



Reporte Nacional de Uruguay del GEM

2018



Auspician



Contenidos

Presentación	4
1. Antecedentes y bases conceptuales del GEM	6
1.1 El proyecto de investigación Global Entrepreneurship Monitor (GEM)	6
1.2 El marco conceptual del GEM	8
1.3 Cómo el GEM mide el emprendimiento	10
1.3.1 Encuesta de Población Adulta (APS)	12
1.3.2 La Encuesta de Expertos Nacionales (NES)	12
1.3.3 Otras fuentes secundarias	12
1.4 ¿Por qué el GEM es único?	13
2. La actividad emprendedora en Uruguay en 2018	16
2.1 La actividad emprendedora por etapa	16
2.1.1 Emprendedores nacientes	16
2.1.2 Nuevos emprendedores	17
2.1.3 Tasa total de actividad emprendedora (TEA)	18
2.1.4 Actividad intraemprendedora	19
2.1.5 Dueños y administradores de negocios establecidos	20
2.1.6 El índice de emprendedores nacientes, nuevos, establecidos e intraemprendedores (NNEI)	21
2.1.7 Algunas conclusiones respecto del análisis de la actividad emprendedora por etapas	22
2.2 La composición de la actividad emprendedora de acuerdo con diversos factores	23
2.2.1 Actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad	23
2.2.2 Actividad emprendedora por género	24
2.2.3 Actividad emprendedora por grupo etario	25
2.2.4 Actividad emprendedora y creación de empleo	26
2.2.5 Algunas conclusiones respecto del análisis de la composición del emprendimiento	27
3. Un análisis comparado de la realidad emprendedora de Uruguay con la de otros países latinoamericanos	29
3.1 Las actitudes y su impacto en las intenciones de emprender	29
3.1.1 Actitudes referidas a la persona	30
3.1.2 Actitudes referidas a factores contextuales	32
3.1.3. Las intenciones de emprender	38
3.2 Nivel y características de la actividad emprendedora	41
3.2.1 Medición de la actividad emprendedora de acuerdo a la etapa del proceso	41
3.2.2 La actividad intraemprendedora	44

3.2.3 El NNEI, una medida abarcadora de toda la actividad emprendedora	45
3.2.4 La motivación de la actividad emprendedora	47
3.2.5 Algunas consideraciones respecto del análisis de las tasas de actividad emprendedora	49
4. El comportamiento emprendedor por nivel socioeconómico en Uruguay	51
4.1 Metodología empleada	51
4.2 Actividad emprendedora por grupo socioeconómico	51
4.2.1 Actividad de Nuevos Emprendedores	51
4.2.2 Tasa total de actividad emprendedora (TEA)	52
4.3 Actitudes por grupo socioeconómico	53
4.3.1 Actitudes centradas en autopercepciones	53
4.3.2 Actitudes centradas en la percepción de aspectos contextuales	55
4.3.2.1 El conocimiento de emprendedores	55
4.3.2.2 El atractivo y prestigio de la actividad emprendedora dentro de la sociedad	56
4.3.2.3 Percepción de la existencia de oportunidades para emprender	58
4.4 La relación entre actitudes y nivel de ingresos	59
4.5 El comportamiento emprendedor por nivel de ingresos y género	61
4.5.1 Nuevos Emprendedores por género	61
4.5.2 TEA por género	61
4.5.3 Nuevos Emprendedores por género y nivel socioeconómico	62
4.5.4 La TEA por género y nivel socioeconómico	64
5. Conclusiones y recomendaciones	66

Presentación

La encuesta del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) midió el emprendimiento en 54 economías por vigésima vez en 2018. Esto convierte al GEM en el estudio del emprendimiento de mayor envergadura del mundo.

El programa de investigación del GEM evalúa el nivel de actividad emprendedora nacional de todos los países participantes y, para ello, se nutre de resultados de encuestas y datos relacionados con características nacionales.

Uruguay se incorporó a este programa de investigación en el ciclo 2006, y desde entonces ha participado ininterrumpidamente en las investigaciones del GEM. Para el financiamiento de los costos de las encuestas y el procesamiento de la información que culminan con este reporte hemos contado con el apoyo de la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE) y Uruguay XXI, en el marco de Transforma Uruguay. Estamos felices de que el monitoreo de la actividad emprendedora sobre bases que permiten comparaciones a nivel mundial pase a ser un trabajo conjunto del sector público y privado.

El Reporte Nacional de Uruguay 2018 tiene por propósito realizar una contribución a nivel nacional que permita alcanzar los objetivos que se ha fijado el GEM relacionados con medir el nivel de la actividad emprendedora, analizar los factores que la determinan e identificar información significativa para la formulación o ajuste de las políticas públicas en la materia.

El Reporte Nacional de Uruguay del GEM 2018 está estructurado en cinco capítulos. El primero muestra el marco conceptual y metodológico sobre el cual se basa el GEM. En el segundo capítulo se presentan los principales resultados de la actividad emprendedora de Uruguay en 2018. En el tercer capítulo se realiza un análisis comparado de la realidad emprendedora de Uruguay con la de otros países latinoamericanos (Argentina, Chile, Colombia y Perú) en múltiples dimensiones vinculadas al emprendimiento. El cuarto capítulo analiza el emprendimiento por nivel socioeconómico y género en Uruguay. Se finaliza, en el quinto capítulo, con las conclusiones y recomendaciones.

Agradezco el esfuerzo de todos aquellos que han hecho posible la ejecución de este proyecto a lo largo de los años y, en especial, a Leonardo Veiga, responsable de la investigación, a los miembros del equipo del IEEM del GEM Uruguay, en particular a Erika Chabén, y al conjunto de expertos por su colaboración, y a la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE), a Uruguay XXI y a Transforma Uruguay, por ser los auspiciantes del ciclo 2018.

Esperamos que las distintas organizaciones, niveles de gobierno y todos aquellos actores interesados en el desarrollo emprendedor y de negocios, puedan encontrar en este reporte insumos importantes para fortalecer sus intervenciones en torno al emprendimiento.

Pablo Regent
Decano del IEEM
Escuela de negocios de la Universidad de Montevideo

1

Antecedentes y bases
conceptuales del GEM

1. Antecedentes y bases conceptuales del GEM

1.1 El proyecto de investigación Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Emprender es descubrir oportunidades y transformarlas en nuevas empresas o en nuevas unidades dentro de las organizaciones ya existentes. El emprendimiento tiene un peso relevante en el bienestar colectivo. Hay evidencia de que la actividad emprendedora dinámica es especialmente relevante para la creación de empleo (Birch *et al.*, 1997, Delmar *et al.*, 2003, Storey, 1994).

El emprendimiento también tiene un papel social importante, siendo la opción disponible para aquellas personas que no logran un trabajo adecuado, ya sea porque el mercado de trabajo está deprimido o no está suficientemente desarrollado. Por otra parte, las investigaciones recientes sobre el intraemprendimiento indican que la actividad emprendedora de los empleados (AEE) en el sector privado y público es un tipo especial de emprendimiento, coexistente y complementario de la actividad emprendedora centrada en iniciar un nuevo negocio.

Existe una correlación positiva entre los niveles de actividad emprendedora de los empleados y el desarrollo de la economía, al mismo tiempo que la actividad empresarial independiente tiende a disminuir. Este patrón sugiere que, a nivel del país, la actividad emprendedora dentro de las organizaciones puede, hasta cierto punto, reemplazar la actividad emprendedora independiente como un modo alternativo de explotación de las oportunidades de emprendimiento (Bosma *et al.*, 2011).

Otra de las manifestaciones del emprendimiento es el emprendimiento social. Desde mediados de los años 2000, el campo del emprendimiento social ha crecido sustancialmente. Entendemos aquí que un emprendedor social es un individuo que inicia o dirige actualmente cualquier tipo de actividad, organización o iniciativa que tenga un objetivo particularmente social, ambiental o comunitario (Bosma *et al.*, 2015).

Desde su iniciación en 1997 por los profesores de Babson College y London Business School, el GEM se ha convertido en uno de los principales consorcios de investigación del mundo interesados en mejorar nuestra comprensión de los fenómenos del emprendimiento. El proyecto de investigación del GEM se centra en estos objetivos principales:

- Medir las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras dentro de un país y analizar cómo estas difieren entre países.
- Descubrir los factores determinantes de los niveles nacionales de actividad emprendedora.
- Determinar el impacto de la actividad emprendedora en cada país.

- Identificar políticas que podrían conducir a alcanzar niveles apropiados de actividad emprendedora.

En 1999, 10 equipos nacionales realizaron el primer estudio global de GEM. El programa de investigación del GEM siempre se ha basado en una evaluación armonizada del nivel de actividad emprendedora nacional de todos los países participantes, utilizando datos de encuestas con muestras representativas de la población adulta en cada economía participante utilizando la Encuesta de Población Adulta (APS, por su sigla en inglés). Adicionalmente, la Encuesta Nacional de Expertos (NES, por sus siglas en inglés) proporciona una gran cantidad de datos relacionados con características nacionales (sociales, políticas y económicas) que influyen en la creación de contextos empresariales únicos.

