# URUGUAY ECONOMÍA

Edición No. 03/2023

## Emprendimientos con objetivos sociales

MERCOSUR AHK Cámara de Comercio e Industria Uruguayo-Alemana
Deutsch-Uruguayische Industrie- und Handelskammer

Lo hacemos posible.

Fomentado por:
Ministerio Federal de Economía y Protección del Clima
en virtud de una decisión del Bundestag alemán

# URUGUAY ECONOMÍA

Edición No. 03/2023

## EN ESTA EDICIÓN


| | |
|---|---|
| Situación económica en Uruguay | 1 |
| Estrategia nacional para la innovación social y las empresas de bien común | 2 |
| Innovación social en Alemania y Uruguay | 3 |
| Crear una empresa con fines sociales en Uruguay | 4 |
| Ejemplos de empresas con fines sociales en Uruguay | 5 |
| ReMarket | 6 |
| Uruguay como puerta de entrada a Sudamérica | 7 |
| Proyecto de la UE sobre diligencia debida | 8-9 |
| Cifras financieras al tipo de cambio | 10 |
| Comercio Exterior | 11 |


## ESTIMADA LECTORA, ESTIMADO LECTOR

"Uruguay Economía" es un resumen de prensa que es publicado por la Cámara de Comercio e Industria Uruguayo-Alemana.

La publicación bilingüe incluye información actual sobre el desarrollo económico general del país y sobre sectores especiales.
"Uruguay Economía" se publica cada trimestre y se envía por mail a 2.000 socios, suscriptores y entidades gubernamentales en Uruguay, Argentina, Paraguay, Brasil, Alemania, Austria y Suiza. Además, "Uruguay Economía" está publicado en nuestra página web y de esta forma está disponible en todo el mundo.
Le ofrecemos la oportunidad de ampliar la visión de su empresa e incluir un anuncio en esta publicación. Como sponsor tendrá la oportunidad de colocar el logo de su empresa con un link directo a su página web en la tapa del informe por el periodo de uno, tres, seis meses o un año.
Saludos cordiales,

Su equipo de Comercio Exterior
Cámara de Comercio e Industria Uruguayo-Alemana


**SPONSORS OFICIALES**

BASF We create chemistry

Partner of the DB Schenker Network DB SCHENKER Ralesur S.A.

BADER URUGUAY

**SPONSORS DE COMMUNICACIONES**

LESTIDO

SEG INGENIERIA

BAYER

Guyer & Regules

Grant Thornton

WÜRTH

BANQUE HERITAGE Su banco suizo en Uruguay

unimate RPA

# Situación económica en Uruguay



La economía uruguaya registró un descenso del 2,5% en el segundo trimestre del año en curso en comparación con el mismo periodo del año anterior. En relación con el trimestre anterior de este año, descendió - 1,4% y puede atribuirse al impacto de la sequía y a las distorsiones de la economía argentina.

Las **ventas de combustibles y energía** fueron dispares en agosto. Por una parte, las ventas de nafta aumentaron un 8% y las de gasoil un 4%.

Por otra parte, las ventas de energía a la industria también aumentaron un 15%, mientras que las ventas de energía al comercio y los servicios disminuyeron un 1%.

El aumento de los **ingresos fiscales brutos** se explica por un incremento interanual de los ingresos procedentes del impuesto sobre la renta (2,5%), que compensó la disminución de los ingresos procedentes de otros impuestos.

En julio, los ingresos volvieron a aumentar en comparación con el mismo mes del año anterior (2,5%) y con el último año móvil (0,5%).

En agosto, las **cifras de exportación** bajaron en la mayoría de los sectores. En lo que va de año hasta agosto, sólo aumentaron las exportaciones de productos de molinería (16%). Disminuyeron las exportaciones de otros productos importantes: carne y despojos (-31%), productos lácteos (-4%), cereales (-6%), semillas (-66%), madera y productos de madera (-1%), plásticos y derivados (-6%) y productos farmacéuticos (-1%).

El índice del volumen real de producción aumentó un 3,3% interanual y las horas trabajadas aumentaron un 2,2% interanual en julio. Así pues, la industria creció de forma generalizada en julio.

El **mercado laboral** se mantuvo estable respecto a julio (desestacionalizado), pero muestra un deterioro interanual. La tasa de empleo fue del 58,6% en agosto, por encima de la media 2006-2023, mientras que la tasa de paro subió al 8,2%.

En julio, los **salarios reales** aumentaron un 4 % con respecto al año anterior. Aunque el índice salarial real ya ha convergido, sigue estando por debajo de los niveles anteriores a la pandemia.

El índice salarial real es superior al de junio de 2022, 2021 y 2020, pero sigue siendo inferior al de 2019.

La **inflación** bajó un 0,26% en agosto y se situó en el 4,1% interanual, dentro del rango deseable.

La inflación mensual se debe principalmente al aumento del precio de los alimentos y bebidas.

Éste asciende al 6,2% y representa el 26% de la cesta de la compra.

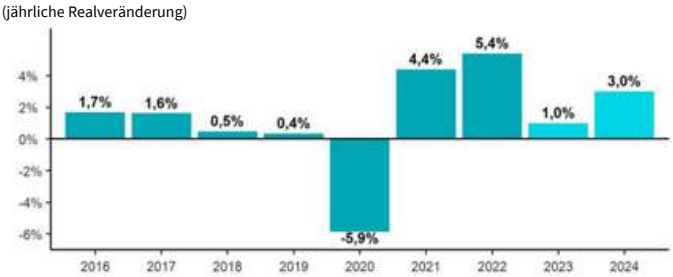
La **ratio de capital riesgo** se mantiene parcialmente constante y es un 33% inferior a la media 2000-2023. La ratio de capital riesgo suprarregional también es un 25% inferior a la media, mientras que la regional es un 39% inferior a la media.

