA)<sup>25</sup> y el Plan Agropecuario<sup>26</sup> en su nueva función desde 1996.<sup>xiii</sup>

La Cámara de Industrias participa en el Comité Nacional de Calidad (1991); proyecto de la Presidencia de la República encargado de organizar, dirigir y coordinar un Programa Nacional de Calidad.

---

<sup>xiii</sup> Es importante mencionar que la Federación Rural y la Asociación Rural son las cámaras empresariales que el transcurrir histórico, han mantenido una mayor inserción en el aparato estatal. Al respecto, señala Pifneiro que la Federación Rural tiene participación en 14 comisiones que funcionan en la órbita estatal. La Asociación Rural por su lado, los tiene en diecisiete comisiones. Estas son de muy variado tipo y capacidad de decisión. Algunas como el Instituto Nacional de Carne (INAC), el Secretariado Uruguayo de la Lana (SUL), la Comisión Honoraria del Plan Agropecuario, Junta Nacional de Granos, juegan un papel muy importante en la definición y la instrumentación de sus políticas respectivas (Pifneiro D., 1992a, 135).

Por su parte, las cámaras empresariales "macrosectoriales" participan en otros organismos públicos no estatales, como URUGUAY XXI, creado en 1996, para la promoción de exportaciones e inversiones en Uruguay.

Asimismo, el conjunto del sector empresarial, esta representado, desde 1992, en el directorio del Banco de Previsión Social<sup>27</sup>, así como en la Junta Nacional de Empleo<sup>28</sup>.

En el ámbito de comercio exterior, el Ministerio de Relaciones Exteriores y las cámaras empresariales han establecido nuevas formas de relacionarse. En el presente gobierno, la Cancillería dio un nuevo énfasis a la diplomacia económica comercial, organizando giras político-empresariales, en las que participan conjuntamente empresarios y autoridades de gobierno. En la realización de las misiones colaboran la Cancillería, la Unión de Exportadores, la Cámara de Industrias, la Cámara Nacional de Comercio, la Cámara Mercantil de Productos del País, y el Laboratorio Tecnológico del Uruguay. Las giras diplomática-comerciales han sido valoradas como muy positiva por los empresarios participantes, dando como resultado la intervención de 600 empresas, logrando en el último año y medio ventas al exterior por una suma de algo más de US\$ 400 millones<sup>29</sup>.

Por otra parte, la formación de redes informales que reúnen a los principales actores estatales y sociales interesados en resolver determinada materia, son otros de las nuevas formas de articulación entre actores público y privados. Un ejemplo de ello, es la Red Propymes, la cual tiene por objetivos impulsar la micro, pequeña y mediana empresa uruguaya a través de formación y capacitación de empresarios, mejorando el acceso de las PYMES a créditos, a la información, a nuevos mercados y nuevas tecnologías. Así como, fortalecer las instituciones públicas y privadas de apoyo a las PYMES.

Las instituciones que componen actualmente la Red PROPYMES son:

ACAC (Asociación de Cooperativas de Ahorro y Crédito),

CRECE (Centro Regional de Capacitación Empresarial),

CIU (Cámara de Industrias del Uruguay),

CND (Corporación Nacional para el Desarrollo),

DINAPYME (Dirección Nacional de Artesanías, Pequeñas y Medianas Empresas del Ministerio de Industria, Energía y Minería),

FUNDASOL (Fundación Uruguaya de Cooperación y Desarrollo Solidarios),

IPRU (Instituto de Promoción Económico Social del Uruguay),

LATU (Laboratorio Tecnológico del Uruguay),

OPP (Oficina de Planeamiento y Presupuesto), en conjunto con: GTZ (Sociedad Alemana de Cooperación Técnica).

Desde fines de 1997 publican la revista "Propymes" dirigida a pequeños y medianos empresarios como una forma de difundir información a los empresarios para la toma de decisiones. Asimismo, otorgan el "Premio de Promoción de la Pequeña y Mediana Empresa Innovadora"<sup>30</sup>.

Por consiguiente, tales redes forman parte de un seguro de sistema mutuo, donde las capacidades y responsabilidades de la conducción ya no radican exclusivamente en el Estado sino

que son compartidas mediante una trama de vínculos entre instancias estatales y actores sociales (Von Beyme 1991).

Con relación a las estructuras de gobierno y de gestión interna de las organizaciones denotan una cada vez mayor tecnificación y profesionalización (OIT 1995).

Las cámaras empresariales han tratado de hacer frente a un entorno más competitivo, desarrollando una serie de servicios a sus afiliados, estableciendo así nuevas formas de vinculación con los mismos. Por ejemplo, la Cámara de Industrias ha desarrollado, fundamentalmente desde 1992, los siguientes servicios: difusión de modelos gerenciales, de avances tecnológicos, sistemas de créditos y legislación en general, asistencia técnica en la conformación de consorcios de exportación, representación de intereses sectoriales en exposiciones y ferias nacionales e internacionales, cursos de capacitación, etc.<sup>31</sup>. Esta estrategia ha sido seguida asimismo por la Cámara Nacional de Comercio, la cual en 1998, pasó a denominarse Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay<sup>32</sup>.

En este proceso, cobran importancia los cargos no políticos al interior de las asociaciones, como la Secretaría Ejecutiva, o los técnicos en las comisiones asesoras y en la estructura general de la organización. Estos cargos, están ocupados por personas capacitadas, rentadas, que aportan sus conocimientos al mejor funcionamiento de la institución. El Secretario Ejecutivo o Gerente General, tiene a su cargo la administración directa de la organización, convirtiéndose en los últimos años en un cargo importante dentro del andamiaje de las instituciones<sup>XIV</sup>. Asimismo, en el marco de las asociaciones han cobrado gran relevancia las comisiones asesoras, formadas usualmente por miembros del Consejo Directivo e integradas por empresarios y técnicos especializados en temáticas de interés para la gremial. Estas comisiones tienen por cometido asesorar al Consejo Directivo en temas específicos (OIT, 1995).

Por consiguiente, la prestación de servicios por parte de las asociaciones, ha llevado a que las mismas optimicen su propia institución, transformándolas en organizaciones más tecnificadas y profesionalizadas.

En el presente contexto, es fundamental destacar las políticas de imagen que han desarrollado, en los últimos años, algunas organizaciones. La CNC ha impulsado diversas campañas de difusión de su pensamiento y de sus actividades, con el objetivo de divulgar el concepto de "empresa" y el valor de la figura empresarial. Esta estrategia es seguida asimismo por la CIU, la cual ha patrocinado desde 1995 la Vuelta Ciclista de Uruguay y, en el año 1998 organizó la Feria del Centenario.

---

<sup>XIV</sup> Los órganos políticos más relevante, si bien presentan algunas diferencias entre las cámaras empresariales, son: Cuerpo Elector, Asamblea General formado por los afiliados a la asociación, el Consejo Directivo encargado de la administración y gestión de la institución y, el Presidente que asume la representación de la misma<sup>XIV</sup>. En cuanto al funcionamiento interno de las organizaciones, los estatutos de las mismas aseguran un funcionamiento democrático de las instituciones, en la medida que está previsto la participación de las bases en la elección de sus dirigentes. Sin embargo, diversos estudios han confirmado la tendencia a la oligarquización en las cámaras empresariales uruguayas, dada la permanencia de un grupo reducido de persona en las directivas de las mismas (Berenson 1979, Bruera y Riella 1989, Riella 1989). No obstante, se constata en los últimos años intentos de democratización y apertura de las instituciones. Esto se verifica, por ejemplo, en la Cámara de Industrias del Uruguay, donde en 1992, después de 20 años donde no tenía lugar una contienda electoral en la elección de la directiva, participaron casi el 50% de los afiliados, en una organización donde la concurrencia a los comicios no superaba los 50 afiliados, aproximadamente 3% del padrón electoral.

Las agremiaciones han llevado adelante políticas de imagen orientadas a que la sociedad revalorice tanto el papel del empresariado, como de las propias organizaciones. Esto ha sido concomitante con un proceso de apertura de las mismas hacia la sociedad en general y el mundo.

El contacto entre las agremiaciones de otros países del Mercosur y el interés por conocer los problemas y ventajas de los países vecinos ha aumentado, lo que ha conducido a una clara orientación internacional de las agremiaciones. En este contexto se ha creado una red de información regional que pasa a ser una cuestión vital para las empresas. El poseer información sobre mercados, modelos gerenciales, avances tecnológicos, sistema de créditos y legislación en general representa, sin duda, diferencias substanciales en el desempeño de las empresas. Asimismo, las interconexiones con asociaciones empresariales de los países que integran el Mercosur han aumentado, dando lugar a la creación de la Cámara de Comercio del Mercosur<sup>xv</sup>, así como del Consejo Industrial del Mercosur (CIM)<sup>xvi</sup>.

Las transformaciones mencionadas son una muestra del aumento de autonomía de las cámaras empresariales con respecto al gobierno y del gobierno con respecto a las mismas (Klein 1996). Diversos autores han señalado, que en este proceso de transformación de la estructura social es substancial, por una lado asegurar la autonomía de las instituciones y organizaciones sociales de la influencia estatal. La capacidad de organización propia es una condición fundamental para una representación efectiva de los propios intereses, así como establecer estrategias de interconexión entre las organizaciones y entre ellas y el Estado. Por otra parte, el Estado debe protegerse de la influencia de los grupos privilegiados, pues solo un Estado relativamente autónomo es capaz de orientarse hacia los intereses sociales y políticos generales (Eßer, K., Hillebrand, Messner, Meyer-Stammer 1994).