En 2018, por vigésima vez, la encuesta del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) midió el emprendimiento en 54 economías que completaron la APS, que colectivamente representaron el 67,8 % de la población y el 86 % del PIB mundiales. Esto convierte al GEM en el estudio en marcha más grande del mundo orientado al estudio del emprendimiento en general y del emprendimiento dinámico en particular. En Uruguay el proyecto es un emprendimiento conjunto de la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE) y Uruguay XXI, en el marco de Transforma Uruguay; y la escuela de negocios IEEM de la Universidad de Montevideo, a través del Centro de Emprendimiento del IEEM. Uruguay ha participado ininterrumpidamente en las investigaciones del GEM desde 2006.

El GEM también ha aprovechado la abundante corriente de información generada para producir una serie de reportes sobre tópicos especiales, a saber:

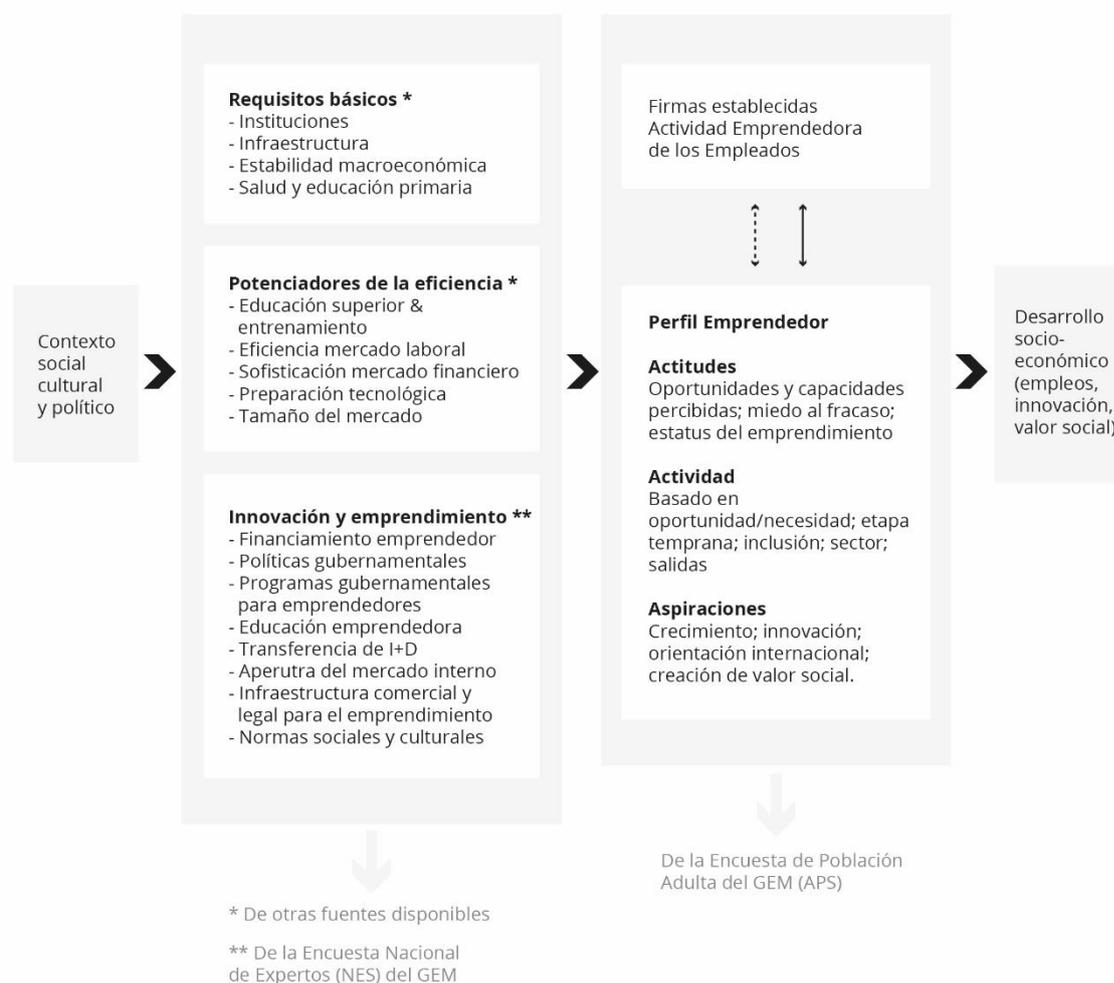
- Financiamiento de emprendimientos, en 2004, 2006 y 2016.
- Las mujeres y el emprendimiento, en 2005, 2006, 2007, 2009, 2010, 2012, 2016.
- Emprendimiento de altas expectativas, de alto crecimiento y de alto impacto, en 2005, 2007 y 2011.
- El Índice de Confianza en la Innovación – un proyecto financiado por la Unión Europea, en 2007, 2008 y 2009.
- Emprendimiento social, en 2009 y 2015.
- Educación y entrenamiento para el emprendimiento, en 2010.
- Emprendimiento juvenil, en 2013.
- Emprendimiento mayor, en 2016.
- Actividad emprendedora de los empleados, en 2013.
- Reporte Regional de África Sub-shariana, en 2013, 2014 (sobre jóvenes)
- Reporte Regional de África de Medio Oriente y del Norte - 2017
- Reporte Regional de ASEAN, en 2014 y 2016.
- Emprendimiento, competitividad y desarrollo, en 2015.
- Informes de políticas, en 2016, 2017.
- Reporte Regional de América Latina y el Caribe, en 2016.

1.2 El marco conceptual del GEM

El GEM adopta una aproximación socioeconómica integral y considera el grado de participación en la actividad emprendedora dentro de un país, identificando diferentes tipos y fases de emprendimiento. Este enfoque, y el focalizarse en el individuo como la base de la actividad emprendedora, diferencian las mediciones del GEM de otras mediciones que parten de los registros de nuevas empresas.

En la Figura 1, se visualiza el modelo que guía la investigación del GEM. El modelo GEM documenta cómo el emprendimiento se ve afectado por factores ambientales (sociales, políticos y económicos) particulares y tres conjuntos de condiciones marco. El contexto social, cultural y político crea contextos empresariales y emprendedores únicos que difieren entre países y cambian dentro de las economías a lo largo del tiempo. Estas condiciones marco tienen un impacto en las actitudes de la población hacia el espíritu emprendedor, y la actividad y aspiraciones de los emprendedores. El contexto social, cultural y económico es definido en el modelo GEM de acuerdo con los doce pilares de la competitividad derivados del Índice de Competitividad Global y los nueve componentes de las Condiciones del Marco Emprendedor del GEM.

Figura 1. El marco conceptual del GEM



Fuente: Reporte Global del GEM 2012.

Hay tres niveles de factores que tienen un impacto en la actividad empresarial y, más específicamente, en los emprendedores. El primer nivel se refiere a los requisitos básicos. Cualquier economía tiene requisitos básicos tales como educación primaria, salud, infraestructura y así sucesivamente. Cuando el problema clave que enfrenta una economía es la resolución de problemas a ese nivel, hay mucha actividad emprendedora (emprendimiento basado en la necesidad) porque muchas personas no pueden obtener un empleo.

Cuando estas condiciones se cumplen razonablemente, es posible incidir en la actividad empresarial construyendo el siguiente nivel. Este segundo conjunto de condiciones marco está dirigido a asegurar que los mercados funcionen adecuadamente (potenciadores de la eficiencia). Estas condiciones incluyen un clima económico y político estable e instituciones bien desarrolladas. El progreso económico allí está asociado con la aparición de grandes empresas que son eficientes como consecuencia de sus economías de escala, generando un empleo más atractivo y la declinación del emprendimiento basado en la necesidad.

Las economías avanzadas tienen una base sólida de requisitos básicos y potenciadores de la eficiencia, pero los salarios son altos, por lo que el emprendimiento basado en oportunidades no puede seguir sustentándose en mano de obra barata. Esto da lugar a un tercer nivel, donde las condiciones marco específicas del emprendimiento —como el desarrollo de un sector formal de financiación de riesgo y la transferencia de I+D— se convierten en las palancas que impulsan un comportamiento dinámico orientado a la innovación que aprovechan la prevalencia del conocimiento.

La Figura 1 también muestra que el GEM considera tres componentes principales del emprendimiento: actitudes, actividades y aspiraciones. GEM monitorea las condiciones del marco empresarial en cada país a través de encuestas armonizadas de expertos en el campo del emprendimiento. Los componentes del emprendimiento se rastrean utilizando las APS a partir de las cuales se procura medir por parte del GEM las actitudes empresariales, actividades y aspiraciones utilizando su propia metodología, la cual se aplica de forma uniforme en todos los países participantes.