El **déficit presupuestario** es del 3,9%. Ello se debe a un deterioro del déficit primario del 1,3% y al pago de intereses del 2,7%. En el primer trimestre del año, la deuda bruta se mantuvo en el 67%. La deuda neta también varió poco, manteniéndose en el 39% frente al 38% del trimestre anterior. Las reservas se mantuvieron relativamente constantes (28% frente al 29% del trimestre anterior).

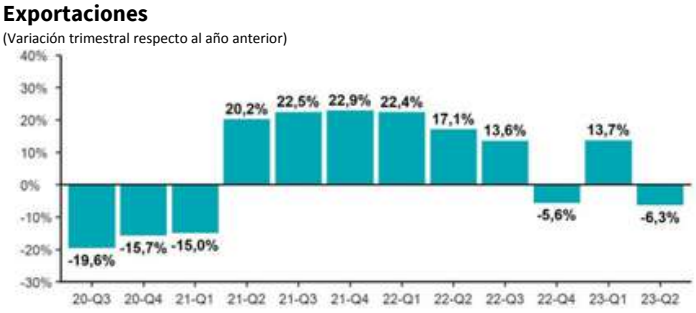
Las perspectivas más favorables de la economía uruguaya y la mejora de la solvencia crediticia han situado el **riesgo-país** en niveles históricamente bajos.

Uruguay tiene el riesgo país más bajo de todos los países de LATAM, con 92 puntos básicos.

**Producto interior bruto**
(jährliche Realveränderung)




**Exportaciones**
(Variación trimestral respecto al año anterior)






Fuente: Grant Thorton 09/2023

2

# Estrategia nacional para la innovación social y las empresas de bien común

Una nueva base para el desarrollo de una sociedad sostenible

En el futuro, el Gobierno Federal alemán prestará especial atención a las empresas de orientación social y a las innovaciones sociales, según la estrategia adoptada conjuntamente por todos los ministerios en septiembre. Ya en 2021, nueve de los catorce ministerios federales presentaron un concepto conjunto para su promoción, y en 2022 la empresaria social Zarah Bruhn fue nombrada representante especial para la innovación social en el BMBF.

El 13 de septiembre de 2023, el Gabinete Federal adoptó la Estrategia Nacional para la Innovación Social y las Empresas del Bien Común. Esta estrategia fue desarrollada por el Ministerio Federal de Educación e Investigación (BMBF) y el Ministerio Federal de Economía y Protección del Clima (BMWK) y sienta las bases para crear una sociedad sostenible.

Los objetivos y medidas centrales de la estrategia son la optimización de las condiciones del marco, como la consideración en las licitaciones de los ministerios federales y la reducción de las barreras estructurales.

El objetivo es reforzar la cultura de creación de empresas socialmente innovadoras y orientadas al bien común, así como las estructuras de apoyo, tales como incubadoras de empresas en Alemania.

Uno de los objetivos es la creación de normas de aplicación general para la orientación y la medición del impacto.

Según el Ministerio Federal de Fomento, la estrategia pretende crear una "fuerza transformadora para una economía sostenible".

La AHK Uruguay aprovecha la publicación de la estrategia para destacar en este boletín la cultura empresarial social en Alemania y Uruguay.

**Tres características de las empresas de bien común**

1. Una empresa que trabaja por el bien común puede financiar su propio impacto positivo en la sociedad a largo plazo. Muchas organizaciones que trabajan por el bien común (ONG, fundaciones, asociaciones, etc.) dependen del voluntariado, las donaciones y la financiación pública. En cambio, las empresas del bien común, también llamadas empresas sociales, son más independientes porque su modelo de negocio se basa en una financiación sostenible a largo plazo. Su objetivo no es maximizar la facturación o el beneficio, sino resolver retos ecológicos o sociales, que desarrollan o financian de forma cruzada a través de su trabajo.

2. El emprendimiento de bien público combina la innovación social con la técnica. Su objetivo es resolver problemas sociales con un enfoque innovador. Esto incluye el desarrollo de modelos de negocio que pretenden cambiar el comportamiento de los consumidores a largo plazo. A menudo, la innovación social se combina con la innovación técnica, por ejemplo con una aplicación que pretende provocar un cambio de comportamiento en los consumidores.

3. Las empresas socialmente innovadoras y orientadas al bien común no solo se preocupan por las necesidades de sus clientes, sino también por las consecuencias de sus propias actividades empresariales en el medio ambiente y la sociedad. Esto requiere una visión holística del modelo de negocio y hace que el trabajo de las empresas socialmente responsables sea muy complejo.

## Empresariado de bien común e innovación social explicados

**¿Qué se entiende por empresa de bien común?**

Para las empresas sociales o de bien común, la razón de ser de su actividad (por ejemplo la reducción de basura plástica) es primordial. Así lo demuestra el hecho de que los beneficios se reinviertan predominantemente en lugar de distribuirse y que la estructura organizativa y la propiedad reflejen sus objetivos sociales. También se caracterizan por un alto grado de innovación con objetivos sociales.

**¿Qué es la innovación social?**

Las innovaciones sociales describen enfoques novedosos para resolver los grandes retos de nuestro tiempo, como el cambio climático, la contaminación ambiental, el aislamiento social o la pérdida de cultura democrática.