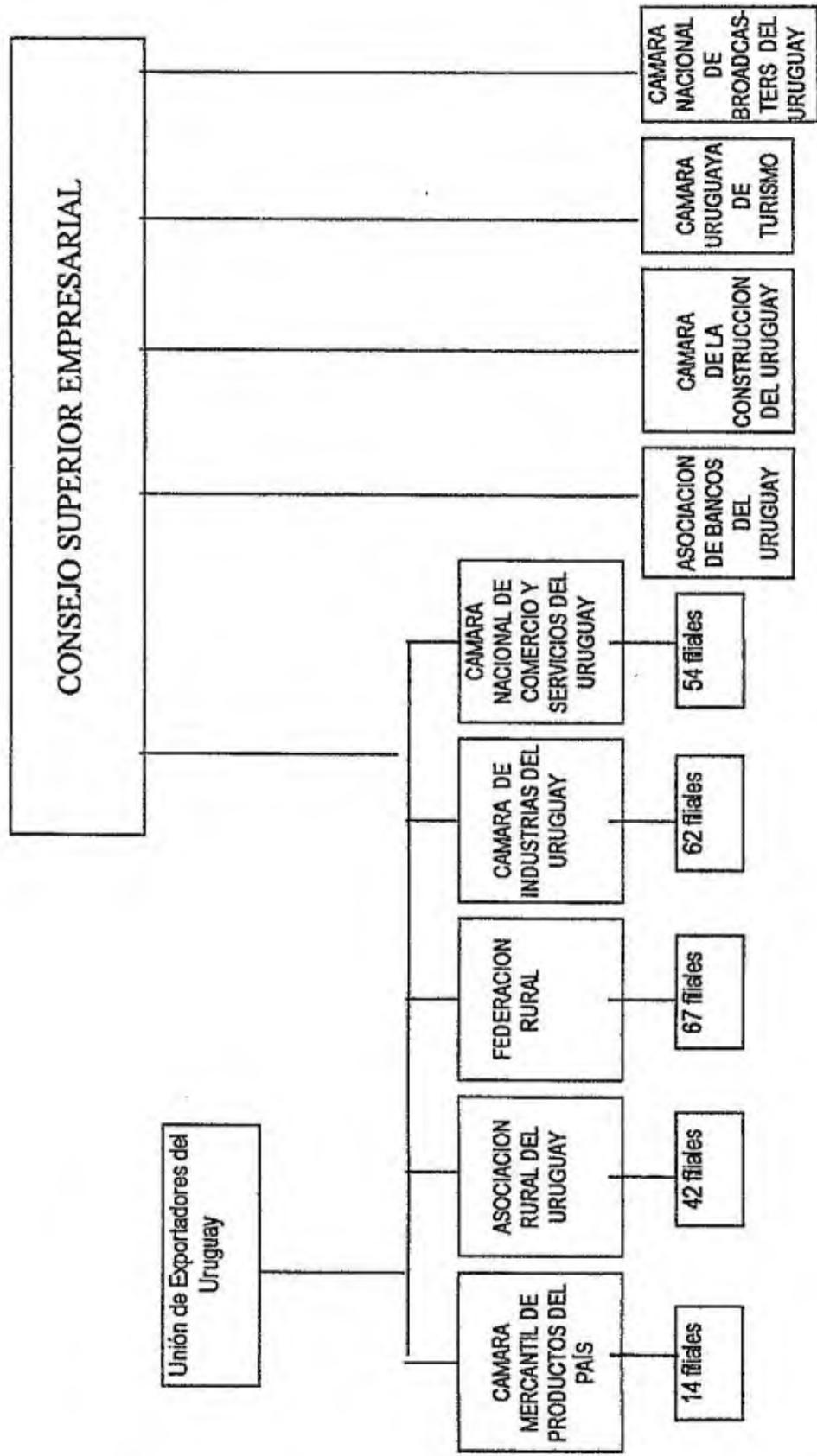
Estas nuevas formas de relaciones que emergen entre el mercado, el Estado y las organizaciones empresariales, requieren de un estudio más profundo en cada uno de los sectores respectivos. Sería preciso analizar la actuación de cada una de las organizaciones, los mecanismos de presión y de participación en la definición de políticas públicas, teniendo en consideración las nuevas formas de articulación de las mismas con el Estado, así como la integración de las mismas con su entorno, las redes de comunicación y cooperación interempresarial tanto formales como informales entre las empresas y diferentes instituciones públicas y privadas que se establezcan.

---

<sup>xv</sup> Está integrada por la Cámara Argentina de Comercio, la Confederación Nacional de del Comercio de Brasil, Cámara y Bolsa de Comercio de Asunción y la Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay.

<sup>xvi</sup> Está integrado por la Cámara de Industrias de Uruguay, de Argentina, Paraguay y Brasil.

**CUADRO 2**  
**CARTOGRAFIA DE LAS CAMARAS EMPRESARIALES -- 1998**



### **3. UN NUEVO PROGANISTA: Las organizaciones de los pequeños empresarios <sup>xvi</sup>**

#### **3.1 Sector Industria y Comercio**

En este nuevo contexto histórico, la revalorización del papel de las Pymes tanto en las teorías de desarrollo económico y social, como en las políticas de gobierno, ha dado lugar a una serie de planes gubernamentales dirigidos a apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas, originándose de este modo un particular interés por el sector por parte de las cámaras empresariales más relevantes de país.

Por consiguiente, en el presente apartado tiene por objetivo analizar las estrategias desarrolladas por estas asociaciones hacia las Pymes, así como sus vinculaciones con las organizaciones que representan a los pequeños empresarios.

Existen organizaciones en las que domina el pequeño comercio, con una larga tradición como CAMBADU (Centro de Almaceneros, Minoristas, Baristas y Afines del Uruguay). Así como otras agremiaciones: Asociación de Baristas el Uruguay, Unión de Vendedores de Carne, Asociación Nacional de Carniceros, Unión de Vendedores de Nafta, Asociación de Feriantes, Asociación de Quinielas y Subagencias de Quiniela, Centro de Panaderos del Uruguay, la Cámara Uruguaya de Fabricantes de Pastas, la Confederación de Confeiterías, Bombonerías y afines, etc.. No obstante, estas agremiaciones no forman parte de ninguna organización de segundo grado.

Por su parte, la Asociación Comercial del Uruguay (AcdU) que nuclea entre sus afiliados también a pequeños y medianos comerciantes montevidianos, es la excepción, dado que forma parte de una organización de segundo grado, la CNC.

Asimismo, existe desde 1942 la Confederación Empresarial del Uruguay (CEDU)<sup>xvii</sup> que agrupa a Centros Comerciales e Industriales del interior del país, a los cuales están afiliados fundamentalmente pequeños empresarios, principalmente del sector comercio. Por su parte, el CEDU está impedido por los estatutos a afiliarse a centros comerciales de Montevideo. Por consiguiente, no representa al pequeño comercio montevidiano<sup>33</sup>.

Por otra parte, en 1988 se funda la Asociación Nacional de Micro y Pequeñas Empresas (ANMYPE) a iniciativa de micro-empresarios que crearon sus empresas en los últimos años, asistidos por organizaciones no gubernamentales de carácter solidario (Arocena 1990). La misión de dicha institución es representar los intereses colectivos de las micro y pequeñas empresas de los rubros de la industria, comercio y prestación de servicios, mediante la acción gremial apoyando la creación de condiciones apropiadas para su desarrollo. Actualmente están afiliados empresarios principalmente de Montevideo y Costa de Oro, del sector industria y servicios<sup>34</sup>.

Asimismo, en los últimos años han surgido una serie de organizaciones con el objetivo de representar a este sector. Una manifestación de este proceso podría ser entre otras, la Asociación de Micro y Pequeños Empresarios de Florida (AMIPEF)<sup>35</sup>. La misma fue creada, en 1996, con el apoyo de la Intendencia Municipal de Florida y La Junta Departamental de Florida, quienes motivaron a que micro y pequeños empresarios a formarla, teniendo como objetivo apoyar, asesorar y acercarles servicios a sus asociados. Esta organización forma parte del Programa Cinco, diseñado

<sup>xvi</sup> En Anexo se presenta la clasificación de Pymes dada por el Ministerio de Industria, Energía y Minería.

<sup>xvii</sup> En el Anexo se presenta el listado de filiales de la Confederación Empresarial del Uruguay.

para apoyar a la pequeña empresa, dándole a la misma asistencia técnica y capacitación del personal mientras dura la ejecución del mismo. Los recursos provienen del Fondo de Reversión Laboral, y en la gestión del programa participan además de esta gremial, la CIU, la CNC y CedU.

Por otro lado, la CIU y la CNC han desarrollado en los últimos años políticas específicas dirigidas a afiliar a los pequeños empresarios, no sólo de Montevideo sino también del interior del país.

La CNC ha desarrollado una clara estrategia de estrechar vínculos con los directivos de las gremiales del interior. La misma ha tenido éxito dado el número elevado de Asociaciones y Centros Comerciales e Industriales que se han adherido a esta institución<sup>xviii</sup>. La clave del éxito ha estado en los servicios ofrecidos<sup>36</sup>.

Por su parte, la CIU, con la promoción de la Vuelta Ciclista del Uruguay, desde hace tres años, muestra un interés muy marcado por llegar al interior del país. La nueva estrategia de la CIU es, a través de los servicios, afiliar a los empresarios del interior y convertirse en una organización que represente los intereses del sector en el ámbito nacional. La campaña ha dado sus frutos. Por un lado, se han inaugurado el Servicio Nacional de Atención a los Empresarios (SENAE) abriendo 11 ventanillas de atención o apoyo a la pequeña y mediana empresa en conjunto con las Intendencias locales y con los Centros Comerciales e Industriales del interior del país<sup>37</sup>. Por otra parte, la Cámara ha promovido la afiliación individual de empresas del interior del país, logrando un aumento de un 43%<sup>38</sup>.

Este proceso no ha estado exento de conflictos, dado que la Confederación Empresarial del Uruguay tiene por objetivo representar los intereses de los empresarios del interior del país. No obstante, la misma no ha mantenido el monopolio en la representación de estos intereses, pues un número importante de centros y asociaciones comerciales del interior se han afiliado particularmente a la CNC, así como a la CIU.

De lo expuesto se constata una atomización y proliferación de asociaciones empresariales que representan a pequeños empresarios. En segundo lugar, la inexistencia de una organización en el ámbito nacional que represente a este sector. En tercer lugar, las cámaras "macrosectoriales" compiten por obtener afiliados e influencia política entre las Pymes.

Este fenómeno sugiere una serie de interrogantes: uno de ellos es si los intereses de los pequeños empresarios no estuviesen mejor representados o defendidos mediante otros procedimientos de acción colectiva. Pues, los pequeños empresarios son actores sociales específicos con características diferenciales de la gran empresa. Los mismos demuestran dificultades para insertarse en el sistema socioeconómico (aislamiento, informalidad, difícil acceso al mercado y crédito) (Arocena 1991). Por consiguiente, la agremiación es un medio fundamental que disponen los pequeños empresarios para hacer conocer sus necesidades, sus problemáticas, buscar soluciones a sus problemas, y ser un nexo para insertarse en su entorno socioeconómico, así como influir en las decisiones gubernamentales de política orientada a la pequeña empresa.

---

<sup>xviii</sup> En el Anexo se presenta el listado de Centros comerciales e industriales afiliados a la CNC y a la CIU

### 3.2 Sector Rural

Las agrupaciones gremiales de pequeños y medianos productores rurales se han caracterizado por un significativo grado de dispersión y atomización, diversa especialización productiva y diferentes condiciones sociales de los productores representados.

Entre las asociaciones que nuclean a pequeños y medianos productores se puede mencionar a: la Comisión Nacional de Fomento Rural (1915), la Asociación Nacional de Productores de Leche (1933), la Confederación Granjera del Uruguay (1944), la Asociación de Remitentes de Controle, Asociación de Cultivadores de Arroz, Asociación de Colonos del Uruguay, las Cooperativas Agrarias Federadas, etc.<sup>39</sup>.

Por otra parte, han existido intentos de crear organizaciones que representen al conjunto del sector, como fue el Plenario de Pequeños y Medianos Productores en 1985, así como la Mesa Coordinadora de Entidades Rurales<sup>40</sup> en 1987. Ahora bien, la Federación Rural tuvo siempre la pretensión de representar a todos los productores rurales de cualquier tamaño y rubro productivo. De ahí que no hayan faltado intentos de desarticular cualquiera organización que compitiera con ella (Piñeiro 1992a, 130).