1.3 Cómo el GEM mide el emprendimiento

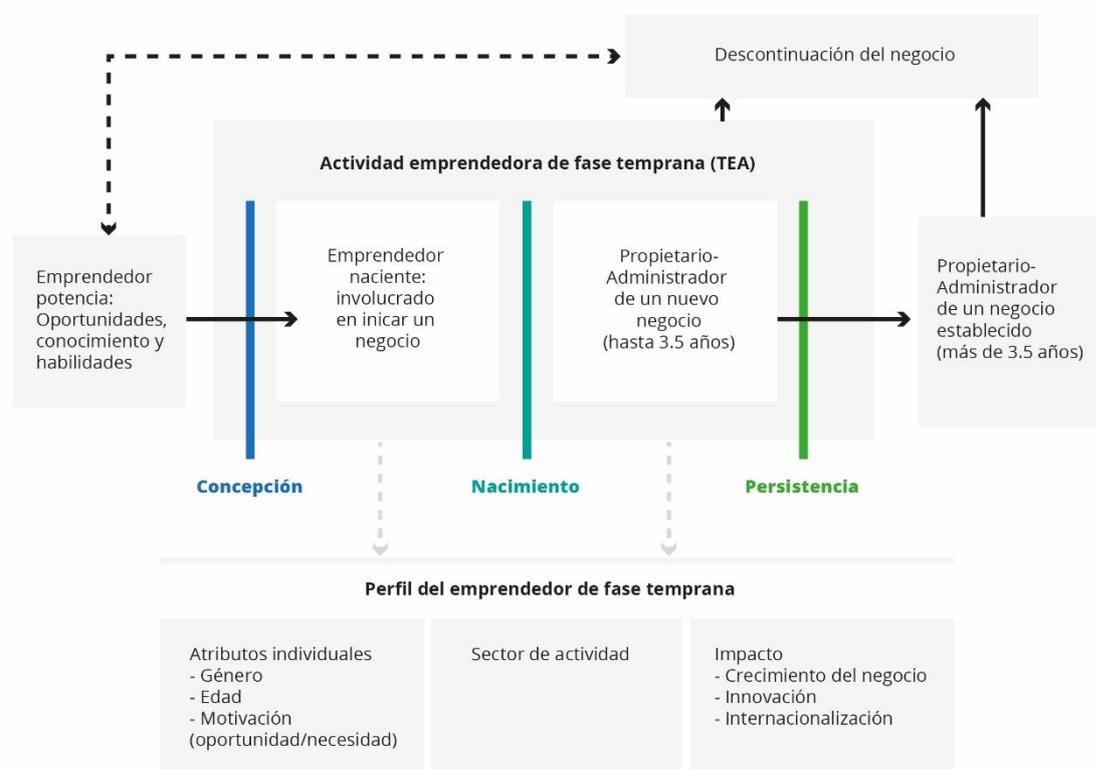
El principal tema de estudio en el GEM son los empresarios y no el negocio que dirigen. El GEM mide la actividad emprendedora de las personas desde que tienen la intención al momento que salen del negocio. El principal instrumento que utiliza para ello es la ya mencionada APS. Como ya se ha explicado, la información sobre el contexto social, cultural y económico de los doce pilares de competitividad derivados del Índice de Competitividad Global se complementa con los nueve componentes de las Condiciones Marco Empresarial del GEM, que se miden a partir de la Encuesta Nacional de Expertos. El objetivo es mapear el proceso emprendedor, comenzando por el empresario potencial, pasando a la puesta en marcha de un negocio, luego a un negocio establecido y, finalmente, a una potencial discontinuación del negocio.

Como muestra la Figura 2, el punto de partida es el potencial individual, es decir, si un individuo está considerando explotar oportunidades identificadas y cree que puede iniciar y dirigir una empresa. El GEM mide esta intención general de iniciar un negocio preguntando a las personas si esperan iniciar un negocio en los próximos tres años. Cuando el empresario potencial ha convertido las oportunidades y capacidades percibidas en actividad, el proceso pasa a la siguiente fase: la del empresario naciente. Los empresarios nacientes comienzan a comprometer recursos para iniciar un negocio, tales como tiempo o dinero.

Para calificar como un empresario naciente, la empresa no debe haber estado pagando salarios por más de tres meses. Aquellos cuyo negocio ha estado pagando retribuciones, tales como sueldos o salarios, por más de tres, pero no más de cuarenta y dos meses, se definen como propietarios-gerentes de un nuevo negocio. Estas dos fases constituyen la base para la medida

de la Actividad Emprendedora de Fase Temprana (TEA en inglés). Finalmente, el GEM pregunta a las personas si en el último año han vendido, cerrado, discontinuado o salido de un negocio.

Figura 2. Definiciones operativas del GEM sobre el proceso emprendedor



Fuente: Reporte Global del GEM 2014.

Los países participantes en la encuesta están divididos por región geográfica y etapa de desarrollo económico. Las tres etapas de desarrollo que se consideran han sido mencionadas en la sección anterior y se definen como: economías impulsadas por factores, impulsadas por la eficiencia e impulsadas por la innovación. La Figura 3 describe las principales características de cada categoría.

Figura 3. Características de los grupos económicos y focos claves de desarrollo



Fuente: Reporte Global del GEM 2010.

1.3.1 Encuesta de Población Adulta (APS)

La Encuesta de Población Adulta (APS, por sus siglas en inglés) es administrada y supervisada en cada una de las economías participantes por un equipo académico que lleva adelante una encuesta en base a una muestra aleatoria representativa de al menos 2000 adultos de entre 18 y 64 años de edad. Las encuestas se realizan en las mismas fechas cada año (entre mayo y julio) utilizando un cuestionario estandarizado proporcionado por el equipo de datos globales del GEM.

La APS capta la actividad empresarial en la fase previa a la puesta en marcha e incluye la actividad emprendedora informal, lo que permite medidas más precisas que las basadas en firmas registradas.

1.3.2 La Encuesta de Expertos Nacionales (NES)

La Encuesta Nacional de Expertos (NES) evalúa nueve Condiciones de Marco Empresarial (EFC, por su sigla en inglés) que se muestran en la Figura 1 bajo la denominación de factores de innovación y emprendimiento. Si bien estos factores pueden abordarse en cualquier etapa del desarrollo, funcionan mejor con una base subyacente de requisitos básicos y potenciadores de la eficiencia. El GEM ha desarrollado medidas armonizadas, únicas o de múltiples ítems de estos EFC en un instrumento de encuesta. Cada año, los equipos nacionales administran el cuestionario a por lo menos 36 expertos nacionales. El análisis de sus respuestas se divide en nueve secciones. En conjunto, estos resultados resumen la percepción nacional de los expertos de la situación de los EFC.

1.3.3 Otras fuentes secundarias

Además de la APS y la NES, el GEM utiliza fuentes secundarias relacionadas con variables socioeconómicas de los países, que ofrecen una serie de datos sobre cada país participante,

tales como: tasas de crecimiento de la población, nivel de ingresos, empleo y desempleo, inversión en investigación y desarrollo, infraestructura física y comercial, competitividad, indicadores de riesgo, niveles de corrupción, producto bruto per cápita y facilidad de hacer negocios dentro del país. Estos datos se obtienen por parte del personal del GEM de fuentes como el Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional, Foro Económico Mundial, OCDE, Naciones Unidas, Censos de Estados Unidos, Unión Europea, UNESCO, Reporte de Facilidad para Hacer Negocios del Banco Mundial y la Heritage Foundation, así como de muchas otras fuentes secundarias de información.

1.4 ¿Por qué el GEM es único?

A partir de los elementos expuestos queda claro que el GEM es una iniciativa distinta de otras que pueden parecer similares. Sus características diferenciales son las siguientes:

- El cometido fundamental del GEM es la **recopilación de datos primarios sobre emprendimiento**. Esto lo distingue de otras iniciativas que se concentran en la construcción de índices a partir de la combinación de información de diversas fuentes.
- Se centra en el **emprendedor individual**. La mayoría de las empresas comienzan con un solo individuo, o un equipo de individuos.
- El enfoque metodológico del GEM es **el mismo en todo el mundo**, facilitando comparaciones internacionales detalladas.
- Conceptualiza el emprendimiento como un proceso. **Sus medidas captan todas las diferentes etapas del proceso emprendedor**, desde ver una oportunidad, dar los primeros pasos hacia el inicio de un negocio, transformarse en una empresa en marcha, consolidarse, expandirse y, eventualmente, cerrar.
- El conjunto de datos históricos globales del GEM es extremadamente completo, con **más de dos millones de observaciones en más de cien economías**. Es un recurso invaluable para los investigadores y ha hecho una contribución académica significativa y creciente.
- Nuclea a más de 500 especialistas en el campo de la investigación emprendedora, una **impresionante red global de conocimientos**.
- Es capaz de **rastrear la actividad empresarial informal** que las estadísticas oficiales no capturan. Esto es particularmente frecuente en las economías en desarrollo.

Referencias

Bosma, N., Wennekers, S., Guerrero, M., Amoros, J. E., Martiarena, A., & Singe, S. (2013). *GEM. Special Report on Entrepreneurial Employee Activity*.

Bosma, N., Scott T., Terjesen, S., Kew, P. (2015). *GEM. Special Topic Report: Social Entrepreneurship*.

Birch D., Haggerty A., Parsons W. 1997. *Who's Creating Jobs?* Cognetics: Cambridge, MA

de la Torre, Augusto, Federico Filippini, and Alain Ize. *LAC Semiannual Report April 2016: The Commodity Cycle in Latin America-Mirages and Dilemmas*. World Bank Publications, 2016.