Las innovaciones sociales pueden, por ejemplo, apoyar la gestión de los efectos sociales secundarios de la transformación tecnológica, integrando a las personas desfavorecidas en el mercado laboral moderno o contribuyendo a unas cadenas de suministro más sostenibles en las empresas.

## Ventajas de las empresas de bien común

**¿Qué distingue a las empresas de bien común de las ONG?**

Las ONG o asociaciones dependen del voluntariado, las donaciones y la financiación. Por tanto, dependen constantemente del estado de ánimo social y de los objetivos políticos. Las empresas de bien común son económicamente autosuficientes tras una breve fase de puesta en marcha, todos los empleados reciben salarios regulares y parte de la facturación también puede distribuirse como beneficio, aunque la mayor parte se reinvierta.

**¿Por qué las empresas sociales necesitan apoyo político?**

Las empresas sociales resuelven problemas sociales y, por tanto, asumen tareas que, de otro modo, tendría que asumir el público en general. Para esta labor, dependen del apoyo, sobre todo cuando se fundan, ya que son menos atractivas para los inversores privados.

Fuentes: bpb & Bundesregierung

Fuente: BMBF Kurzmeldungen

# Innovación Social en Alemania y Uruguay

## Resolver retos sociales con espíritu empresarial

En los últimos años han surgido cada vez más empresas que crean valor social y/o ecológico además del puramente económico con soluciones innovadoras. Una de estas empresas es Viva con Agua, con sede en Hamburgo, que financia proyectos de abastecimiento de agua potable o saneamiento básico en regiones del Sur global mediante la venta de botellas de agua en Alemania. Otro ejemplo muy conocido es la empresa Recup, con sede en Múnich, que ofrece un sistema reutilizable para vasos de bebidas y envases de comida para llevar y aborda así el problema de la vajilla desechable.

En la política alemana ya se ha reconocido el potencial de las empresas sociales, como demuestra la estrategia adoptada por el Gabinete Federal.

**Un ecosistema creciente para la innovación social en Uruguay**

El ecosistema para la innovación social en América Latina también está creciendo. La innovación social y el espíritu empresarial que abordan los retos de la sociedad están ganando impulso en todo el mundo. Una organización que ofrece espacios de coworking y programas de apoyo en más de 60 países es la red **Impact Hub**. Ya cuenta con más de 30 sedes en América Latina, incluida una nueva en Montevideo anunciada hace un mes.

En Uruguay, sin embargo, Impact Hub no es el primer actor en este campo. **GSG Group**, por ejemplo, está trabajando en un ecosistema de inversión de impacto para Uruguay y Argentina con el fin de asegurar la financiación de las startups sociales.

**Socialab** Uruguay es el actor central y la incubadora del emprendimiento social en Uruguay. Socialab apoya y asesora a start-ups sociales y cuenta con el apoyo de empresas como Samsung y PWC, varios ministerios uruguayos, fundaciones, universidades y ONGs.

La innovación social ha desempeñado un papel importante en la política uruguaya desde hace algún tiempo. Ya en 2017, la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII) apoyó el fiiS - Festival Internacional de Innovación Social en Montevideo. El gobierno de Uruguay también dirige un Laboratorio de Innovación Social en Administración Digital (LAB).

Uruguay, conocido como un país con un fuerte sentido de la conciencia medioambiental y la innovación, ofrece condiciones ideales para la innovación social y podría convertirse así en un hotspot de la región.

La Universidad ORT de Montevideo reconoció el potencial y, junto con Ashoka, organizó el primer seminario sobre emprendimiento social en la capital uruguaya.

Ashoka lleva más de 20 años apoyando la cultura emprendedora y la innovación social. La organización empezó a seleccionar emprendedores sociales en Argentina en 1994 y ahora también está activa en Uruguay. El evento conjunto de esta organización y ORT titulado "emprendedores sociales uruguayos" contó con ponentes que compartieron sus experiencias nacionales e internacionales en este campo y fueron una gran inspiración para los participantes.

### Actores y redes de impacto social en Uruguay

socialab

Socialab promueve y acompaña a las empresas sociales en Uruguay y apoya a las personas para que creen empresas basadas en el bien común. Su portafolio incluye 20 empresas en los ámbitos de la educación, el medio ambiente y el trabajo, 3/4 de las cuales se fundaron el año pasado.

GSG
Driving real impact

El Global Steering Group for Impact Investment (GSG) es una ONG fundada en 2015 en el Reino Unido que promueve la inversión de impacto y el emprendimiento social. Desde 2016, la organización está activa en Argentina y Uruguay.

IMPACT HUB

Impact Hub es una red mundial de incubadoras, aceleradoras, espacios de coworking y organizaciones sin ánimo de lucro fundadas o gestionadas localmente que poseen y gestionan conjuntamente la empresa Impact Hub, con sede en Austria.



Fuente: El economista und ORT



Fuente del imagen: Impact Hub

# 4 Crear una empresa social en Uruguay

Uruguay está bien posicionado en el sector de las start-ups, destacando especialmente el sector de las tecnologías financieras. Pero también están surgiendo empresas y redes prometedoras en otros ámbitos menos técnicos.

**El Global Startup índex Report** muestra que "la principal ventaja del ecosistema startup uruguayo [...] es la estabilidad del país".
El informe destaca el apoyo del gobierno al ecosistema de startups tecnológicas y también anima a promover estrategias de startups en otras ciudades del país. En el sector fintech, dLocal es el startup más conocida de Uruguay, que además ha alcanzado el estatus del llamado "unicornio".
El término "unicornio" describe una start-up privada con una valoración de mercado antes de una OPV de más de 1.000 millones de USD.