No obstante, las organizaciones integradas mayoritariamente por pequeños y medianos productores rurales han adquirido una importancia superior a la que tuvieron en otras épocas. Su esfuerzo se manifestó desde la Concertación Nacional, en el año 1984, y continúa en el presente, intentando hacer conocer las necesidades, sus problemas, soluciones de estos productores, así como influir en las decisiones gubernamentales de política agropecuaria, en los impuestos y otras cuestiones básicas para su existencia y para el desarrollo de sus producciones" (Latorre 1986).

En el sistema político nacional se constata la presencia que adquieren dos organizaciones que presentan a pequeños y medianos productores: la Comisión Nacional de Fomento Rural y la Cooperativas Agrarias Federadas. Las mismas tienen representación en el INIA, en el Plan Agropecuario y en diferentes programas del MGPA.

Cooperativas Agrarias Federadas (CAF), data de 1984, es la organización gremial de las cooperativas agropecuarias, agrupa actualmente a 46 cooperativas de todo el país de casi todos los rubros y 8 Comisiones de Fomento Rural. Su función es representar gremialmente al movimiento cooperativo agropecuario<sup>41</sup>.

La Comisión Nacional de Fomento Rural (CNFR), fundada en 1915, nuclea en la actualidad a 131 entidades de primer grado - 77 Sociedades de Fomento Rural, 49 Cooperativas Agrarias y 5 de otras formas organizativas, las que agrupan e irradian su acción sobre unos 25.000 productores de todo el Uruguay. Se proyecta como la principal organización representativa de los pequeños y medianos productores y el medio rural, compuesto por el productor, su familia, sus jóvenes y las mujeres.

La CNFR combina la acción gremial con la promocional. Desde 1960, la Comisión Nacional se esfuerza en la creación de cooperativas o instituciones similares, tendientes a desarrollar actividades económicas. El resultado más conocido de estas orientaciones es Calforu. La CNFR ha participado en diferentes instancias del movimiento cooperativo, siendo socio fundador de FUNDASOL y CUDECOOP, organización de cúpula del movimiento cooperativo uruguayo.

Lo gremial es desplegado en múltiples instancias públicas y privadas. Participa con delegados en instancias públicas, como en los organismos públicos no estatales, el Instituto Nacional de Investigaciones (1989), el Plan Agropecuario (1996). Así como, en unidades que forman parte del

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MGAP): la Junta Nacional de la Granja (1990), Comisión Honoraria de Juventud Rural (1991-1995,1998). Asimismo, el MGAP desarrolla desde 1994 el Programa Nacional de Apoyo al Pequeño Productor Agropecuario (PRONAPPA), que trabaja en contacto con las organizaciones gremiales. Por otra parte, existe el Programa Nacional de desarrollo para pequeños y medianos ganaderos (Pronadega) impulsado y ejecutado por el Ministerio de Ganadería y la GTZ. En él gremiales, instituciones y productores trabajan en conjunto: FR, AR, CAF, CNFR; Plan Agropecuario, INIA, SUL, FUCREA, PROVA, Facultades de Agronomía y Veterinaria<sup>42</sup>.

De lo expuesto se constata una atomización y proliferación de asociaciones empresariales que representan a pequeños productores rurales, con un mayor presencia de CAF y CNFR en el sistema político nacional. En segundo lugar, la inexistencia de una organización en el ámbito nacional que represente a este sector. En tercer lugar, la AR y particularmente la FR aspira a no perder el monopolio de representación de los intereses del sector agropecuario.

Por consiguiente, la forma particular de presión e inserción institucional de las organizaciones que representan al pequeño productor rural, en el sistema político nacional, así como las relaciones que se han desarrollado con la Asociación y Federación Rural, requeriría de un estudio más amplio, que diera cuenta de la estructura de poder y la incidencia que tienen cada una de ellas en la definición de políticas agropecuarias.

#### 4. CONSIDERACIONES FINALES

Las cámaras empresariales están llevando adelante una serie de transformaciones internas para adaptarse a las nuevas reglas de juego derivadas de los cambios estructurales en el ámbito nacional e internacional, así como redefiniendo sus estrategias de comunicación e interconexión con las autoridades estatales y con los principales actores políticos y sociales en defensa de sus intereses.

Las transformaciones en curso entre las relaciones entre Estado, mercado y actores empresariales muestran cambios en la forma en que las cámaras empresariales han representado históricamente sus intereses en el sistema político nacional. Las cámaras empresariales muestran cambios tanto en lo referente a las estructurales internas, como en la rearticulación de las mismas con el Estado y su entorno. No obstante, estos cambios no representan una transformación sustancial en cuanto a la inserción de las organizaciones empresariales en el sistema político y en la toma de decisiones. Una transformación efectiva del comportamiento político implicaría un abandono de un comportamiento sectorial y fragmentado, y una aceptación de las reglas de juego globales, con una participación eficaz en los diseños de política general, a través de arreglos concertados entre los diferentes sectores empresariales, y entre estos y el gobierno. Asimismo, esto implicaría por parte del gobierno un abandono, que aún conserva, del monopolio a la hora de la confección de las políticas públicas, y proporcionando una mayor ambientación a la negociación en determinadas temas de interés nacional.

Por consiguiente, se mantiene como interrogante hasta que punto estas transformaciones en curso conducirán a un cambio sustancial del patrón de comportamiento empresarial históricamente predominante. Asimismo, sería preciso agregar que el presente contexto de análisis, cobra gran relevancia el marco político-institucional, como factor esencial para modificar las pautas históricas del comportamiento político empresarial.<sup>xx</sup>

---

<sup>xx</sup> Ver Viguera 1996.

# ANEXO DOCUMENTAL

## COMPOSICIÓN DE LAS CÁMARAS EMPRESARIALES

ASOCIACION RURAL DEL URUGUAY	Nº de gremiales: 41 Nº de socios: 2000 aprox.
FEDERACION RURAL	Nº de gremiales: 67
CAMARA NACIONAL DE COMERCIO Y DE SERVICIOS DEL URUGUAY	Nº de gremiales sectoriales 54 Nº de Centros comerciales e industriales interior: 15 Nº de socios: 10.000
CAMARA DE INDUSTRIAS DEL URUGUAY	Nº de gremiales sectoriales: 62 Nº de socios: 1400 aprox.
CAMARA MERCANTIL DE PRODUCTOS DEL PAIS	Nº de gremiales: 14
UNIÓN DE EXPORTADORES DEL URUGUAY	Nº de socios: 300 aprox.
ASOCIACION DE BANCOS DEL URUGUAY	Nº de socios: 17
CAMARA DE LA CONSTRUCCION DEL URUGUAY	Nº de socios: 200 aprox.
CAMARA NACIONAL DE BROADCASTERS DEL URUGUAY	Nº de socios: 172 aprox.

Fuente: Los datos fueron proporcionados directamente por cada una de las cámaras empresariales.

**CUADRO Nº 1 GREMIALES AFILIADAS A LA ASOCIACION RURAL DEL URUGUAY -1998**

1. SOCIEDAD DE CRIADORES DE CORRIEDALE
  2. SOCIEDAD DE CRIADORES DE MERINO AUSTRALIANO
  3. SOCIEDAD DE CRIADORES DE MERILIN
  4. SOCIEDAD DE CRIADORES DE ROMNEY MARSH
  5. SOCIEDAD DE CRIADORES DE HAMPSHIRE DOWN
  6. SOCIEDAD DE CRIADORES DE SOUTHDOWN
  7. SOCIEDAD DE CRIADORES DE TEXEL
  8. SOCIEDAD DE CRIADORES MERINO RAMBOUILLET
  9. SOCIEDAD DE CRIADORES DE ANGLO NUBIAN.
  10. SOCIEDAD DE CRIADORES DE HEREFORD
  11. SOCIEDAD DE CRIADORES DE HOLANDO
  12. SOCIEDAD DE CRIADORES DE ABERDEEN ANGUS
  13. SOCIEDAD DE CRIADORES DE CHAROLAIS
  14. SOCIEDAD DE CRIADORES DE JERSEY
  15. SOCIEDAD DE CRIADORES DE GANADO NORMANDO
  16. SOCIEDAD DE CRIADORES DE FLECKVIEH
  17. SOCIEDAD DE CRIADORES DE LIMOUSIN
  18. SOCIEDAD DE CRIADORES DE SHORTHORN
  19. SOCIEDAD DE CRIADORES DE SANTA GERTRUDIS
  20. SOCIEDAD DE CRIADORES DE CEBÚ DEL URUGUAY
  21. SOCIEDAD DE CRIADORES DE BRANGUS
  22. SOCIEDAD DE CRIADORES DE BELTED GALLOWAY
  23. SOCIEDAD DE CRIADORES DE RED POLL
  24. SOCIEDAD DE CRIADORES DE BRADFORD
  25. SOCIEDAD DE PRODUCTORES FORESTALES
  26. SOCIEDAD DE CONSUMIDORES DE PRODUCTOS  
PROVENIENTES DE LA AGRICULTURA BIOLÓGICA
  27. SOCIEDAD DE AGRICULTORES DEL URUGUAY
  28. SOCIEDAD DE CABALLOS CRIOLLOS
  29. SOCIEDAD DE CABALLOS ARABES
  30. SOCIEDAD DE CABALLOS CUARTO DE MILLA
  31. SOCIEDAD DE CRIADORES DE SHETLAND PONY
  32. SOCIEDAD DE CRIADORES DE CABALLOS APPALOOSA
  33. SOCIEDAD URUGUAYA DE CRIADORES DE CERDOS
  34. SOCIEDAD APÍCOLA URUGUAYA
  35. SOCIEDAD DE AVICULTORES
  36. SOCIEDAD DE CUNICULTORES
  37. KENNEL CLUB URUGUAYO
  38. ASOCIACIÓN DE AGROTURISMO
  39. ASOCIACIÓN DE CRIADORES DE FELINOS DEL URUGUAY
  40. SOCIEDAD DE CRIADORES DE NUTRIAS
  41. ASOCIACIÓN DE APICULTORES
- 