Delmar F., Davidsson P., Gartner W.B. 2003. *Arriving at the High-Growth Firm*. *Journal of Business Venturing* 18(2): 189–216

Storey D.J. 1994. *Understanding the Small Business Sector*. Routledge: London, UK

2

La actividad emprendedora
en Uruguay en 2018

2. La actividad emprendedora en Uruguay en 2018

En el presente capítulo nos concentraremos en los indicadores de actividad emprendedora de Uruguay en 2018, así como en su evolución a lo largo de los últimos 13 años, dejando para el siguiente capítulo un análisis de las actitudes y aspiraciones emprendedoras en el marco de un análisis contextualizado en la comparación con otros países de América Latina. El GEM mide la actividad emprendedora a través de una multiplicidad de indicadores. En esta ocasión, nos concentraremos en los indicadores que miden el nivel de actividad a lo largo de las diversas etapas del proceso emprendedor. Comenzaremos analizando aquellos que miden la actividad emprendedora a lo largo de las diversas fases de evolución que un emprendimiento tiene en el tiempo. Luego, pasaremos a analizar la composición de la actividad emprendedora en función del género, motivación, edad o potencial para generar puestos de trabajo.

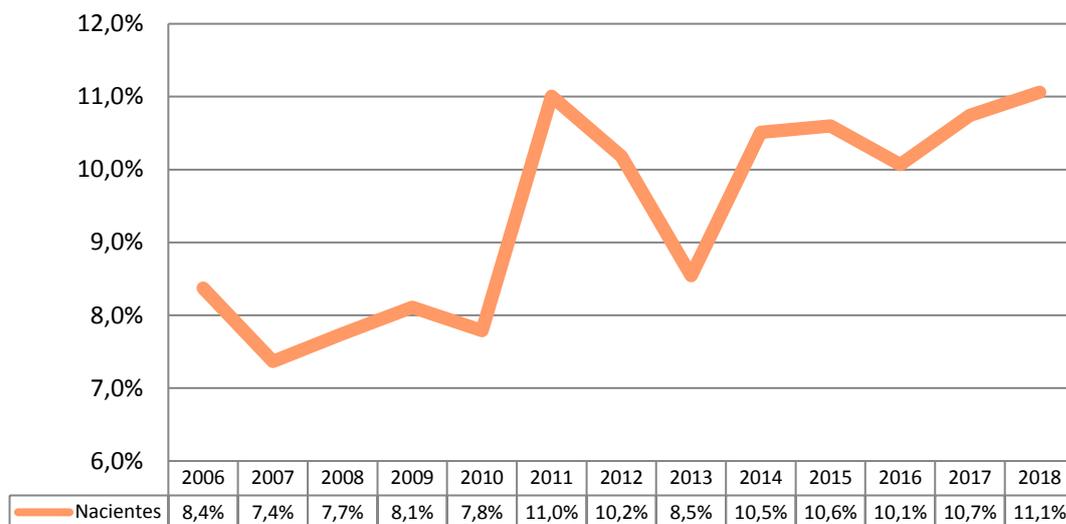
2.1 La actividad emprendedora por etapa

2.1.1 Emprendedores nacientes

El indicador más anticipado de actividad emprendedora efectiva que genera el GEM es la tasa de emprendedores nacientes, que son aquellos que iniciaron el proceso de destinar algún tipo de recursos a la iniciación de la actividad emprendedora, pero que no han llegado a pagar más de tres meses de sueldos. Este es el componente más impreciso de la actividad emprendedora, en tanto el tiempo que una persona puede mantenerse dentro de esta categoría puede estar sujeto a grandes variaciones. Por otra parte, comprende tanto emprendimientos que se han constituido recientemente como otros en formación.

En la Gráfica 1, puede observarse que esta tasa presenta una tendencia creciente, si bien se han dado oscilaciones importantes durante el período. La tasa de emprendedores nacientes fue de 11,1 % en 2018, es decir, de cada 100 personas entre 18 y 64 años, 11 y algo catalogan como emprendedores nacientes. La tasa se encuentra entre 10-11 % desde 2014.

Gráfica 1 – Emprendedores nacientes



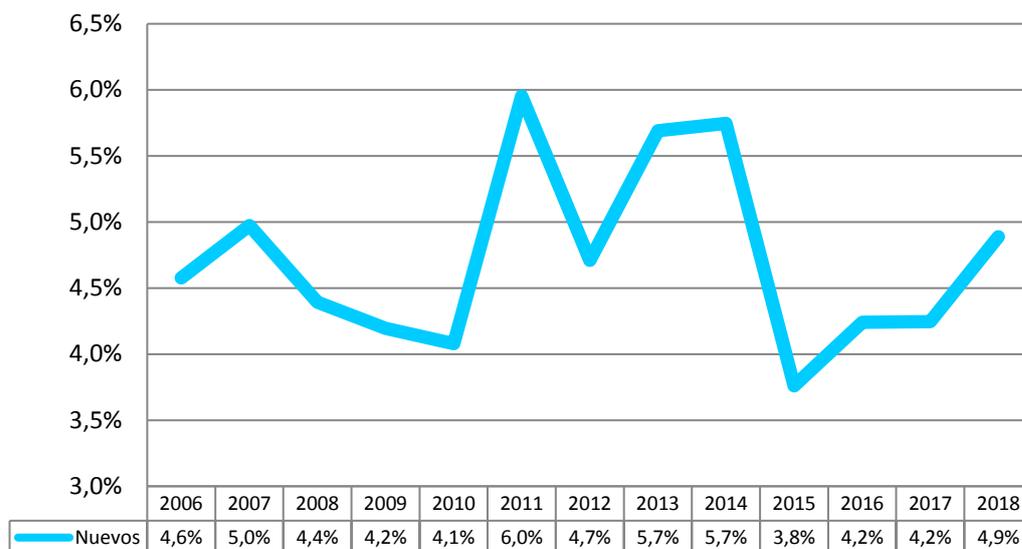
Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

2.1.2 Nuevos emprendedores

El indicador que se emplea para la siguiente fase es la tasa de Nuevos Emprendedores. Se define como nuevos emprendedores a aquellos que han pagado más de tres, pero menos de 42 meses de sueldos. Esta es la medición más sólida de la actividad emprendedora independiente, en tanto se trata de emprendimientos en marcha, con un período de permanencia definido en esta categoría.

Puede observarse en la Gráfica 2 que el comportamiento de los nuevos emprendedores ha sido distinto que el de los emprendedores nacientes. Mientras que los nacientes han presentado una clara tendencia ascendente, sin perjuicio de las oscilaciones, en el caso de los nuevos emprendedores se dio un salto ascendente en cuanto al nivel de actividad entre 2011 y 2014, para luego caer a su mínimo en todo el período considerado en 2015. A partir de ese momento, la tasa de actividad se ha ido recuperando, habiendo alcanzado un 4,9 % en 2018.

Gráfica 2 – Nuevos emprendedores



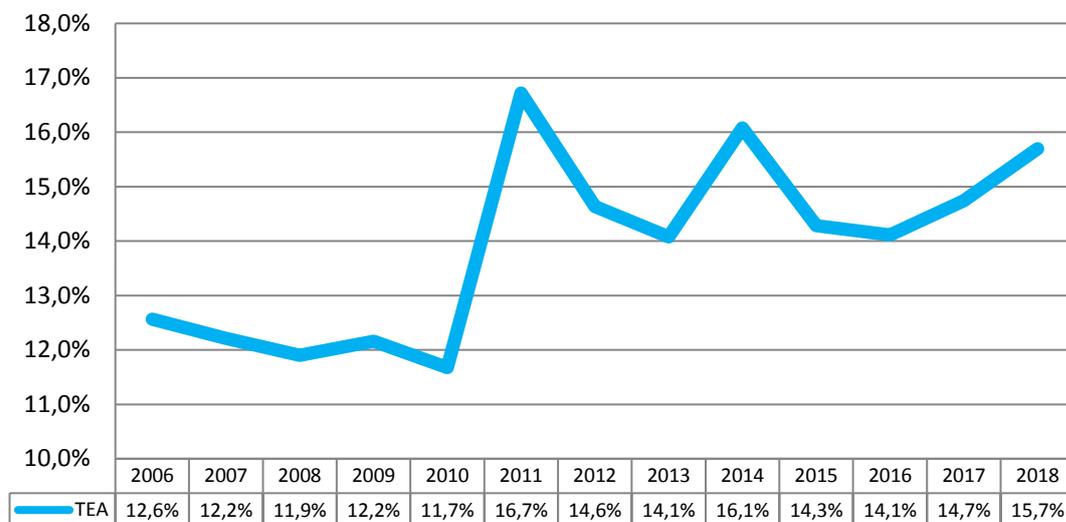
Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

2.1.3 Tasa total de actividad emprendedora (TEA)

La síntesis de la tasa de emprendedores nacientes y nuevos emprendedores nos da la TEA, por su sigla en inglés (*Total early-stage Entrepreneurial Activity*). Este es el indicador más popular del GEM, aunque hay que ser muy cautelosos en la interpretación de su nivel y evolución, especialmente cuando se refiere a la distinción entre emprendimiento por necesidad y por oportunidad, cuestión que veremos más adelante.

Pueden observarse dos períodos con comportamientos diferenciados de la TEA. Una primera fase va de 2006 (primer año en que se recopilaban datos) hasta 2010, en la que la TEA se encontraba en torno al 12 %, con tendencia declinante. En 2011 presenta un salto muy importante para volver a oscilar alrededor del 15 %. También aquí vemos una tendencia al crecimiento en los últimos dos años, con un resultado en 2018 de 15,7 %, un punto porcentual por encima del nivel del año anterior.