Fuente: Uruguay Innovation Hub

Con el **Uruguay Innovation Hub** se ha puesto en marcha un nuevo programa para fortalecer a Uruguay como centro de innovación. Según el Ministro de Economía Sr. Pagani, el objetivo es crear un lugar donde se desarrollen proyectos innovadores, se prueben nuevos productos y se atraigan inversiones. El nuevo programa público-privado e interinstitucional, auspiciado por la ANII, cuenta con el apoyo de varios ministerios y del Programa Nacional de Inversiones.

Además de los programas de Aceleración y Bio Company Building, Uruguay Innovation Hub también ofrece la posibilidad de acceder a fondos de coinversión.
Este instrumento posiciona a Uruguay como un hub regional de innovación que ofrece oportunidades atractivas y condiciones favorables tanto para las start-ups como para los fondos de inversión.
Para las start-ups, facilita el acceso a capital, recursos y conocimientos necesarios para su crecimiento. Además, estos fondos promueven su expansión y les permiten establecer conexiones globales.
Fomentar la participación de fondos internacionales en programas de coinversión impulsará el crecimiento y la diversificación de las inversiones locales.

## Marco económico y jurídico de creación de una empresa en Uruguay

- A la hora de crear una empresa en Uruguay, las inversiones extranjeras reciben el mismo trato que las nacionales y no existen restricciones para los ciudadanos extranjeros.
- Formas jurídicas en Uruguay: unipersonal, sociedad anónima (SA), sociedad de responsabilidad limitada (SRL), sociedad por acciones simplificada (SAS).
- La constitución de una empresa unipersonal puede completarse en 48 horas.

Fuente del imagen: StartupBlink

En nuestro último boletín medioambiental, les presentamos Expo Uruguay Sostenible, una feria celebrada coincidiendo con el 51º Día Mundial del Medio Ambiente.

Aquí encontrará acceso a todas las publicaciones de la AHK.

PODCAST
AHK URUGUAY

Haz clic aquí para escuchar el podcast de la AHK Uruguay en Spotify

# Presentación de empresas sociales en Uruguay



## Sostenibilidad - Impacto

Uruguay se ha hecho un nombre como país especialmente orientado al futuro y respetuoso con el clima gracias a su matriz eléctrica, compuesta en más de un 90% por energías renovables. Pero el país también tiene mucho que ofrecer en términos de innovación social y empresas de bien común.
Algunos ejemplos muestran cómo las empresas respetuosas con el clima pueden tener éxito en este pequeño país sudamericano a orillas del Río de la Plata.

**Compost ciudadano**
El start-up social Compost Ciudadano recoge residuos de hogares y empresas como función principal y produce compost a partir de ellos, que a su vez puede ser utilizado por los residentes de Montevideo para abonar plantas de interior y de balcón. Con diversas campañas, su propio huerto, seminarios y proyectos educativos, la empresa también contribuye a una mayor educación medioambiental y promueve una economía circular urbana.

**Recumple**
Recumple también tiene que ver con la economía circular.
La empresa se fundó para reducir los residuos de la decoración desechable. Por ello, Recumple ofrece una gran variedad de artículos de regalo reutilizables hechos con materiales sostenibles como yute, madera o retales de tela, que son elaborados a mano por mujeres. Además, en Recumple se pueden tomar prestadas conjuntos de decoraciones.

**Bioframing**
La empresa BioFraming ofrece un sistema de construcción modular prefabricado de bajo impacto ambiental y alta eficiencia energética. Este sistema consiste en paneles de madera rellenos de paja de trigo prensada mecánicamente.
Esto permite a la empresa construir casas rápidas de construir, con una excelente relación coste-beneficio y respetuosas con el medio ambiente, mejorando la calidad de vida de las personas y respetando el medio ambiente.

**Re market**
Re market lleva a Uruguay el concepto de tienda sin envases y se centra en productos regionales de empresas predominantemente pequeñas. El concepto de tienda sin envasar ayuda, por un lado, a evitar el desperdicio de envases y, por otro, a reducir el desperdicio de alimentos vendiendo cantidades en función de las necesidades.



Fuente: Socialab

# Re Market

## Entrevista con Teresa Domínguez, cofundadora de la primera tienda sin envases de Uruguay

Con motivo del segundo aniversario de Re Market, hablamos con la cofundadora Teresa Domínguez sobre su experiencia al crear una empresa de carácter social en Uruguay.

"La idea de crear Re Market surgió durante la pandemia, como un proyecto para luchar contra el sinfín de residuos de envases".

**El arduo camino de la idea a la fundación**

Teresa conoció el concepto de tienda sin envases en Barcelona y más tarde se asoció con Vanessa Estevan para llevarlo a Uruguay. Su búsqueda inicial de financiación fue infructuosa, pero un estudio de mercado que realizaron demostró el gran potencial de su modelo. El estudio les proporcionó información sobre posibles grupos objetivo y una ubicación adecuada para una posible primera tienda sin envases. Animados por ello, buscaron apoyo en el sector privado y pudieron empezar con Re Market como solución inicialmente digital.

**Un modelo de negocio que resuelve los problemas ecológicos de los supermercados convencionales**

El año pasado, gracias al apoyo de la incubadora Socialab, la empresa recibió financiación que le permitió seguir ampliando su negocio y abrir la primera sucursal en el popular barrio de Punta Carretas.

El modelo de negocio de Re Market difiere del de los supermercados tradicionales en dos aspectos principales:

Por un lado, Re Market confía exclusivamente en trabajar con proveedores nacionales con los que mantiene relaciones personales. El 80% de los proveedores son pequeñas empresas.