Fuente: ARU

## **CUADRO Nº 2 GREMIALES AFILIADAS A LA CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO -1998**

1. ASESORES EMPRESARIALES Y CONTABLES DEL URUGUAY
2. ASOCIACIÓN DE ADMINISTRADORES DE PROPIEDADES INMUEBLES: ADAPI
3. ASOCIACIÓN COMERCIAL DEL URUGUAY
4. ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DE ARTÍCULOS PARA EL HOGAR
5. ASOCIACIÓN DE CONCESIONARIOS DE MARCAS DE AUTOMOTORES: ASCOMA
6. ASOCIACIÓN DE CONCESIONARIOS DE SALUS: AS.CO.SA
7. ASOCIACIÓN DE DESPACHANTES DE ADUANA DEL URUGUAY
8. ASOCIACIÓN DE DIRIGENTES DE MARKETING DEL URUGUAY: ADM
9. ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DE POMPAS FÚNEBRES Y ANEXOS
10. ASOCIACIÓN DE FARMACIAS DEL INTERIOR
11. ASOCIACIÓN DE FERRETEROS, BAZARISTAS Y AFINES
12. ASOCIACIÓN DE IMPORTADORES DE MAQUINARIA AGRÍCOLA
13. ASOCIACIÓN DE IMPORTADORES Y MAYORISTAS DE ALMACÉN
14. ASOCIACIÓN DE REPRESENTANTES DE FIRMAS EXTRANJERAS
15. ASOCIACIÓN DE REPUESTOS AUTOMOTORES DEL URUGUAY: ARRAU
16. ASOCIACIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES DE VENTAS A CRÉDITO
17. ASOCIACIÓN URUGUAYA DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD: AUDAP
18. ASOCIACIÓN URUGUAYA DE CASAS DE CAMBIO AUTORIZADAS: AUDECA
19. ASOCIACIÓN URUGUAYA DE EMPRESAS ASEGURADORAS: AUDEA
20. BOLSA DE VALORES DE MONTEVIDEO
21. CÁMARA DE ADMINISTRADORES DE SISTEMAS DE AHORRO PREVIO: CASAP
22. CÁMARA DE ANUNCIANTES DEL URUGUAY: CAU
23. CÁMARA DE COMERCIO DE ARTÍCULOS DE ELECTRICIDAD Y ELECTRÓNICA: CCAEE
24. CÁMARA DE COMERCIO DE FOTO Y CINEMATOGRAFÍA
25. CÁMARA DE COMERCIO DE PRODUCTOS AGROQUÍMICOS
26. CÁMARA DE COMERCIO DEL CALZADO Y AFINES
27. CÁMARA DE EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE CORRESPONDENCIA Y AFINES: CEDCA
28. CÁMARA DE ESPECIALIDADES VETERINARIAS: CEV
29. CÁMARA DE IMPORTADORES DE ARTÍCULOS DE OFICINA, ESCOLARES, DIBUJO Y AFINES
30. CÁMARA DE IMPORTADORES DE FERRETERÍA Y AFINES
31. CÁMARA DE IMPORTADORES DE MOTOCICLETAS: CADIMO
32. CÁMARA DE IMPORTADORES DE REPUESTOS Y ACCESORIOS PARA AUTOMOTORES: CIRAPA
33. CÁMARA DE IMPORTADORES DE SEMEN
34. CÁMARA DE IMPORTADORES DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES: CADIVA
35. CÁMARA DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES DE FÓSFOROS DEL URUGUAY
36. CÁMARA DE IMPORTADORES Y REPRESENTANTES DE PAPELES, CARTULINAS Y AFINES: CIPA.
37. CÁMARA DE INSTALADORES PROFESIONALES DE SISTEMAS ELECTRÓNICOS DE SEGURIDAD.
38. CÁMARA DE INSTRUMENTAL Y ESPECIALIDADES CIENTÍFICAS: CIEC
39. CÁMARA DE LUBRICANTES Y AFINES
40. CÁMARA DE TIENDAS Y AFINES
41. CÁMARA DENTAL
42. CÁMARA INMOBILIARIA URUGUAYA: CIU
43. CÁMARA URUGUAYA DE EMPRESAS DE SEGURIDAD: CUES
44. CÁMARA URUGUAYA DE EMPRESAS TRANSPORTADORAS DE CAUDALES
45. CÁMARA URUGUAYA DE IMPORTADORES DE MÁQUINAS DE OFICINA E INFORMÁTICA
46. CÁMARA URUGUAYA DEL SOFTWARE
47. CÁMARA URUGUAYA DE TARJETAS DE CRÉDITO Y COMPRA
48. CÁMARA URUGUAYA DEL LIBRO
49. CENTRO DE BARRAQUEROS DE ARTÍCULOS DE CONSTRUCCIÓN

50. CENTRO DE CASAS DE ÓPTICA
  51. CENTRO DE FARMACIAS DEL URUGUAY: CFU
  52. COMISIÓN LOCAL DE ASEGURADORES
  53. CONFEDERACIÓN DE CONFITERÍAS, BOMBONERÍAS Y AFINES
  54. UNIÓN DE EXPORTADORES DEL URUGUAY
- 
- 

## **ASOCIACIONES Y CENTROS COMERCIALES E INDUSTRIALES DEL INTERIOR AFILIADOS A**

### **LA CAMARA NACIONAL DE COMERCIO:**

1. ASOCIACIÓN COMERCIAL E INDUSTRIAL DE CANELONES
2. ASOCIACIÓN COMERCIAL E INDUSTRIAL DE RIVERA
3. ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DE TACUAREMBÓ
4. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE ARTIGAS
5. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE CARMELO
6. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE CERRO LARGO
7. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE DURAZNO
8. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE FLORES
9. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE PAYSANDÚ
10. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE SALTO
11. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE YOUNG
12. CENTRO COMERCIAL INDUSTRIAL AGRARIO PANDO
13. CENTRO COMERCIAL INDUSTRIAL Y AGROPECUARIO DEL SAUCE
14. CENTRO COMERCIAL, INDUSTRIAL Y AGRARIO DE LAS PIEDRAS
15. CÁMARA EMPRESARIAL MALDONADO - PUNTA DEL ESTE

**Fuente:CNC**

### **CUADRO Nº3 GREMIALES AFILIADAS A LA CÁMARA DE INDUSTRIAS DEL URUGUAY - 1998**

- 1- ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE ARTICULOS ELECTRICOS Y ELECTRONICOS
- 2- ASOCIACION DE FABRICANTES DE BOLSAS DE ARPILLERA
- 3- ASOCIACION DE FABRICANTES DE BOTONES, HERRAJES Y ACCESORIOS PARA CUEROS Y CONFECCIONES
- 4- ASOCIACION DE FABRICANTES DE CARTON, CAJAS Y DERIVADOS
- 5- ASOCIACION URUGUAYA DE FABRICANTES DE FIBRAS SINTÉTICAS Y ARTIFICIALES
- 6- ASOCIACION DE FABRICANTES DE PAPEL
- 7- ASOCIACION DE FABRICANTES DE PINTURAS E INDUSTRIAS AFINES
- 8- ASOCIACION DE PRENDAS DE TEJIDO DE PUNTO (P. I. U.)
- 9- ASOCIACION DE INDUSTRIALES DE LA MADERA COMPENSADA Y AGLOMERADA
- 10- ASOCIACION DE INDUSTRIAS DEL FRIO
- 11- ASOCIACION DE INDUSTRIAS TEXTILES DEL URUGUAY (A.I.T.U.)
- 12- ASOCIACIÓN DE LABORATORIOS NACIONALES
- 13- ASOCIACION DE LAVADEROS DE LANAS
- 14- ASOCIACION DE MOLINEROS DE YERBA MATE
- 15- ASOCIACION DE LA INDUSTRIA FRIGORIFICA DEL URUGUAY (ADIFU)
- 16- ASOCIACION DE INDUSTRIAS QUIMICAS DEL URUGUAY (ASIQGUR)
- 17- ASOCIACION URUGUAYA DE CERAMICA BLANCA Y REFRACTARIA
- 18- ASOCIACION URUGUAYA DE GAS LICUADO DE PETROLEO
- 19- ASOCIACION URUGUAYA DE INDUSTRIAS DEL PLASTICO (AUIP)
- 20- CAMARA DE ESPECIALIDADES FARMACEUTICAS Y AFINES (CEFA)
- 21- CAMARA DE FABRICANTES DE COMPONENTES AUTOMOTORES
- 22- CAMARA DE FABRICANTES DE MAQUINAS, MOTORES, REPUESTOS Y ACCESORIOS
- 23- CAMARA DE FABRICANTES DE MUEBLES Y AFINES DEL URUGUAY
- 24- CAMARA DE FABRICANTES DE NEUMÁTICOS
- 25- CAMARA DE FABRICANTES DE VIDRIO
- 26- CAMARA DE INDUSTRIALES AUTOMOTRICES DEL URUGUAY
- 27- CAMARA DE INDUSTRIALES DE LA MADERA
- 28- CAMARA DE INDUSTRIALES EXPORTADORES DE ARENA Y PIEDRA
- 29- CAMARA DE INDUSTRIALES GRAFICOS DEL URUGUAY (CIGU)
- 30- CAMARA DE INDUSTRIAS NAVALES
- 31- CAMARA DE LA INDUSTRIA CURTIDORA URUGUAYA
- 32- CAMARA DE LA INDUSTRIA DE PIEDRAS PRECIOSAS
- 33- CAMARA DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO
- 34- CAMARA DE LA INDUSTRIA DEL CAUCHO Y AFINES DEL URUGUAY
- 35- CAMARA DE LA INDUSTRIA LACTEA DEL URUGUAY (CILU)
- 36- CAMARA DE PRODUCTORES DE HUEVO
- 37- CAMARA INDUSTRIAL DE ALIMENTOS ENVASADOS
- 38- CAMARA INDUSTRIAL DE ARTICULOS DE CEMENTO Y YESO
- 39- CAMARA INDUSTRIAL DE LA VESTIMENTA
- 40- CAMARA INDUSTRIAL DEL JUGUETE Y AFINES
- 41- CAMARA MARROQUINERIA URUGUAYA
- 42- CAMARA METALURGICA
- 43- CAMARA NACIONAL DE ACEITES COMESTIBLES
- 44- CAMARA SIDERURGICA
- 45- CAMARA URUGUAYA DE CAFES
- 46- CAMARA URUGUAYA DE EMPRESAS SUMINISTRADORAS DE PERSONAL
- 47- CAMARA URUGUAYA DE LA INDUSTRIA AERONAUTICA
- 48- CAMARA URUGUAYA DE PERFUMERIA, COSMETICA Y ARTICULOS DE TOCADOS
- 49- CENTRO DE BODEGUEROS DEL URUGUAY
- 50- CENTRO DE FABRICANTES DE BEBIDAS SIN ALCOHOL Y CERVEZAS

- 51- CENTRO DE FABRICANTES DE ENVASES METALICOS Y TAPAS CORONA
- 52- CENTRO DE FABRICANTES DE ESCOBAS, CEPILLOS, PINCELES Y PLUMEROS
- 53- CENTRO DE FABRICANTES DE LICORES
- 54- CENTRO DE FABRICANTES DE MATERIALES CERAMICOS
- 55- CENTRO DE FUNDIDORES DE HIERRO Y ACERO
- 56- CENTRO DE INDUSTRIALES AZUCAREROS
- 57- CENTRO DE PROPIETARIOS DE ASERRADEROS
- 58- CENTRO DE PROPIETARIOS DE BRONCERIA Y ANEXOS
- 59- GREMIAL DE FIDEEROS
- 60- GREMIAL DE MOLINOS ARROCEROS
- 61- UNION DE CARROCEROS DE OMNIBUS, CAMIONES Y AFINES DEL URUGUAY
- 62- UNION INDUSTRIAL DE FABRICANTES DE ARMAZONES PARA LENTES Y AFINES.