Gráfica 3 – Actividad emprendedora total temprana (TEA)



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

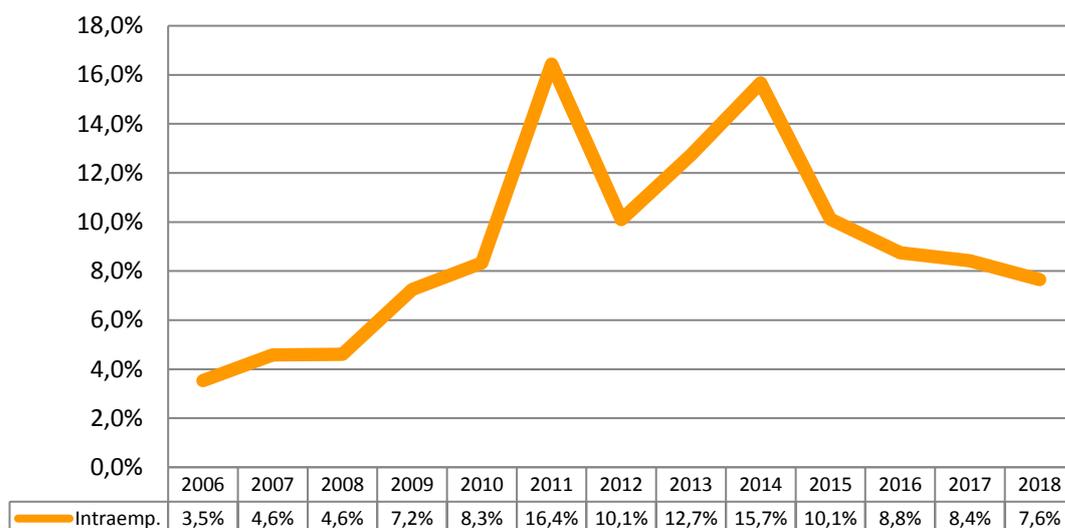
2.1.4 Actividad intraemprendedora

La actividad emprendedora no es sinónimo de nuevas empresas independientes. También existe actividad emprendedora dentro de las empresas. La actividad emprendedora independiente y la intraemprendedora presentan muchas más semejanzas que diferencias. En muchos casos, la actividad intraemprendedora tiene mucho más impacto que la actividad independiente en la medida que las capacidades de la empresa pueden permitir, potencialmente, una rápida traducción de los nuevos proyectos en importantes fuentes de generación de valor.

Las bajas tasas de actividad emprendedora independiente que se observa en los países desarrollados no se explicarían, pues, por la ausencia de emprendedores, sino por la existencia de una serie de incentivos que hacen que sea más atractivo emprender dentro de la empresa establecida. Las tasas de actividad intraemprendedora son un indicador valioso de la situación de las empresas. Cuando las expectativas son optimistas, las empresas se embarcan en nuevos proyectos cuyo diseño e implementación está a cargo de sus integrantes.

El GEM, a efectos de capturar esa actividad intraemprendedora, formula a los encuestados la siguiente pregunta: ¿Está usted, solo o con otros, tratando de iniciar una nueva unidad de negocios o un nuevo emprendimiento con su empleador y es ese esfuerzo parte de su trabajo normal?

Gráfica 4 – Actividad intraemprendedora



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

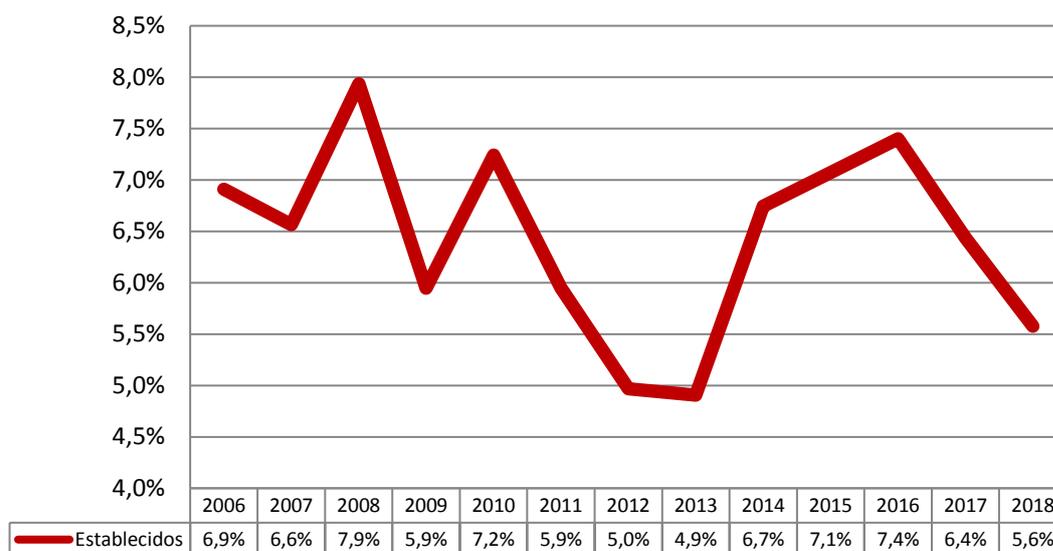
Puede observarse en la Gráfica 4 que la actividad intraemprendedora tuvo una fase ascendente importante, que llegó a un máximo de 16,4 % en 2011. Se mantuvo después en niveles elevados hasta 2014, cuando presentó una tasa de 15,7 %. A partir de ese momento, ha estado descendiendo ininterrumpidamente. En 2018 la tasa fue de 7,6 %, cercano a los valores intermedios de la serie.

2.1.5 Dueños y administradores de negocios establecidos

Una vez que un emprendimiento ha pagado sueldos por más de 42 meses, deja de ser considerado por el GEM como un emprendimiento, pasando a ser una empresa. Los emprendimientos que sobreviven alimentan la renovación del conjunto de unidades empresariales del país. El nivel de la tasa de dueños y administradores de negocios depende de la cantidad histórica de empresarios, a la que se suman los emprendedores que pasan a la condición de empresarios y de la que se deducen aquellos empresarios que descontinúan sus negocios, ya sea porque cierran o porque son absorbidos por otras empresas.

Como puede observarse, hubo un salto ascendente en la cantidad de negocios establecidos a partir de 2014, el cual se mantuvo hasta 2016, que comenzó a bajar. Estos datos son consistentes con las altas tasas de nuevos emprendedores entre 2011 y 2014, en tanto los nuevos emprendedores que sobreviven pasan luego a la categoría de negocios establecidos. La rápida disminución de la cantidad de negocios establecidos a partir de 2016 indica que la cantidad de empresas que cierran no está pudiendo ser compensada por las nuevas empresas que aparecen.

Gráfica 5 – Dueños y administradores de negocios establecidos



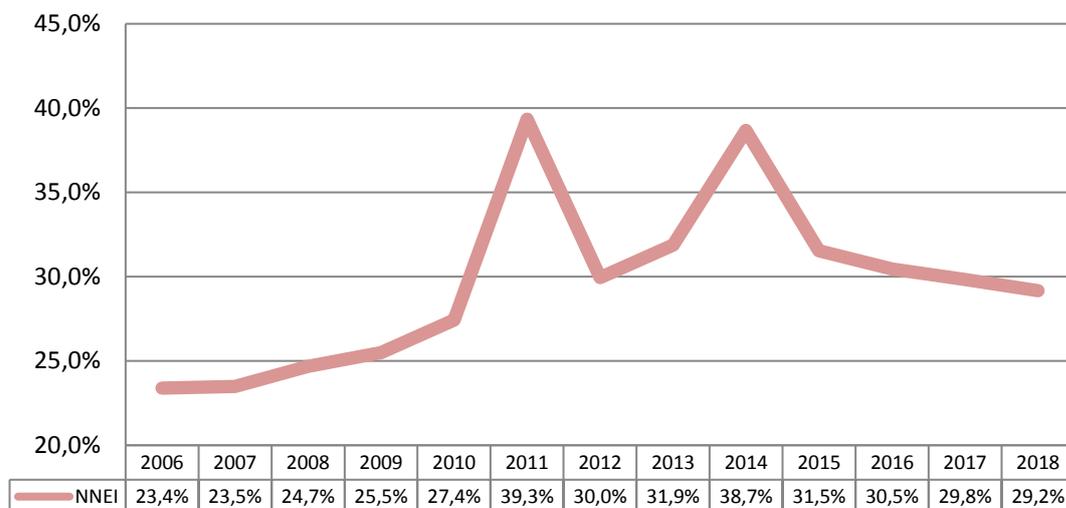
Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

2.1.6 El índice de emprendedores nacientes, nuevos, establecidos e intraemprendedores (NNEI)

Como se ha podido observar, existe una serie de componentes de la actividad emprendedora de carácter complementario. Los emprendedores nacientes y los nuevos emprendedores constituyen el componente más convencional de lo que se considera actividad emprendedora. Luego, se ha incorporado la actividad intraemprendedora, sin la cual la explicación del impacto del emprendimiento en la economía se vuelve hemipléjica. Por otro lado, los empresarios no son una categoría completamente independiente de la de los emprendedores, sino el resultado de la sobrevivencia de estos últimos.

A efectos de contemplar la integración de todos estos componentes el Centro de Emprendimientos del IEEM creó un índice de síntesis que acumula todas estas actividades, denominado Índice de emprendedores nacientes, nuevos, establecidos e intraemprendedores (NNEI). Su evolución en el período bajo análisis se presenta en el Gráfico 6.