Por otro lado, mediante un enfoque radical para evitar el desperdicio de envases y alimentos. Los clientes de Re Market pueden traer sus propios envases, que pesan antes y después de llenarlos para que pesen únicamente el peso de la mercancía que compran. "La base del modelo de negocio de Re Market es que no hay cantidades mínimas de compra, sino que el propio cliente decide cuánto necesita realmente y hace llenar esa cantidad en un contenedor que él mismo trae".

**Pionera en un nicho de mercado en expansión**

Este tipo de modelo de negocio aún no está muy extendido en Uruguay. En Uruguay ya existe una fuerte y creciente conciencia medioambiental, por lo que el nicho de mercado de empresas como Re Market tiene buenas perspectivas de crecimiento.

Sin embargo, también existen algunos obstáculos, ya que muchos consideran que estas empresas "de moda" tienen un precio especialmente elevado, aunque no sea necesariamente así. Teresa es, no obstante, positiva sobre el futuro de las empresas sociales en Uruguay y espera que ya el año que viene haya un proyecto de ley para promover el emprendimiento social y que surjan cada vez más empresas con una visión similar a la de Re Market y mejoren también las oportunidades de financiación.

.

**Teresa Domínguez y Vanessa Estevan**

RE MARKET

Fuentes: Entrevista y Re Market

# Uruguay como puerta de entrada a Sudamérica

## Oportunidades para empresas extranjeras

Las empresas extranjeras consideran Uruguay un centro de negocios potencial y una puerta de entrada a Sudamérica, un lugar donde pueden establecerse y exportar a la región.
Empresas británicas como la farmacéutica AstraZeneca utilizan cada vez más Uruguay como centro de distribución para la región, desembarcando aquí sus productos y distribuyéndolos por todo el país y el resto del continente en Brasil, Argentina y Bolivia, según declaró la embajadora británica Faye O'Connor a Café & Negocios, confirmando que empresas como éstas desean aportar valor añadido.

**Uruguay interesa a la política europea de comercio exterior**

Uno de los objetivos de la Embajada británica es presentar a Uruguay como punto de partida para las exportaciones a los países vecinos. Por este motivo, entre los temas tratados con el Gobierno uruguayo figura la protección de la propiedad intelectual, reclamada por las empresas para proteger mejor sus posiciones económicas.
Además de las empresas farmacéuticas, Campo Longley, empresa británica de productos lácteos con tres sedes en el mundo, una en Yorkshire (norte de Inglaterra), otra en Australia y otra en el departamento de Canelones, también está presente en Uruguay y tiene previsto exportar productos lácteos a la región.

**Oportunidades y posibilidades para empresas extranjeras**

El gobierno británico estaba estudiando cómo aprovechar la experiencia de las empresas farmacéuticas para animar a nuevas compañías a instalarse en Uruguay. La pandemia del Covid 19 demostró que Uruguay tenía buenas oportunidades de negocio en el rubro farmacéutico, dijo Federico Cabrera, Gerente de Operaciones y Experiencia del Pasajero del Aeropuerto Internacional de Carrasco, en una entrevista con Café & Negocios.

El centro logístico Latin America Cargo City (LACC) jugó un papel importante en la recepción y almacenamiento de vacunas antivirales durante la emergencia sanitaria, dijo.
Cabrera augura buenas perspectivas para el desarrollo futuro de la terminal de carga y la posibilidad de que Uruguay siga siendo un hub logístico, como lo ha sido en los últimos años.
"Existe la posibilidad de que alcancemos un nivel superior en la distribución y almacenamiento de productos farmacéuticos y que Uruguay pueda distinguirse como un centro de distribución de primer nivel para este sector", dijo.

Fuente: El Observador

**LACC - Latin America Cargo City**

Con una solución integral, LACC ofrece una plataforma segura y rentable para la distribución con control de calidad en Sudamérica. Esto incluye un atractivo régimen libre de impuestos, infraestructura y sistemas de información que cumplen con las GDP/GMP, así como configuraciones logísticas adaptables que van desde espacio de almacén basado en el uso para actividades de cross-docking hasta un almacén de clientes operado por la propia empresa.

Bajo su antiguo nombre de Aeropuerto Libre de MVD, LACC era un centro de distribución regional líder para diversas industrias. En febrero de 2022, reabrió sus puertas con el nuevo nombre de Latin America Cargo City y una infraestructura de última generación.
Ahora la carga se puede recibir y enviar por tierra, mar o aire. Gracias a esta flexibilidad y adaptabilidad, hasta el último paso de la logística puede personalizarse. LACC ofrece soluciones para clientes de Fortune 1000 a PYME de diversos sectores, como el farmacéutico, la alta tecnología, las piezas de recambio o el textil, entre otros. Pero también son posibles soluciones para pequeñas empresas de diversos sectores.

LACC
Latin America Cargo City

Fuente: Uruguay XXI

## ¿En qué consiste el proyecto de directiva de la UE sobre la diligencia debida?

Desde 2020, la Comisión de la UE busca publicar una directiva sobre la obligación de gestionar la cadena de suministro. Los modelos para la directiva son la ley francesa "loi viglance" de 2017 (Loi n° 2017-399 du 27 mars 2017), así como la ley alemana de obligaciones de abastecimiento en la cadena de suministro (LkSG), en vigor desde principios de este año. La directiva sirve para garantizar las normas internacionales en materia de derechos humanos y medio ambiente y formula obligaciones de diligencia debida para las empresas afectadas a este respecto. Éstas están obligadas a garantizar que toda la cadena de valor cumple las normas aplicables en materia de derechos humanos y medio ambiente mediante la creación de órganos internos de inspección.