*OTRAS FILIALES DE LA CAMARA DE INDUSTRIA:*

- 1. ASOCIACION EMPRESARIAL DE TACUAREMBO
- 2. CAMARA EMPRESARIAL DE MALDONADO PUNTA DEL ESTE
- 3. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE SAN JOSE
- 4. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE DOLORES
- 5. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE LAVALLEJA
- 6. ASOCIACION DE DIRIGENTES DE MARKETING DEL URUGUAY (ADM)
- 7. ORGANIZACIÓN NACIONAL DE VINICULTORES
- 8. CAJA NOTORIAL DE JUBILACIONES Y PENSIONES

Fuente:CIU

#### **CUADRO N° 4 GREMIALES AFILIADAS A LA CÁMARA MERCANTIL DE PRODUCTOS DEL PAÍS - 1998**

- 1- ASOCIACIÓN DE CEREALISTAS DEL URUGUAY (Gremial fundadora)
- 2- ASOCIACIÓN DE CONSIGNATARIOS Y VENDEDORES DE LANA Y CUEROS (Gremial Fundadora).
- 3- COMISIÓN GREMIAL DE MOLINOS (1933)
- 4- ASOCIACIÓN URUGUAYA DE EXPORTADORES DE LANA (1934) °
- 5- COMISIÓN GREMIAL DE FIDEEOS (1948)
- 6- CENTRO DE EXPORTADORES DE CEREALES Y OLEOGINOSOS (1951)
- 7- GREMIAL DE EXPORTADORES Y COMERCIANTES EN CUEROS (1957)
- 8- GREMIAL DE ELABORADORES DE RACIONES BALANCEADAS (1968)
- 9- ASOCIACIÓN DE CONSIGNATARIOS DE GANADO (convenio 1971)
- 10- ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES LANEROS EXPORTADORES (1979)
- 11- ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES EN GRANOS (1986)
- 12- CÁMARA URUGUAYA DE LAS SEMILLAS (convenio 1989)
- 13- UNIÓN DE CONSIGNATARIOS Y REMATADORES LANEROS DEL URUGUAY (1991)
- 14- CAMARA DE EXPORTADORES DE PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES DEL URUGUAY

Fuente: CMPP.

## CUADRO Nº 5 GREMIALES AFILIADAS A LA FEDERACIÓN RURAL – 1998

### ARTIGAS

1. ASOCIACION AGROPECUARIA DE ARTIGAS
2. LIGA DEL TRABAJO DE TOMAS GOMENSORO
3. ORGANIZACIÓN DE PEQUEÑOS Y MEDIANOS PRODUCTORES DE ARTIGAS
4. SOCIEDAD DE FOMENTO RURAL DE COLONIA JOSE ARTIGAS

### CERRO LARGO

5. SOCIEDAD AGROPECUARIA DE CERRO LARGO
6. LIGA DE TRABAJO DE FRAILE MUERTO
7. SOCIEDAD DE FOMENTO RURAL DE CERRO LARGO
8. SOCIEDAD RURAL DE RIO BRANCO

### COLONIA

9. ASOCIACION AGROPECUARIA DE TARARIRAS
10. AGREMIACIÓN RURALISTA CARDONA-FLORENCIO SANCHEZ

### CANELONES

11. SOCIEDAD DE PRODUCTORES DE LECHE DE SAN RAMON
12. AGREMIACION DE TAMBEROS DE CANELONES

### DURAZNO

13. SOCIEDAD RURAL DEL DURAZNO
14. LIGA DE TRABAJO DEL CARMEN
15. LIGA DE TRABAJO DE MOLLES
16. SOCIEDAD RURAL DE SAN JORGE
17. SOCIEDAD FOMENTO AGROPECUARIO SARANI DEL YI
18. SOCIEDAD RURAL DEL ESTE DE DURAZNO

### FLORES

19. SOCIEDAD DE FOMENTO DE FLORES

### FLORIDA

20. ASOCIACION RURAL DE FLORIDA
21. ASOCIACION RURAL DE REBOLEDO
22. SOCIEDAD DE PRODUCTORES DE LECHE DE FLORIDA
23. ASOCIACION RURAL DE SARANDI GRANDE

### LAVALLEJA

24. SOCIEDAD AGROPECUARIA DE LAVALLEJA
25. ASOCIACION RURAL DE ZAPICAN
26. AGREMIACION RURAL DE JOSE PEDRO VARELA
27. SOCIEDAD FOMENTO RURAL CANDIDO N. CAL
28. SOCIEDAD FOMENTO RURAL DE PIRARAJA
29. AGREMIACION RURAL DE ZAPICAN

#### MALDONADO

- 30 SOCIEDAD DE FOMENTO RURAL E INDUSTRIAL DE MALDONADO
- 31 AGRUPACION AGROPECUARIA E INDUSTRIAL DE AIGUA
- 32 AGREMIACION RURAL CORONILLA LAS CAÑAS
- 33 SOCIEDAD RURAL DR. GONZALO CHIARINO MILANS COSTAS DE AIGUA Y CORONILLA
- 34 ASOCIACION DE FOMENTO RURAL LAS CAÑAS
- 35 SOCIEDAD RURAL DE JOSE IGNACIO

#### PAYSANDU

- 36 ASOCIACION RURAL EXPOSICION FERIA DE PAYSANDU
- 37 LIGA DE TRABAJO DE GHICHON
- 38 SOCIEDAD RURAL DR. JULIO MURO
- 39 LIGA DE TRABAJO DE MERINO

#### RIO NEGRO

- 40 SOCIEDAD RURAL DE RIO NEGRO
- 41 LIGA DE TRABAJO DE ALGORTA
- 42 SOCIEDAD RURAL ALEJANDRO VICTORICA MOLLES DE PORRUA

#### RIVERA

- 43 SOCIEDAD FOMENTO RURAL DE RIVERA
- 44 ASOCIACION RURAL DE MINAS DE CORRALES

#### ROCHA

- 45 SOCIEDAD AGROPECUARIA DE ROCHA
- 46 ASOCIACION DE FOMENTO RURAL DE LASCANO
- 47 SOCIEDAD DE FOMENTO AGROPECUARIO DE ZONA VELAZQUEZ
- 48 SOCIEDAD FOMENTO RURAL DE CASTILLOS
- 49 ASOCIACION RURAL 6° DE ROCHA
- 50 SOCIEDAD FOMENTO RURAL DE SAN MIGUEL

#### SAN JOSE

- 51 ASOCIACION RURAL DE SAN JOSE

#### SALTO

- 52 ASOCIACION AGROPECUARIA DE SALTO
- 53 ASOCIACION DE FOMENTO RURAL DE VALENTIN
- 54 SOCIEDAD RURAL DE GUAVIYU DE ARAPEY

#### SORIANO

- 55 ASOCIACION RURAL DE SORIANO
- 56 ASOCIACION AGROPECUARIA DE DOLORES
- 57 SOCIEDAD FOMENTO RURAL DE CARDONA
- 58 SOCIEDAD FOMENTO RURAL DE PALMITAS

#### TREINTA Y TRES

- 59 SOCIEDAD FOMENTO DE TREINTA Y TRES
- 60 UNION DE PRODUCTORES DEL ESTE
- 61 SOCIEDAD RURAL DE ISLA PATRULLA

TACUAREMBO

- 62 ASOCIACION RURAL DE TACUAREMBO
- 63 LIGA DE TRABAJO DE PIEDRA SOLA
- 64 LIGA DE TRABAJO DE CURTINA
- 65 ASOCIACION RURAL DE PASO DE LOS TOROS
- 66 SOCIEDAD DE GANADEROS ACHAR

MONTEVIDEO

- 67 ASOCIACION DE REMITENTES DE CONAPROLE

Fuente: FR

**CUADRO N°6 BANCOS AFILIADOS A LA ASOCIACION DE BANCOS DEL URUGUAY - 1998**

1. ABN AMRO Bank N.V.
2. American Express Bank
3. Banco Comercial
4. Banco de Crédito
5. Banco de la Nación Argentina
6. Banco de Montevideo
7. Banco do Brasil S.A.
8. Banco Exterior de América S.A.
9. Banco Francés Uruguay S.A.
10. Banco La Caja Obrera
11. Banco Pan de Azúcar
12. Banco Real del Uruguay
13. Banco Sudameris
14. Banco Surinvest S.A.
15. I.N.G. Bank (Uruguay) S.A.
16. Lloyds Bank
17. Republic National Bank of New York

Fuente: ABU

**CUADRO Nº 7 GREMIALES AFILIADAS AL CONSEJO SUPERIOR EMPRESARIAL.**

1. ASOCIACIÓN DE BANCOS DEL URUGUAY
2. ASOCIACIÓN NACIONAL DE BROADCASTERS DEL URUGUAY (ANDEBU)
3. ASOCIACIÓN RURAL DEL URUGUAY
4. CÁMARA DE INDUSTRIAS DEL URUGUAY
5. CÁMARA DE LA CONSTRUCCIÓN DEL URUGUAY
6. CÁMARA MERCANTIL DE PRODUCTOS DEL PAÍS
7. CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO Y SERVICIOS DEL URUGUAY
8. CÁMARA URUGUAYA DE TURISMO
9. FEDERACIÓN RURAL.

## ORGANIZACIONES PEQUEÑOS Y MEDIANOS EMPRESARIOS

### CUADRO Nº 8 CENTROS COMERCIALES E INDUSTRIAS O ASOCIACIONES COMERCIALES AFILIADOS A LA CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL URUGUAY.

1. ASOCIACIÓN COMERCIAL E INDUSTRIAL DE CANELONES
2. ASOCIACIÓN COMERCIAL E INDUSTRIAL DE COLONIA
3. ASOCIACIÓN COMERCIAL E INDUSTRIAL DE RIO NEGRO
4. ASOCIACION EMPRESARIAL DE TACUAREMBO
5. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE ARTIGAS
6. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE ATLANTIDA
7. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE BELLA UNION
8. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE CARMELO
9. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE CERRO LARGO
10. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE CHUY
11. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE DURAZNO
12. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE FLORES
13. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE FLORIDA
14. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE GUICHON
15. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE LA PAZ
16. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE LAS PIEDRAS
17. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE LASCANO
18. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE LAVALLEJA
19. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE LIBERTAD
20. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE PASO DE LOS TOROS
21. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE PAYSANDU
22. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE RIO BRANCO
23. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE ROCHA
24. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE SALTO
25. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE SALINAS
26. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE SAN CARLOS
27. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE SAN JACINTO
28. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE SAN JOSE
29. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE SAN RAMON
30. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE SARANDI GRANDE
31. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE SANTA LUCIA
32. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE SAUCE
33. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE SORIANO
34. CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE TREINTA Y TRES
35. UNION DE COMERCIANTES MINORISTAS DE MALDONADO.