Gráfica 6 – Índice NNEI



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

Puede observarse un tramo inicial creciente que está fuertemente influenciado por la actividad intraemprendedora, que, como vimos, estuvo creciendo permanentemente hasta 2011. Ese año se dio un salto ascendente muy importante que afectó a emprendedores nacientes, nuevos emprendedores e intraemprendedores. Los negocios establecidos cesan en esos años el proceso de declive que habían estado sufriendo. A partir de 2011, la tasa de nuevos emprendedores y de intraemprendedores se mantiene alta por algunos años, con oscilaciones importantes, y la de emprendedores nacientes se estabiliza a un nivel elevado. Eso se ve reflejado en la tasa NNEI de 2011 a 2015. A partir de allí, la tasa NNEI comienza a caer de la mano de las tasas de nuevos emprendedores y de las tasas de intraemprendimiento.

2.1.7 Algunas conclusiones respecto del análisis de la actividad emprendedora por etapas

Los resultados de la tasa de emprendedores nacientes y nuevos emprendedores presentan aumentos importantes en 2018, lo que es un dato positivo. En contrapartida, la tasa de intraemprendimientos sigue su tendencia de disminución acentuada, lo que podría estar reflejando un descenso de los nuevos proyectos por parte de las empresas establecidas, las que estarían adoptando una estrategia defensiva ante un escenario que perciben circunstancialmente como más adverso. La tasa de empresarios establecidos está disminuyendo debido a que el flujo de emprendimientos que se consolidan no es lo suficientemente elevado para compensar los negocios que cierran.

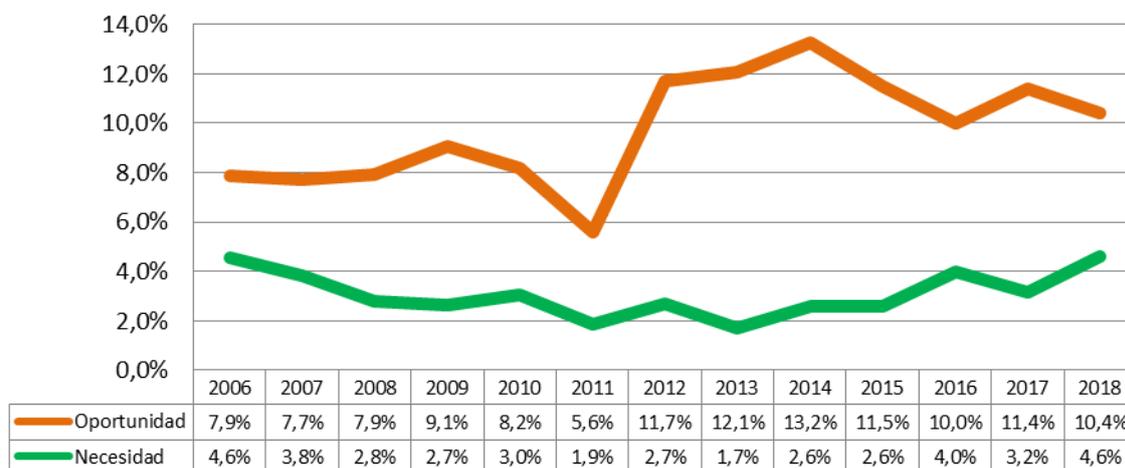
2.2 La composición de la actividad emprendedora de acuerdo con diversos factores

2.2.1 Actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad

Una de las discriminaciones importantes que es necesario realizar en el nivel de la actividad emprendedora es la motivación del emprendedor. Existen diversas formas de hacerla, pero una de las más significativas es la diferenciación de aquellos emprendedores que emprenden porque no pueden encontrar trabajo, a los que llamamos emprendedores por necesidad, del resto, globalmente descriptos como emprendedores por oportunidad.

En la Gráfica 7 puede observarse la discriminación de la actividad emprendedora en esos dos componentes.

Gráfica 7 – Emprendimiento por motivación



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

Encontramos que el emprendimiento por necesidad aumentó bastante, pasando de 3,2 % en 2017 a 4,6 % en 2018. Por el contrario, la actividad emprendedora por oportunidad pasó de 11,4 % a 10,4 %. Si se suman ambas tasas encontramos que la actividad emprendedora aumentó con relación al año anterior, pero se ha deteriorado parcialmente en su composición. La tasa de emprender por necesidad es bastante más estable que su contraparte, pero la tasa de emprender por oportunidad también se ha mantenido entre 10-13% desde 2012.

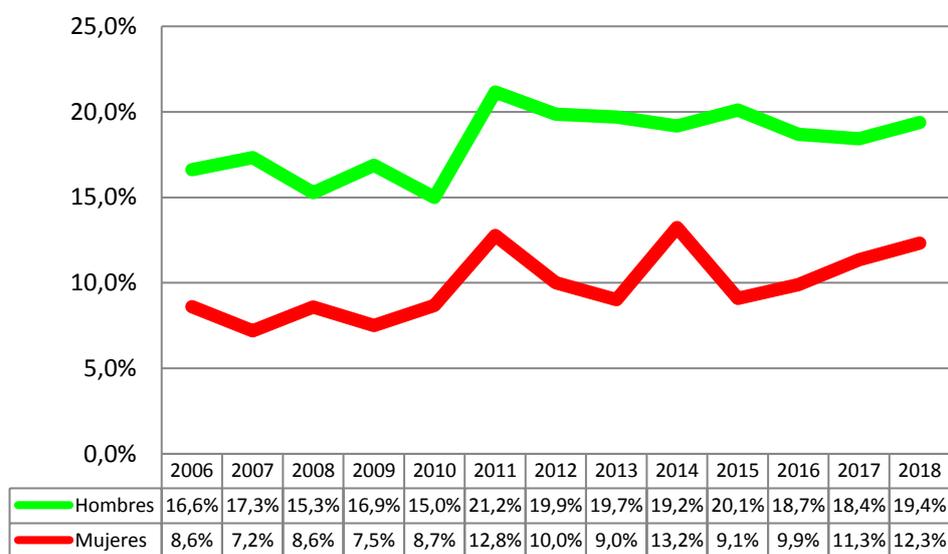
Como ya hemos comentado, ambos tipos de emprendimiento son valiosos, pero sus características específicas exigen políticas públicas diferenciadas. No es descartable que un emprendedor por necesidad tenga un enorme éxito empresarial, pero su motivación inicial es la subsistencia. Estamos, ante todo, frente a un problema social asociado a cuestiones tales como el funcionamiento del mercado de trabajo, el nivel de actividad económica y la capacitación.

Por otro lado, tenemos el emprendimiento por oportunidad. Aquí el emprendedor no ha sido forzado a serlo por los apremios, ha tenido libertad de elegir el momento y las circunstancias en los que emprender. Normalmente, ello lleva a mejores chances de éxito y un mayor potencial de desarrollo. Las políticas públicas deben estar orientadas aquí a procurar apoyar a los emprendedores a que logren concretar el potencial de sus proyectos, en la medida que ello contribuirá al dinamismo de la economía, la mejora de su competitividad, la generación de riqueza y de empleos de calidad.

2.2.2 Actividad emprendedora por género

Otra discriminación relevante de la actividad emprendedora es la diferenciación del emprendimiento masculino del femenino. En el Gráfico 8 se presentan las cifras. Podemos observar que ambos ratios aumentaron en un punto. El emprendimiento masculino pasó de 18,4 % a 19,4 % (tomándose como base a los hombres entre 16 y 64 años de edad en la población) y el femenino, de 11,3 % a 12,3 %.

Gráfica 8 – Incidencia de la actividad emprendedora por género



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

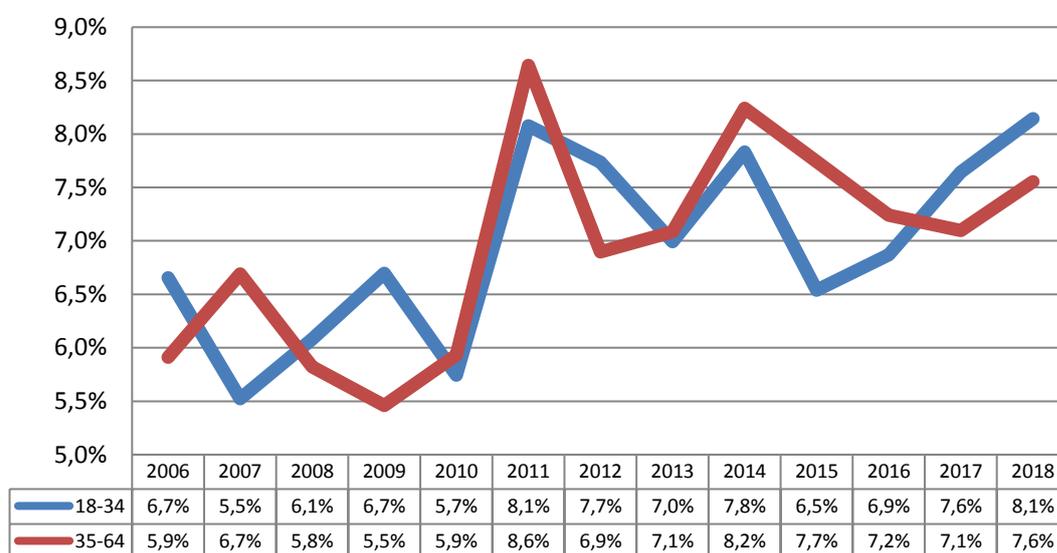
Puede observarse que el nivel del emprendimiento masculino y femenino se ha mantenido en niveles más o menos estables desde 2011, con oscilaciones que son más pronunciadas en el caso de las mujeres. Hasta 2015, entre ambos niveles de emprendimiento había una diferencia en torno al 10 %, lo que hacía de Uruguay un país con una actividad emprendedora muy masculinizada. A partir de 2015, parece haberse dado una tendencia del aumento del emprendimiento femenino que ha llevado a que la diferencia entre ambos niveles de

emprendimiento se reduzca a 7 puntos. En los años venideros podremos ver si esta tendencia se sostiene o si vuelven a distanciarse.