El ámbito de aplicación de la directiva abarca dos tipos de empresas, independientemente de su ubicación: El primer grupo son las empresas con más de 500 empleados y un volumen de negocios neto anual de 150 millones de euros. El segundo nivel de ámbito de aplicación se refiere a las empresas de 250 a 500 empleados y un volumen de negocios neto anual de 40 a 150 millones de euros, siempre que operen en sectores definidos de gran impacto, como la industria textil.

Fuente: BMUV

# El proyecto de directiva de la UE sobre la diligencia debida



El 5 de septiembre, la Eurocámara de Uruguay celebró un evento titulado "Pasos hacia la sostenibilidad empresarial" en el gran salón de la Cámara Española en Montevideo. El evento se centró en el proyecto de directiva de la UE sobre la diligencia debida en la cadena de suministro, cuyo borrador fue presentado por la Comisión Europea el año pasado.

El discurso de apertura corrió a cargo del Embajador de la Unión Europea en Uruguay, Paolo Berizzi. Dejó claro por qué era necesaria la directiva de la UE. La transformación verde hacia una economía sostenible dentro y fuera de la UE es uno de los retos centrales de nuestro tiempo. Las medidas voluntarias de las empresas por sí solas no bastan para lograrlo. Aludió a un estudio de 2020 presentado por la Comisión de la UE, según el cual sólo un tercio de las empresas con sede en la UE encuestadas afirmaron estar adoptando medidas voluntarias para reforzar la diligencia debida.

El asesor jurídico de la Comisión de la UE, Juan Gómez-Riesco, explicó los detalles jurídicos de la directiva y subrayó los requisitos para las empresas: Los Estados miembros crearán autoridades que supervisarán y controlarán el cumplimiento de las obligaciones de diligencia debida de las empresas. Si una empresa incumple sus obligaciones, se le podrán imponer sanciones, como ordenar que cese y desista de nuevas infracciones, imponer multas proporcionales a la infracción y dictar medidas cautelares temporales.

Según Gómez-Riesco, la responsabilidad civil de las empresas es especialmente importante para garantizar la eficacia de la directiva. Si una empresa incumple sus obligaciones de diligencia debida y como consecuencia de ello alguien sufre un daño causalmente atribuible al incumplimiento de la empresa, la empresa está obligada a indemnizar el daño resultante. Sin embargo, la empresa puede exculparse probando que había creado órganos de inspección internos antes de que se produjera el daño.

A continuación, un grupo de representantes de la política y la economía comentaron los efectos de la Directiva, moderado por Damian Kaminsky, Jefe del Departamento Económico y Comercial de la Unión Europea en Uruguay. Cabe destacar la intervención de la Directora de Sostenibilidad de la aerolínea española Iberia, Teresa Parejo, que se unió en directo desde Madrid. Señaló que la sostenibilidad es una gran prioridad para la aerolínea, pero que los avances técnicos en el campo de las energías renovables aún no están plenamente desarrollados. Cuando se le preguntó cuándo despegaría un avión de Iberia basado en hidrógeno verde, respondió que eso no era técnicamente posible en la actualidad. Como mucho, podría ser una alternativa adecuada a la parafina en el futuro.

**Puede obtener más información sobre este tema en nuestra ficha informativa:**

### ¿Por qué se critica el proyecto?

Las obligaciones de diligencia debida impuestas a las empresas en el proyecto afectan a toda la cadena de valor. Por lo tanto, la responsabilidad de las empresas afectadas no sólo se desencadena por las infracciones de los socios contractuales, sino también por las infracciones de los proveedores. En consecuencia, surgen enormes riesgos de responsabilidad para las empresas. Las posibilidades de intervención de las empresas afectadas son limitadas en lo que respecta a los proveedores, especialmente si están situados en el extranjero. Por lo tanto, las empresas afectadas por el proyecto tendrán que realizar enormes esfuerzos burocráticos para garantizar que todos los participantes en su cadena de valor cumplen las obligaciones legales.

Otro punto criticable se refiere a la forma de aplicación por parte de la UE. Dado que la directiva aún debe transponerse a la legislación nacional y que cada Estado miembro emitirá sus propios actos de ejecución, los críticos temen que se produzcan distorsiones de la competencia en el mercado interior.

Marjoke Breuning, Presidenta de la Cámara de Industria y Comercio de Stuttgart, sostiene que una directiva no es adecuada para lograr la deseada igualdad de condiciones. Esto sólo podría lograrse mediante un reglamento.

### ¿Hasta qué punto el proyecto puede ser una oportunidad?

Las empresas afectadas pueden reforzar su reputación cumpliendo los requisitos del proyecto y utilizarlo para sus adquisiciones.

Especialmente hoy en día, la diligencia debida es una parte esencial de la cultura empresarial. Por tanto, según Breuning, es importante ver la prevista directiva no sólo como una carga, sino también como una oportunidad.

### ¿Cuál es la especificidad de una directiva de la UE?

Las directivas, junto con los reglamentos según el art. 288 (1) del TFUE, son los actos jurídicos centrales de la UE para hacer cumplir los objetivos establecidos en los Tratados de la UE. Los reglamentos son actos jurídicos vinculantes y deben aplicarse plenamente en todos los Estados miembros.
En cambio, las directivas no tienen efecto exterior directo. Para que tengan efecto externo, es necesario un acto de transposición por parte del legislador nacional.