### *GREMIALES AFILIADAS A LA ASOCIACIÓN COMERCIAL DEL URUGUAY (ACDU)*

1. GREMIAL DE JOYERÍAS Y RELOJERÍAS DEL URUGUAY.
2. GRUPO CENTRO (MDEO).
3. GRUPO COMERCIAL CORDÓN (MDEO)
4. CENTRO COMERCIAL DE LA UNIÓN.



## ESTRUCTURA DE EMPRESAS PYMES EN EL URUGUAY

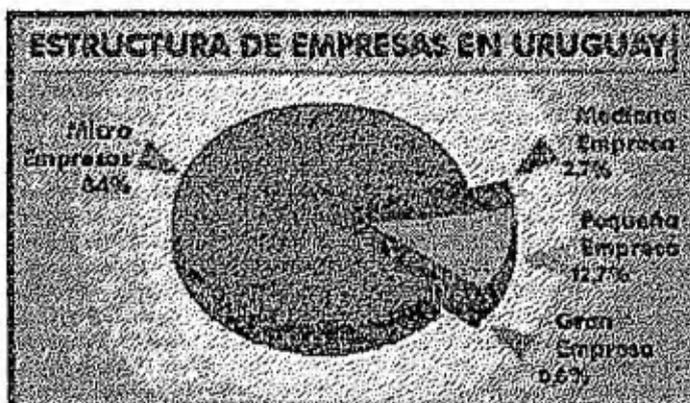
### 1- Unidades Económicas

Micro Empresa = 84%

Pequeña Empresa: = 12,7%

Mediana Empresa = 2,7%

Gran Empresa: = 0,6%



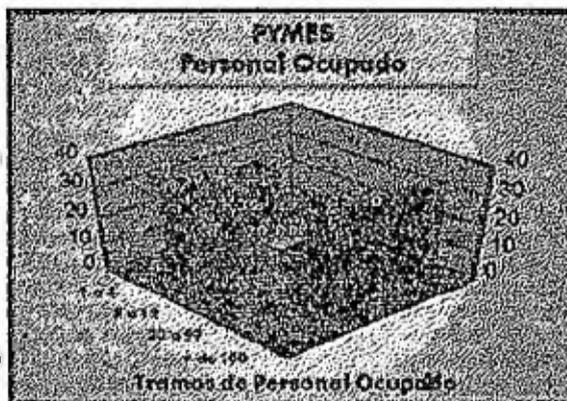
### 2- Personal Ocupado

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



## BIBLIOGRAFIA

- Arocena, José: *"La pequeña empresa. Perfil de un actor"*, Clach, Colección Argumentos N° 16, Montevideo, 1990.
- Astori, Danilo: *"La evolución tecnológica de la ganadería uruguaya 1930-1977"*, Ebo, Montevideo, 1979.
- Astori, Danilo: *"El neoliberalismo y crisis en la agricultura familiar uruguaya"*, FCU, Montevideo, 1982.
- Astori, Danilo: *"La actitud de los ganaderos ante la problemática tecnológica de la producción bovina"*, Cinve, Serie de Trabajos N° 7, 1980.
- Astori, Danilo: *"Los industriales y la tecnología en el Uruguay"*, FCU, Montevideo, 1980.
- Balbis, Jorge; Gerardo, Caetano: *"Los sectores conservadores ante el modelo batllista. La coyuntura de 1916"*, Cuadernos del Clach, N° 18, Montevideo, 1981, 43-77.
- Barran, José Pedro; Nahum, Benjamín: *"Historia Rural del Uruguay Moderno"*, Tomo IV, Ebo, Montevideo, 1979.
- Barran, José Pedro: *"Battle, los estancieros y el imperio británico"*, Tomo VII, Ebo, Montevideo, 1986.
- Barran, José Pedro; Nahum, Benjamín: *"Battle, los estancieros y el imperio británico"*, Tomo IV, Ebo, Montevideo, 1983.
- Barran, José Pedro; Nahum, Benjamín: *"Battle, los estancieros y el imperio británico"*, Tomo III, Ebo, Montevideo, 1986.
- Berenson, William: *"Group Politics in Uruguay: The Development Political Activity, and Effectiveness of Uruguayan Trade Associations"*, Disertación Doctoral, Vanderbilt University, Nashville, 1975.
- Bertrand, Olga: *"Cámara Mercantil de Productos del País"*, Ciesu, Dt. N° 172, Montevideo, 1992.
- Birle Peter, Peter Imbusch, Christoph Wagner: *"Unternehmer und Politik. Eine theoretische Annäherung an die politische Rolle der Unternehmer und ihrer Verbände mit Blick auf Lateinamerika"*, Documento de Trabajo N° 15, Mainz, 1992.
- Birle Peter, Peter Imbusch, Christoph Wagner, Silvana Bruera, Diego Pineiro y Alberto Riella: *"Los empresarios y la integración regional"*, FESUR-CIESU-EPPAL, Montevideo, 1994.
- Bruera, Silvana, Alberto Riella: *"1968-1988. Composición de las directivas de las Cámaras Empresariales"*, Ciesu, Dt.162, Montevideo, 1989.
- Bruera, Silvana: *"Las Cámara y los empresarios de la industria. Encuentros y desencuentros ante la integración. Resultados de una encuesta de opinión"*, en FESUR, CIEUSU, CEIPO, Organizaciones empresariales y políticas públicas, Ediciones Trilce, Montevideo, 1992.
- Caetano, Gerardo; Rilla José; Romeo Perez: *"La partidocracia uruguaya. Historia y teoría de la centralidad de los partidos políticos"*, Cuadernos del CLAEH, Montevideo, 1987, 41-48.
- Caetano; Gerardo: *"Partidos, Estado y Cámaras empresariales en el Uruguay Contemporáneo"*, FESUR, CIEUSU, CEIPO, Organizaciones empresariales y políticas públicas, Ediciones Trilce, Montevideo, 1992.
- Caetano, Gerardo: *"La república conservadora (1916-1929)"*, Tomo I, Editorial Fin de Siglo, Montevideo, 1992.
- Caetano, Gerardo: *"La república conservadora (1916-1929)"*, Tomo II, Editorial Fin de Siglo, Montevideo, 1993.
- Campero, Guillermo: *"Modernización y actores sociales"*, David&Goliath, 1991.

- Castagnola, José Luis: *"Actores sociales y espacio público. Escenarios de relación futura"*, Proyecto Uruguay 2000 N° 8, Fesur, 1989.
- De Sierra, Gerónimo: *"Estado y empresarios en el Uruguay posdictadura"*, en Gerónimo De Sierra (editor), *El Uruguay Post-Dictadura. Estado-Política y Actores*, Facultad de Ciencias Sociales, Montevideo, 1992.
- Equipos Consultores: *"Percepción del empresariado de la necesidad y contenidos de nuevas reglas para la inversión y desarrollo"*, ACDE, Montevideo, 1987.
- Equipos, Consultores: *"Barómetro Empresarial"*, Montevideo, 1993.
- Eber, K., W. Hillebrand, D. Messner and J. Meyer-Stammer: *"Die systemische Wettbewerbsfähigkeit"*, Deutsches Institut für Entwicklungspolitik", Berlin, 1994.
- FESUR; CIESU, CIEPO: *"Organizaciones empresariales y políticas públicas"*, Ediciones Trilce, Montevideo, 1992.
- Filgueira, Carlos: *"Concertación salarial y gremios empresariales en Uruguay"*, en PREAL/OIT (editor), *Política económica y actores sociales*, Santiago de Chile, 1988.
- Filgueira, Carlos: *"Organizaciones sindicales y empresariales ante las políticas de estabilización: Uruguay 1985-1987"*, en PREALC (editor), *Estabilización y respuesta social*, Santiago de Chile, 1990.
- Finch, Henry: *"Historia económica del Uruguay contemporáneo"*, Ebo, Montevideo, 1980.
- Frega, Ana; Marona, Mónica; Trochon, Yvette: *"Baldomir y la restauración conservadora (1938-1946)"*, Ebo, Montevideo, 1987.
- Frega, Ana; Trochon Yvette: *"Los fundamentos del Estado empresario (1903-1933)"* Cuadernos del Claeh N° 58-59, Montevideo, 1991, pp.115-137..
- Guerrini, Aldo: *"Antecedentes, estructura y modalidad de acción de la Asociación de Bancos del Uruguay"*, Dt. 171, Ciesu, Montevideo, 1989.
- Handelmann, Howard: *"Economic Policy and Elite Pressures in Uruguay: Interest Groups in an Authoritarian Political System"*, American Universities Field Staff, Hanover, 1979.
- Invernizzi, Noela: *"La política como estrategia en la acumulación privada de capital (Vinculos personales entre el Estados y los empresarios 1951-1989)"*, Revista de Trabajo y Capital, Montevideo, 1990.
- Jacob, Raúl: *"Breve historia de la industria en Uruguay"*, FCU, Montevideo, 1981.
- Klein, Wolfram Friedrich: *"Der Mercosur. Unternehmer- und Gewerkschaftsverbände im wirtschaftlichen Integrations- und Modernisierungsprozess"*, Disertación Doctoral, Universidad de Rostock, 1996
- Lanzaro, Jorge Luis: *"Sindicatos y Sistema político. Relaciones corporativas en el Uruguay 1940-1985"*, FCU, Montevideo, 1986.
- Lanzaro, Jorge Luis: *"Neo-corporativismo y democracia en el capitalismo contemporáneo"*, CLAEH, Montevideo, 1987.
- Lanzaro, Jorge Luis: *"Las cámaras empresariales en el sistema político uruguayo: Acciones informales e inscripciones corporativas"*, en FESUR, CIESU; CEIPO; Organizaciones empresariales y políticas públicas, 1992.
- Latorre Raúl: *"Las agremiaciones de pequeños y medianos productores"*, Cuadernos de información agraria N°4, Montevideo, 1986.
- Lechner, Norbert: *"La reforma del Estado y el problema de la conducción política"*, en *Perfiles Latinamericanos*, Año 4, N° 7, Flacso, México, 1995.
- Messner, Dirk; Meyer-Stamer, Jörg: *"Competitividad sistémica"*, Nueva Sociedad (septiembre-octubre 1994) pp.72-87.