2.2.3 Actividad emprendedora por grupo etario

Otro examen relevante es discernir cuál es la edad de los emprendedores. Los datos se presentan en la Gráfica 9. Hemos hecho una división entre aquellos emprendedores de entre 18 y 34 años de edad y los que tienen entre 35 y 64. Es llamativa la similitud de los indicadores, tanto en el nivel como en el comportamiento.

Gráfica 9 – Emprendimiento por edad



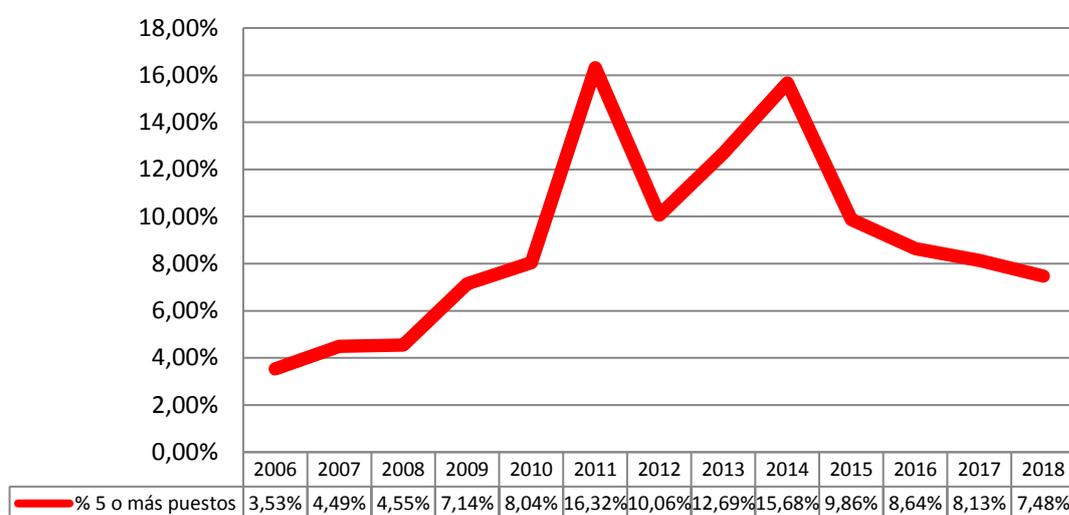
Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

Los emprendedores jóvenes presentan características diferentes a los mayores en una serie de aspectos que deben ser consideradas en la formulación de políticas públicas de emprendimiento. Los emprendedores jóvenes suelen carecer de experiencia en el área específica donde emprenden, pero, en contrapartida, tienen una capacitación más actualizada. Los emprendedores mayores suelen tener una situación familiar que hace sus gastos sean mucho más rígidos, lo que plantea que el riesgo al fracaso sea mucho mayor, no por el fracaso en sí, sino por sus consecuencias en lo personal. De todas formas, es interesante remarcar las tendencias similares que ambas tasas tienen.

2.2.4 Actividad emprendedora y creación de empleo

Otro análisis importante es evaluar cuál es la capacidad potencial de generación de empleo que la actividad emprendedora puede aportar. A esos efectos se consulta a los emprendedores identificados cuántos puestos de trabajo tienen la expectativa de crear en los próximos cinco años (en el caso de los nuevos emprendedores) o en los cinco años siguientes a que el emprendimiento se ponga en marcha (en el caso de los emprendedores nacientes). En la Gráfica 10 aparece la evolución de la cantidad de emprendedores que manifiestan la expectativa de crear cinco o más puestos de trabajo.

Gráfica 10 – Expectativas de creación de empleo en los próximos 5 años



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

Los cambios que se han producido a lo largo de los años son muy impresionantes. Mientras que en 2006 el porcentaje de los emprendedores que esperaban crear cinco o más puestos de trabajo en un lustro era de apenas 3,53 %, en 2011 subió a 16,32 %, más de cuatro veces y medio. Las expectativas de creación de empleo, con oscilaciones, se mantuvieron en torno del 12 % hasta 2015, luego de lo cual han presentado una tendencia al descenso, terminando en 2018 con una tasa del 7,48 %. Como en otros indicadores, el valor se encuentra bajo, pero no alcanza el mínimo.

2.2.5 Algunas conclusiones respecto del análisis de la composición del emprendimiento

El emprendimiento por oportunidad sigue teniendo un peso relevante como motivación de la actividad emprendedora, si bien desde 2014 se observa una tendencia al ascenso del emprendimiento por necesidad.

La brecha entre el emprendimiento masculino y femenino se ha ido cerrando a partir de 2016, debido fundamentalmente a una lenta pero sostenida tendencia al aumento de la tasa de emprendimiento femenino.

No existen diferencias marcadas en el comportamiento emprendedor entre aquellos de entre 18 y 34 años y edad y aquellos con edades de entre 35 y 64 años.

Las expectativas de creación de empleo entre los emprendedores tuvieron un alza importante entre 2011 y 2015, momento a partir del cual comenzaron a descender.

3

Un análisis comparado de la realidad emprendedora de Uruguay con la de otros países latinoamericanos

3. Un análisis comparado de la realidad emprendedora de Uruguay con la de otros países latinoamericanos

Una de las grandes fortalezas del GEM es que genera información comparable de distintos países. Eso permite analizar el desempeño emprendedor tomando como referencia la situación en otros países latinoamericanos con los cuales compartimos una multiplicidad de características referidas a composición demográfica, estructura productiva, cultura, etc. Esta aproximación permite reducir los factores diferenciales que pueden distorsionar las comparaciones y brindan información significativa al momento de formular políticas públicas.

En este capítulo, comenzaremos con el análisis comparativo con relación a las actitudes respecto de una diversidad de temas, para luego pasar a los resultados en materia de actividad emprendedora.

Los países de América Latina que hemos seleccionado para la comparación son aquellos que han presentado un comportamiento emprendedor más dinámico, a saber: Chile, Colombia y Perú. Por otra parte, también incorporaremos los datos de Argentina, dado que es el país más similar a Uruguay en toda América Latina en cuestiones tales como cultura, estructura demográfica, nivel de desarrollo, indicadores sociales, etc. Esto nos permitirá, entre otras cosas, identificar aquellos casos en que la evolución de los indicadores de Uruguay es similar a la que se produce en otros de los países de la comparación, lo que sería un indicio de que los factores determinantes son de carácter exógeno.

3.1 Las actitudes y su impacto en las intenciones de emprender

Una actitud es una creencia u opinión que tiene un componente evaluativo. Una definición clásica de actitud es la establecida por Allport, que la consideraba “un estado de disposición mental y nerviosa, organizado mediante la experiencia, que ejerce un influjo directivo dinámico en la respuesta del individuo a toda clase de objetos y situaciones” (Allport, 1935, en Martín-Baró, 1988). La actitud tiene un papel motivacional de impulsión y orientación a la acción, pero no es la acción. A su vez, las intenciones consisten en la predisposición para realizar una conducta particular. Las actitudes influyen sobre las intenciones, y estas, a su vez, sobre los comportamientos de los sujetos.

Las actitudes se apoyan en los valores del sujeto y se ven afectadas por la percepción que este tenga sobre los elementos que hacen al asunto sobre el cual expresa esa actitud. Existe una serie de temas en los que la actitud que exprese el sujeto puede incidir en su intención y su comportamiento emprendedor. Las actitudes tienen, pues, un componente cultural (que provee los valores) y otro circunstancial. Es este último el que puede llevar a que las actitudes cambien significativamente en períodos relativamente cortos de tiempo.

Podemos clasificar esas actitudes en dos grandes grupos. Por un lado, las actitudes que parten de percepciones que el sujeto tiene sobre aspectos de sí mismo. Por otro lado, tenemos actitudes que parten de la percepción de determinados aspectos del contexto.