Cada Estado miembro puede, en el ámbito de su discrecionalidad, promulgar una ley nacional que aplique la directiva. Hasta que no se apruebe dicho acto de transposición, la Directiva no tendrá consecuencias jurídicas para las empresas, ni dentro ni fuera de la UE.

Cabe suponer que Alemania también promulgará una nueva ley de transposición de la directiva. La directiva de la UE contiene disposiciones incluso de mayor alcance que la ley de obligaciones de abastecimiento en la cadena de suministro (LkSG), que ya está en vigor en Alemania, por lo que el legislador alemán tendrá que actuar de nuevo y revisar la LkSG en un futuro previsible.



Fuente: IHK



Fuente: EU

# Cifras financieras al tipo de cambio

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Uruguay | | | | | | | |
| Montevideo | Uruguayischer Peso (urugS) = 100 Centésimos | M | 1 USD = | 41,126 UYU | 37,408 UYU | 37,429 UYU | 37,592 UYU |
| | UYU | M | 1 EUR = | 43,3572 UYU | 40,8159 UYU | 41,1682 UYU | 40,7760 UYU |

### Estadísticas de tipos de cambio

La moneda nacional uruguaya, el peso, está considerada la más sobrevalorada del mundo.
Según la revista británica "The Economist", el peso uruguayo lidera la clasificación de divisas con mayor desviación del valor de equilibrio a largo plazo.
El peso uruguayo es inusualmente fuerte frente al dólar estadounidense.
Según datos oficiales del Banco Central del Uruguay (BCU), ayer se produjo la segunda caída consecutiva del tipo de cambio. La cotización actual del dólar debería ser de 46,42 pesos, de hecho, el dólar cerró a 38,018 pesos tras caer un 0,10%. En lo que va de año, el tipo de cambio ha registrado un descenso del 5,12%, mientras que la caída interanual ha sido del 6,39%.

### Índice Big Mac

Un Big Mac -solo, sin combo- cuesta 259 pesos en Uruguay, es decir, unos 6,86 dólares. En cambio, la misma hamburguesa en Estados Unidos cuesta sólo 5,58 dólares. Esto significa, por un lado, que la hamburguesa es un 22,9% más cara en Uruguay y, por otro, que el peso uruguayo está sobrevalorado en ese mismo porcentaje.

En el índice anterior, la moneda nacional estaba un 27,8% por encima de su valor de "equilibrio".
Si la comparación se basa en el producto interno bruto (PIB) per cápita, la diferencia entre el tipo de cambio ideal y el real es aún mayor. En este caso, el índice Big Mac ha demostrado que la hamburguesa debería ser un 16% más barata, lo que se traduce en una sobrevaloración del peso uruguayo del 46,3%.
También hay que señalar que la moneda nacional es una de las más sobrevaloradas frente al euro, un 26,7% por encima del equilibrio, y un 40% frente a la libra esterlina.

Los sectores exportadores consideran que el desfase del tipo de cambio es la principal causa de la falta de rentabilidad de sus negocios en los mercados internacionales y piden encarecidamente que se tomen medidas al respecto. Para ello, señalan el valor que debería tener para ellos la divisa estadounidense. Según los últimos cálculos de la Unión Agraria Uruguaya (ARU), el dólar debería ganar entre un 15 y un 30 % de valor para cotizar a un nivel de entre 44 y 50 pesos.

La Cámara de la Industria Uruguaya (CIU) aspira a alcanzar una cotización del dólar equivalente a un tipo de cambio de 45 pesos para devolver al sector agropecuario la rentabilidad perdida.

Fuente: Ambito

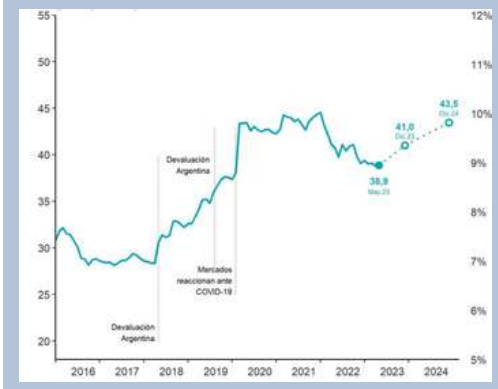
### ¿Qué es el Índice Big Mac?

Desde 1986, la revista "The Economist" publica el sencillo Índice Big Mac como indicador del poder adquisitivo de un país. En este informe se comparan los precios de una hamburguesa Big Mac de McDonald's en muchos países. La hamburguesa Big Mac se utiliza para la comparación porque está disponible en casi todos los países y se produce de forma estandarizada.

### Acuerdos mundiales sobre tipos de cambio y marcos de política monetaria

El Fondo Monetario Internacional (FMI) clasifica los regímenes monetarios de los países en cuatro categorías principales: tipos de cambio fijos (hard pegs), tipos de cambio menos fijos (soft pegs), tipos de cambio flotantes (market-determined) y todos los demás regímenes cambiarios se clasifican en la categoría "otros acuerdos de gobernanza". Los tipos de marco de política monetaria en los que se centra la atención son el objetivo de tipo de cambio, el objetivo de oferta monetaria y el objetivo de inflación.