- OIT: "Relaciones laborales en Uruguay", Informe de una misión de la Oficina Internacional del Trabajo, Serie Relaciones de Trabajo N° 66, Ginebra, 1987.
- OIT: "Las relaciones laborales en Uruguay", Informe RELASUR, Colección Informes OIT N° 42, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid, 1995.
- Panizza, Francisco; Pérez Piera, Adolfo: "Estado y Sociedad", Proyecto Uruguay 2000 N° 2, FESUR, Montevideo, 1988.
- Piñeiro, Diego: "El plenario de pequeños y medianos productores: un intento de crear un movimiento de agricultores familiares", en Carlos Filgueira (Editor), Movimientos Sociales en el Uruguay de Hoy", Ebo, Montevideo, 1985.
- Pineiro, Diego: "Cuando el Estado viene aplanando", en Diego Piñeiro (editor), Nuevos y no tantos. Los actores sociales para la modernización del agro uruguayo, Ciesu, Ebo, Montevideo, 1992. (citado como 1992)
- Pineiro, Diego: "La opinión de los empresarios industriales grandes y muy grandes sobre la integración regional", en FESUR, CIESU, CEIPO, Organizaciones empresariales y Políticas Públicas, Ediciones Trilce, 1992.
- Rama, Martín: "Crecimiento y estancamiento económico en Uruguay", CIEPLAN, Chile 1991.
- Rama, Martín: "El país de los vivos: un enfoque económico", SUMA 6(11), 7-36, 1990.
- Real de Azúa, Carlos: "La clase dirigente", Nuestra Tierra, 1969.
- Riella, Alberto: "Los dirigentes de la Cámara de Industrias: Una forma de caracterización", Dt. 158 Ciesu, 1989.
- Rodríguez, Juan Manuel: "La gran burguesía industrial y la crisis", CUI, Montevideo, 1988.
- Rodríguez, Julio: "Los grandes negocios", Enciclopedia Uruguaya, 1969.
- Stolovich, Luis; Rodríguez, Juan Manuel: "Gobierno y empresarios: sus vínculos personales", en Gerónimo de Sierra (compilador), ¿Hacia dónde va el Estado Uruguayo?, FCU, Montevideo, 1987.
- Stolovich, Luis: "Diálogo nacional, fuerzas sociales y organizaciones representativas", Ciedur, Serie Datos N° 31, Montevideo, 1988.
- Stolovich, Luis; Rodríguez, Juan Manuel; Bértola, Luis: "El poder económico en el Uruguay actual", CUI, Montevideo, 1988.
- Stolovich, Luis, J. M. Rodríguez, "Poder económico y diálogo social en la coyuntura uruguaya actual", CUI, Montevideo, 1990
- Stolovich, Luis: "Los empresarios, la apertura y los procesos de integración regional: contradicciones y estrategias. El caso de Uruguay en el Mercosur", Revista Paraguaya de Sociología", 29, 1992.
- Stolovich, Luis: "El poder económico en el Mercosur", CUI, Montevideo, 1994.
- Stolovich, Luis: "Los empresarios de un país pequeño ante la integración regional", Nueva Sociedad, N°151, 1997, .136-154.
- Trías, Vivían: "Economía y política en el Uruguay contemporáneo", Ebo, Montevideo, 1968
- Viguera, Aníbal, "Empresarios y acción política en América Latina. Una perspectiva comparada", Nueva Sociedad 143, 174-189, (1996).
- Vilaró Sanguinetti, Gustavo: "Organizaciones de empleadores en Uruguay: en especial la Cámara de Comercio del Uruguay", en OIT (editor), Papel de las organizaciones de empleadores en América Latina, Serie Relaciones de Trabajo N° 51, Ginebra, 1976. (231-244).
- Zurbriggen, Cristina: "Empresarios y acción colectiva en la producción bibliográfica nacional", Dt N° 13, Departamento de Ciencia Política, FCS, Montevideo, 1998.

***FUENTES DOCUMENTALES:***

Asociación Rural del Uruguay: Estatutos. Montevideo 1964.

Asociación Rural del Uruguay: Cien Años de la Asociación Rural del Uruguay, Montevideo, 1971.

Asociación Rural del Uruguay: 125 años de historia, Montevideo, 1997.

Asociación Rural del Uruguay: Revista de la Asociación Rural del Uruguay (diversos números).

Cámara de Industrias del Uruguay: Estatutos, Montevideo, 1973

Cámara de Industrias del Uruguay: Estatutos, Montevideo, 1995.

Cámara de Industrias del Uruguay: Memorias y Balances. (Desde el año 1985)

Cámara de Industrias del Uruguay: Revista de la Cámara de Industrias (diversos números)

Cámara de Industrias del Uruguay: Boletín Estadístico Trimestral (diversos números)

Cámara Nacional de Comercio: Estatutos de la Bolsa de Comercio, Montevideo, 1983.

Cámara Nacional de Comercio: Estatutos de la Bolsa de Comercio, Montevideo, 1997

Cámara Nacional de Comercio: Revista de la Cámara Nacional de Comercio (diversos números)

Federación Rural: Estatutos, Montevideo, 1978.

Federación Rural: 75º Aniversario 1915-1990, Montevideo, 1990.

Unión de Exportadores del Uruguay: Estatutos, Montevideo, 1975.

---

1 Las organizaciones empresariales han despertado en las Ciencias Sociales Uruguayas una atención marginal, que no se corresponde con la influencia que han tenido en el transcurrir histórico, en nuestro sistema político nacional. El perfil ideológico de la sociedad uruguaya en parte puede explicar la marginalidad de la temática en la agenda académica, así como la imagen negativa que la sociedad ha tenido del empresariado. La academia uruguaya hasta la década del 80 analizó el comportamiento político empresarial a la luz de las concepciones teóricas dominantes de los años 60 y 70 (las concepciones marxistas y la teoría de la dependencia). Este paradigma impregnó la reflexión académica sobre el tema, contribuyendo a transmitir una imagen negativa del empresariado. Por otra parte, la imagen negativa que tiene la sociedad del empresariado puede explicarse por diversos factores. La predica de algunos movimientos políticos exitosos en diversas etapas del proceso político uruguayo: el Battlismo de principio de siglo con el estatismo, así como el movimiento rural de Nardone, con su tradicional desconfianza hacia el empresariado urbano. Asimismo, la matriz ideológica de la izquierda uruguaya y el discurso de los principales líderes hacia el empresariado. Del mismo modo, podría mencionarse factores de más larga duración como los tienen que ver con el origen de la inmigración uruguaya y sus pautas culturales y religiosas. En nuestro país no existió una cultura protestante que contribuyera a la consolidación de una cultura favorable al "empresismo". Nuestra sociedad es esencialmente de raíz latina y, no encuentra en el empresario (máxime si es exitoso) un líder, un paradigma merecedor de ser elogiado, respetado e imitado. Todos estos factores contribuyeron en cierta medida a debilitar la legitimación pública de la función empresarial en la sociedad uruguaya, y su desvalorización como objeto de estudio.

2 Durante el período se crearon igualmente algunas organizaciones como la Cámara de Comercio Francesa de Montevideo (1882), el Centro de Industriales Panaderos (1887), la Cámara Oficial Española de Comercio, Industria y Navegación (1888), el Centro de Almaceneros Minoristas (1892), etc. Cabe destacar que el 25% de las instituciones fundadas el siglo pasado eran cámaras extranjeras, lo que se comprende por la influencia de la inmigración. Ver Vilaró Sanguinetti, 1976.

3 Esta gremial se denomina en realidad Bolsa de Comercio, la que reviste la forma de sociedad anónima, y no de asociación civil como la mayoría de las agremiaciones. La CNR es el órgano ejecutivo de la sociedad anónima.

4 Fuente: Documentos Relativos a la fundación de la ARU, 1871. Para la historia de la ARU ver: ARU, "Cien años de la ARU (1971), "125 años de historia" (1997), Astori D.(1979), Finch H. (1981).

5 Las primeras cámaras empresariales fueron creándose durante el proceso de modernización capitalista del país, pero fue sin duda la aplicación de las reformas battlistas lo que indirectamente impulsó la constitución y el rebotamiento de las mismas, con la creación en 1915 de la Federación Rural. Las clases "altas", señala Nahum, miraron con temor la política battlista. Si bien, Battle no enfrentó el problema de la tenencia de la tierra, la política contra los intereses del sector agrario se limitó a ataques verbales contra el latifundio y el aumento de impuestos y contribuciones. Estas formas de ataque fueron suficientes para que los grandes propietarios rurales decidieran embarcarse en una política más concreta, de abierta defensa de sus intereses. Para la historia y desarrollo de la Federación Rural ver: Barran J. P., pp.101-135(1986), Balbis y Caetano, pp 54-55 (1981); Caetano G. (1992)(1993).

6 La Asociación Rural del Uruguay y la Federación Rural han venido a representar el interés de la misma fracción del empresariado nacional, constituida por productores agropecuarios de mayor dimensión económica, con predominio de los ganaderos. En defensa de los intereses del sector la Asociación y la Federación han realizado una tarea complementaria. Expresión de ello es la alta proporción de dirigentes comunes que han tenido ambas asociaciones.

---

Ejemplo de ello es José Elorza cuatro veces presidente de la Federación Rural e integró 16 veces el Consejo Directivo de la Asociación Rural. El mismo expresaba: "La Asociación ha preferido, tanto por exigencia de sus estatutos, como por la modalidad tradicional de su labor, la dirección zootécnica de la crianza y la de los organismos adecuados, como sus registros genealógicos y su oficina de exposiciones. La Federación ha actuado más intensamente en los problemas económicos y sociales, realizando incursiones frecuentes en el campo político y reclutando sus miembros no sólo en el sector de la producción, sino también en otros de la opinión ruralista (Astori 1980, 10-11). La participación directa y explícita en el proceso político de la Federación Rural no constituye una diferencia sustantiva, sino un matiz de diversificación. Sí bien, la Asociación Rural jerarquizó otros fines, los objetivos políticos no estuvieron ausentes (Astori 1979, 268-271).

"La Federación tiene su acción gravitante en el campo gremial y político gremial, en tanto la Asociación Rural ha encausado su acción hacia los aspectos técnicos, mejoras de la ganadería a través de los registros genealógicos, de las exposiciones y particularmente a partir del cuarto decenio de este siglo a través de sus criadores de distintas razas y especies que actúan como entidades gremiales" (ARU, 1971, 126).

7 Así, lo establecen sus estatutos: la Federación Rural "no constituye un partido político, ni aspira a la conquista del poder". En el inciso A del artículo 4 de sus estatutos establece que la acción política de la Federación procurará "propagar entre sus afiliados a los partidos militantes las ideas y tendencias de la Federación, exhortándolos a prestigiar en los comicios, las listas de candidatos emanadas de dichos partidos, que mejor encarnen y propender a que se confíen los puestos públicos a las personas más aptas para desempeñarlos. Asimismo, la necesidad de "recabar de los Poderes Públicos todas aquellas leyes y disposiciones que favorezcan el progreso de la campaña y repudiar y combatir las que lo entorpezcan. Así como "apoyar moralmente a los gobiernos regulares que presten a los problemas de nuestra producción agropecuaria la delicada atención que merecen, mediante la aplicación de las doctrinas económicas y sociales que más convengan al país. Exhortar a las masas rurales a ejercer el derecho del voto e inculcar a los productores la obligación moral en que la defensa de sus propios intereses los coloca, de dirigir la educación cívica de sus colaboradores, aconsejándoles el cumplimiento de los deberes ciudadanos".

8 Los estatutos de la CIU establecen lo siguiente: "En materia política, podrá opinar o dictaminar en toda cuestión que interese, directa o indirectamente; pero le está vedado todo pronunciamiento de carácter partidario o que tienda hacer participar o influir de cualquier manera a la Asociación en las contiendas o controversias entre los partidos o las fracciones políticas. Queda expresamente establecido que las normas que anteceden no impiden a la Asociación participar en el estudio de problemas en materia de política industrial, económica... aunque la misma se realicen en órganos o dependencias del gobierno o la administración del estado"(Art. 6).

9 Datos de la COMCORDE (Comisión Coordinadora para el Desarrollo Económico). Ver Vilaró Sanguinetti 1976.

10 Una excepción al respecto fue dada por la creación del Comité Nacional de Vigilancia Económica, creado en 1929 a partir de la iniciativa surgida en el Congreso Anual de la Federación Rural que funcionó hasta 1933 (Caetano G. El asedio conservador (1925-1929)). Desde 1984 funcionaba la Comisión Intercomercial Empresaria, que en 1989 pasó a denominarse Consejo Superior Empresarial.

11 Berenson señala que en Uruguay el número de agremiaciones de naturaleza productiva y profesional se elevaría a no menos de 300. En un estudio realizado por la OIT, en 1987 sobre Relaciones laborales en Uruguay, afirma que no existen fuentes confiables acerca del número de organizaciones patronales. Sin embargo, el informe señala que

---

teniendo en consideración las asociaciones empresariales más relevantes existentes en el país, así como las gremiales de primer grado afiliadas a las mismas el número se elevaría a 300.

12 Comisión Intercomercial Empresarial, "Hacia un Uruguay con futuro", 1989, 12-14.

13 Datos obtenidos en Internet: <http://www.ciu.com.uy>.

14 En 1992 se retira el ING BANK, en agosto de 1998 el Discount Bank, y en setiembre de 1998 se desafilian el Banco Santander y el Bank Boston.

15 Patrocinaron la fundación: CNC; ARU; FRU; CIU; CMPP; ABU; CdC, Liga de la Construcción, Bolsa de Valores, Confederación Granjera del Uruguay.

16 Entre las que se puede destacar, gremiales en el sector financiero (la Cámara de Entidades Financieras), en el sector de la construcción (la Cámara de la Construcción, la Liga de la Construcción), en medios de comunicación, (Asociación de Diarios), en la actividad portuaria o al transporte internacional. (Centro de Navegación Transatlántica), etc. Asimismo, existe un número importante de organizaciones que agrupan principalmente a pequeños propietarios en la actividad comercial y de servicios que no forman parte de ninguna de las de segundo grado: Centro de Almaceneros, Minoristas, Baristas y Afines del Uruguay (CAMBADU), Asociación de Baristas del Uruguay, Unión de Vendedora de Carne, Asociación Nacional de Carniceros, Unión de vendedores de Nafta, Asociación de Feriantes, Asociación de Quinielas y Subagencias de Quiniela, Centro de Panaderos del Uruguay, la Cámara Uruguaya de Fabricantes de Pastas, la Confederación de Confeiterías, Bombonerías y afines, Asociación de Feriantes del Uruguay, la Asociación de Patronos de Peluquería, etc.

17 Una encuesta realiza en 1991 a 150 empresarios de la industria manufacturera arrojó como resultado que el 88% de los mismos estaban afiliados a la Cámara de Industria, un 44% de ellos forman parte asimismo de la Unión de Exportadores y un 39% a la Cámara de Comercio. Por su parte, en el sector rural las afiliaciones dobles a la Asociación Rural y la Federación Rural es la regla (Filgueira, C. 1988). Las casas bancarias no están únicamente afiliadas a la Asociación de Bancos, sino que algunos de ellas forman parte de la Unión de Exportadores, de la Cámara de Industrias, o de la Cámara de Comercio. Asimismo se constata que hay empresas que no están afiliadas a las organizaciones sectoriales y sí lo están a las cámaras de segundo grado. Existen algunos casos, por ejemplo el sector pesquero, en que la organización sectorial no está afiliada a la Cámara de segundo grado, y sí lo están las empresas a título individual.

18 Una excepción a la creación de organizaciones centrales intersectoriales y coordinación más o menos institucionalizadas ha sido el Comité de Vigilancia Económico, creado en 1929. (Caetano 1992, 45)

19 Documento firmado por: ARU, CIU, CMPP y CNC. La ABU tuvo escasa participación en la "Intercomercial" y no firmó el documento. Un dirigente de la ABU expresó que "excluir a los acreedores no es un mayor problema para los deudores." (Guerrini 1991,11).

20 La constitución de estas instancias informales de diálogo no estuvo exenta de conflicto. Por ejemplo, la decisión de conformar el Consejo Superior Empresarial fue adoptada en abril de 1994, cuando la Cámara de Industria se reintegró a las deliberaciones patronales, la cual no participaba desde mediados de 1993 (Búsqueda, 2/6/ 1994, 20). Búsqueda señala que las principales cámaras empresariales sellaron el pasado martes 7 un 'acuerdo de caballeros' que se extenderá hasta fines de 1994 para mantener posiciones comunes sobre los principales problemas que afectan a la actividad productiva. No obstante, a solo un mes constituido el Cosupem, surgieron conflictos de

---

intereses entre las diferentes gremiales que integran el mismo en torno al Arancel Externo Común. La demanda de la CIU de un periodo de transición para adecuar la producción a los nuevos niveles de protección que generará el Arancel Externo Común en el mercado Regional, no era compartida por otras gremiales, incluso alguna de ellas considera inadecuado el planteo público del reclamo unilateral, antes de tener la oportunidad de discutir una posición común en el Consejo (Búsqueda, 23/6/1994, 30).

21 Ver: OIT 1987; OIT 1995; Guerrini 1991, 11; Filgueria C. 1988,488; Crónicas Económicas, 10 al 17 de Noviembre de 1986.

22 Documento firmado por la ABU, CIU, CNC, CMPP, AR, FR, CC.

23 Entrevista al Ing. Q. Washington Durán, directivo de la CIU, setiembre de 1997.

24 Ver Revista de la Cámara de Comercio, Vol.22, Nº3, 1998.

25 El Inia es un organismo público no estatal creado en octubre de 1989, encargado de asesor al Poder Ejecutivo en la fijación de la política nacional en materia de generación y transferencia de tecnología aplicada al sector agropecuario. La dirección del Instituto le compete a una Junta Directiva, integrada por dos representantes del Poder Ejecutivo: un representante designado por el Poder Ejecutivo a propuesta de la AR U y FR; un representante designado por el Poder Ejecutivo a propuesta de la Comisión Nacional de Fomento Rural, de las Cooperativas Agrarias Federadas y la Federación Uruguaya de Centros Regionales de Experimentación Agrícola (Fuente: <http://www.inia.org.uy>).

26 Anteriormente se denominaba Comisión Honoraria del Plan Agropecuario creada en 1957 y funcionaba dentro del MGAP. Actualmente, el Plan Agropecuario es un organismo de derecho público no estatal creado en 1996, teniendo como cometidos la coordinación de programas de extensión, generar cambios en el sector agropecuario, mejorando la eficiencia de las empresas y contribuyendo al crecimiento de la economía nacional. La dirección le compete a una Junta Directiva formada por delegados del MGAP, de la AR, FR, de la Comisión Nacional de Fomento Rural y COOP. Agrarias Federadas.

27 Desde 1992 quedó integrado el directorio del BPS por cuatro directores políticos y tres directores que representa a los sectores sociales involucrados: trabajadores, sector empresarial y pasivos.

28 La Junta Nacional de Empleo fue creada en 1992, por ley 16320, para atenuar el impacto de la reconversión productiva por la integración regional. En la misma ley se crearon la Dirección Nacional de Empleo (Dinae), la Junta Nacional de Empleo (Junae) y el Fondo de reconversión laboral. La Dinae está ubicada en la línea jerárquica del Ministerio de Trabajo y la Junae es un organismo desconcentrado pero dependiente del mismo. La Junae es un órgano de composición tripartita: está integrada por el director de la Dinae, y dos representantes profesionales designados por el Poder Ejecutivo, uno a propuesta de la organización sindical más representativa y otro del sector empleador (industria, comercio y agro). Es el órgano encargado de administrar el Fondo de Reconversión (OIT 1995).

29 El País, 10/03/98.

30 Fuente: Red ProFymes.

31 Internet: <http://www.ciu.com.uy>.

32 Internet: <http://www.davanet.com.uy>.

---

33 En la actualidad los estatutos de dicha organización se están revisando, con el objetivo de poder afiliar a las organizaciones que núclean a pequeños y micros empresarios de Montevideo.

34 Fuente: Material proporcionado por Anmpype.

35 La integran empresas de distintos rubros como: Alimentos, Cuero, Lana, Artesanías, Agropecuaria, Fabricación de Calzados, Comerciantes, Servicios, Maderas, aserraderos.

36 Algunos ejemplos son: asesoramiento en materia de negociaciones y relaciones laborales, ofrecimientos de cursos afines al sector empresarial, conexión a diversas redes de información regional e internacional, por las cuales el socio puede acceder a nuevas oportunidades comerciales, posibilidades de cooperación empresarial, ferias y eventos en todo el mundo, etc.

37 Entre los servicios ofrecidos se pueden mencionar: curso de formación sobre elementos de gestión en ISO 9.000, con el objetivo de empezar a formar a un grupo de empresas en el largo camino de la calidad, que tiene como objetivo final llegar a la certificación en las normas ISO 9.000 una vez que las empresas estén preparadas. Curso de inspección y calibración de instrumentos, dictado principalmente por técnicos del LATU. Curso de formas prácticas de comercialización a Brasil. Curso práctico de logística industrial; cómo elaborar proyectos de inversión y estrategias para la toma de decisión en la pequeña y mediana empresa; la cooperación empresarial internacional como un instrumento para mejorar la competitividad; capacitación de mandos medios sobre la base de la formación de una metodología alemana desarrollada por una universidad que ya tiene más de 60 años de trabajo en esa área; cursos sobre dirección o gestión de empresas. Es una variedad de temas muy amplia que apunta a los aspectos centrales de la gestión de una pequeña empresa.

38 Entrevista realizada a Roberto Villamil, Gerente General de la CIU, en Radio El Espectador, 14.04.98.

39 Para estudiar la historia de las principales organizaciones de agricultores familiares, ver Astori 1982, Latorre 1986, Piñeiro 1992<sup>3</sup>.

40 La Mesa de Entidades Rurales representaba principalmente a pequeños y medianos productores, de diferentes rubros productivos y en general dedicados a producir para el mercado interno, Estaba compuesta por: Asociación de Colonos del Uruguay, Asociación de Cultivadores de Arroz(Aca), Cooperativas Agrarias Federadas (CAF), Asociación de Cultivadores de Azúcar del Norte Uruguayo, Intergremial de Productores de Leche (IPL), Comisión de Fomento Rural, Confederación Granjera, Asociación de Remitentes de CONAPROLE, Asociación de Productores de Soja, Asociación de Criadores de Cerdos, y Remolacheros Organizados del Sur (Rodesur) (Filgueira 1990, 515).

41 Fuente: material proporcionado por CAF.

42 Fuente: material proporcionado por CNFR y el MGAP.