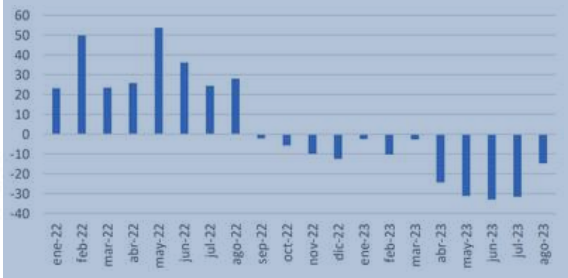
**tipo de cambio**
(Dollar Peso)



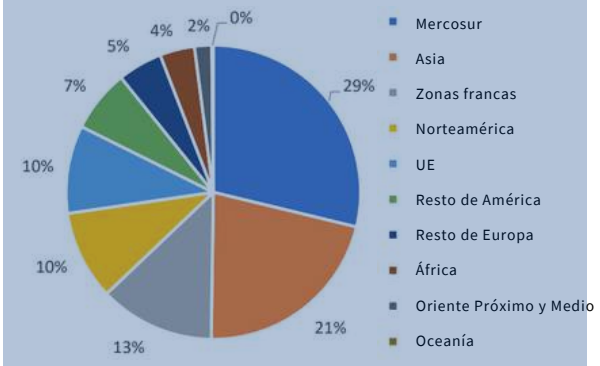

Fuente: Deutsche Bundesbank

## Exportaciones uruguayas de bienes

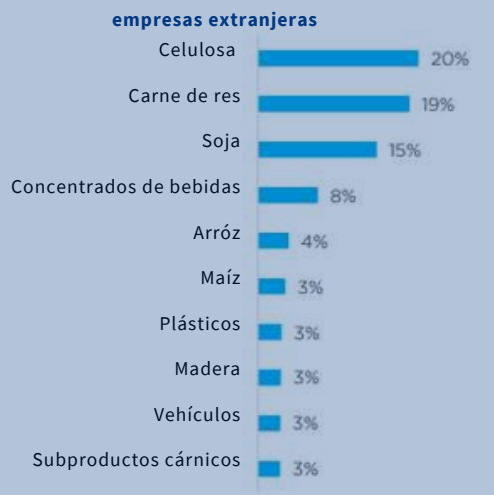
Variación de las exportaciones de bienes (% en comparación con el mismo mes del año anterior)

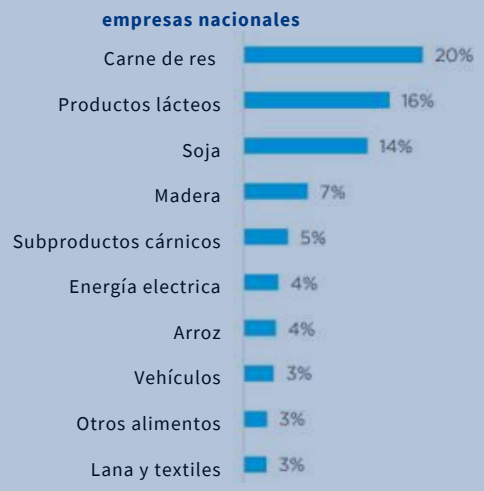



## Exportaciones uruguayas de bienes Estructura por destino Agosto/23




### Principales productos de exportación




## Resultados de exportación de las empresas extranjeras y nacionales

En agosto de 2023, los créditos a la exportación, incluidas las zonas francas, ascendían a 1.027 millones de dólares.

Esto supone un descenso del 17 % en comparación con el año anterior.
La soja fue de nuevo el producto con mayor impacto negativo en la evolución mensual de las estadísticas de exportación.
También fue notable el descenso de los productos lácteos y la carne vacuna.
En lo que va de año, las exportaciones de mercancías sólo ascendieron a 7.598 millones de US$, un 19% menos que el año anterior.

En agosto, el valor de las exportaciones de carne de res fue de 183 millones de US$. Aunque fue el producto más exportado este mes, se registró un descenso interanual del 2%.
Como resultado, las exportaciones de enero a agosto de este año cayeron un 28% en comparación con el mismo periodo de 2022.
Esto se debió principalmente a la bajada de los precios internacionales.

En agosto de 2023, el precio de la tonelada de carne era de 5.549 dólares, frente a los 7.092 dólares del año anterior.

### Empresas extranjeras en las exportaciones de bienes uruguayos

En los últimos años, Uruguay se ha consolidado como un lugar fiable y atractivo para los inversores extranjeros. La afluencia de capital extranjero se refleja en las exportaciones de mercancías de Uruguay. Por ejemplo, la cuota de las empresas extranjeras en la exportación de mercancías ha pasado del 60% a casi el 70% en los últimos diez años.

El 30% restante corresponde a empresas nacionales. Éstas generaron unos ingresos de exportación de 4.258 UD$ en 2002.
España es el país con más inversiones y presencia empresarial en Uruguay, seguido de Argentina, Finlandia y Brasil.

Las empresas extranjeras son principalmente grandes y medianas empresas que emplean directa o indirectamente a más de 26.500 personas.
En 2022, había 1.027 empresas en Uruguay, que formaban el núcleo de empresas exportadoras. Se encontró que las empresas de capital extranjero representaban el 16% del total del núcleo (165 empresas), mientras que las empresas exportadoras nacionales representaban el 84% restante (más de 860 empresas).

Uruguay XXI
PROMOCIÓN DE INVERSIONES, EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS

Fuentes: Uruguay XXI y Unión de Exportadores del Uruguay

Cámara de Comercio e Industria
Uruguayo-Alemana
Deutsch-Uruguayische
Industrie- und Handelskammer

Lo hacemos posible.

Cámara de Comercio e Industria Uruguayo-Alemana
Deutsch-Uruguayische Industrie und Handelskammer
Pza. Independencia 831 of. 201, 11100 Montevideo, Uruguay
Tel.: (+598) 2901 1803 | Fax: 2908 5666
Internet: uruguay.ahk.de
Twitter: @ahkuruguay
Facebook: camarauruguayoalemana
Instagram: ahk.uruguay