3.1.1 Actitudes referidas a la persona

Hay dos cuestiones referidas a la propia persona para las cuales las actitudes que manifieste repercuten en su actitud frente al emprendimiento. Estas cuestiones son:

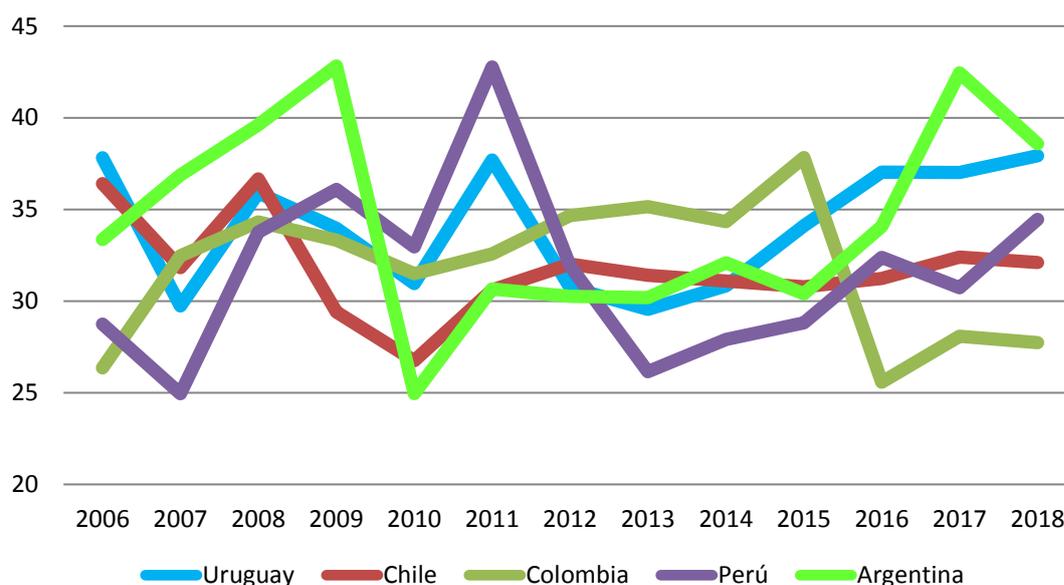
1. El miedo a fracasar si se emprende.
2. La autopercepción en cuanto a las habilidades, destrezas y conocimientos que requiere emprender.

3.1.1.1. El miedo a fracasar

El miedo a fracasar puede disuadir al individuo de intentar emprender. A efectos de cuantificar las actitudes de las personas a este respecto se les formula a las personas encuestadas la siguiente pregunta: *¿El miedo a fracasar lo disuadiría a usted de iniciar un nuevo negocio?* Las respuestas afirmativas a esa pregunta tanto para Uruguay como para los países de comparación, a lo largo de los 13 años considerados (período para el cual disponemos de datos de Uruguay), se presentan en la Gráfica 11.

Gráfica 11 – Miedo a fracasar

Porcentaje de encuestados que contestan afirmativamente



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

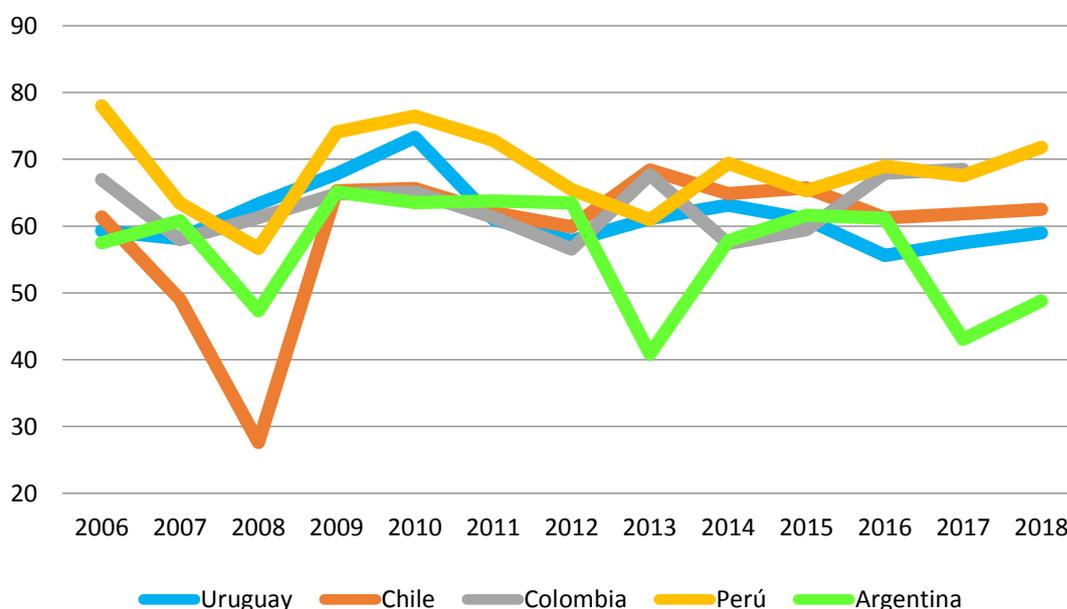
De la gráfica se desprende que las tasas oscilan para todos los países entre el 25% y el 40%. No hay comportamientos diferenciados por país, lo que se refleja en que las tasas promedio sean muy similares. La evolución de las tasas de Perú, Argentina y Uruguay presentan similitudes llamativas. El miedo al fracaso en Uruguay ha aumentado desde el 2013, pasando de 29,6 % en ese año a 38,6 % en 2018 (el máximo del país), una evolución bastante similar a la que se ha dado en Perú, si bien en este último caso la tasa se encuentra levemente por debajo desde 2012. Argentina presenta una tasa de miedo al fracaso similar a la de Uruguay (38,6 %). A su vez, siendo la más baja por tercer año consecutivo, se observa la de Colombia, que en el 2018 fue de 27,7 %.

3.1.1.2. Autopercepción de las capacidades para emprender

Otra cuestión relevante es si la persona considera que posee las capacidades que se requieren para emprender. A efectos de cuantificar la autopercepción que las personas tienen de sí mismas a este respecto se formula la siguiente pregunta: *¿Considera que tiene los conocimientos, habilidades y destrezas que se requieren para emprender?* Las respuestas afirmativas a esa pregunta, tanto para Uruguay como para los países de comparación, a lo largo del período considerado, se presentan en la Gráfica 12.

Gráfica 12 – Autopercepción de capacidades

Porcentaje de encuestados que contestan afirmativamente



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

Aquí, se destaca la caída abrupta que tuvieron de esta tasa Perú, Argentina y Chile en 2007 y 2008, con una recuperación posterior, así como las caídas de Argentina en 2013 y 2017. Salvo en el caso de los episodios mencionados, las tasas se mantienen bastante estables para todos

los países analizados, alrededor del 55% y el 70%. Uruguay en 2018 tuvo una tasa del 59 %, presentándose muy estable desde 2011.

3.1.2 Actitudes referidas a factores contextuales

En la encuesta anual del GEM se procura medir la actitud de la población en general sobre una serie de cuestiones vinculadas al contexto, que tienen impacto en las intenciones y el comportamiento emprendedor, a saber:

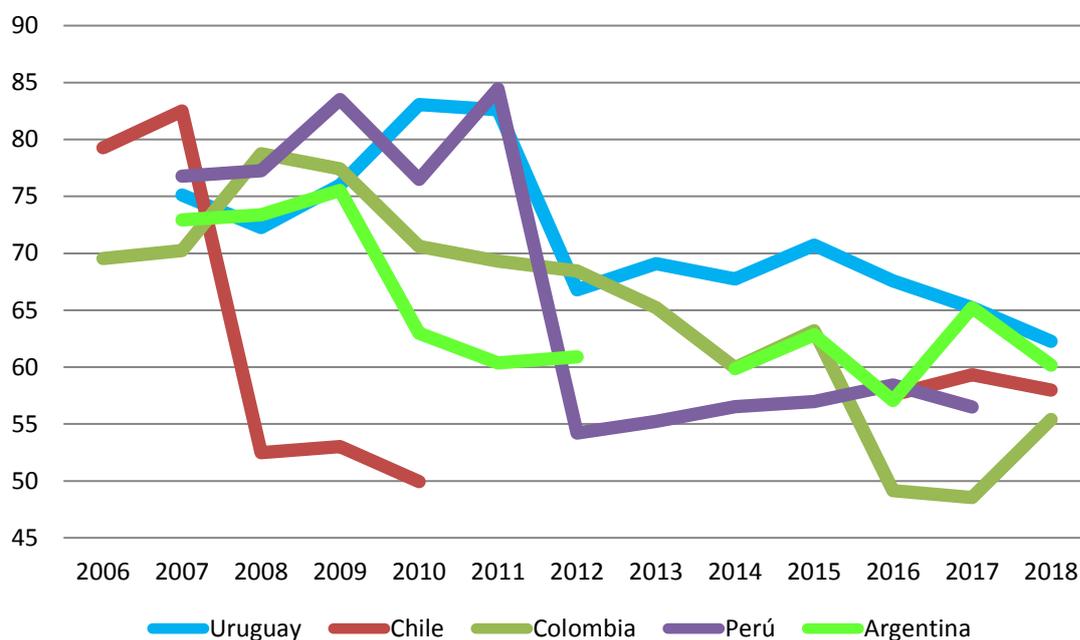
1. La importancia que se asigna a la igualdad en la sociedad.
2. El grado en que la sociedad considera al emprendimiento como una buena opción de carrera.
3. El grado en que la sociedad atribuye estatus y reconocimiento a los emprendedores exitosos.
4. El grado en que los medios destacan a los emprendedores.
5. Las oportunidades para emprender que se darán en el corto plazo.

3.1.2.1. La importancia asignada a la igualdad social

A efectos de cuantificar la importancia atribuida, se pide a las personas encuestadas que manifiesten su grado de acuerdo con la siguiente afirmación: *En su país, la mayoría de las personas prefieren que todos tengan un nivel de vida similar.*

Gráfica 13 – Importancia asignada a la igualdad social

Porcentaje de encuestados que contestan afirmativamente



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

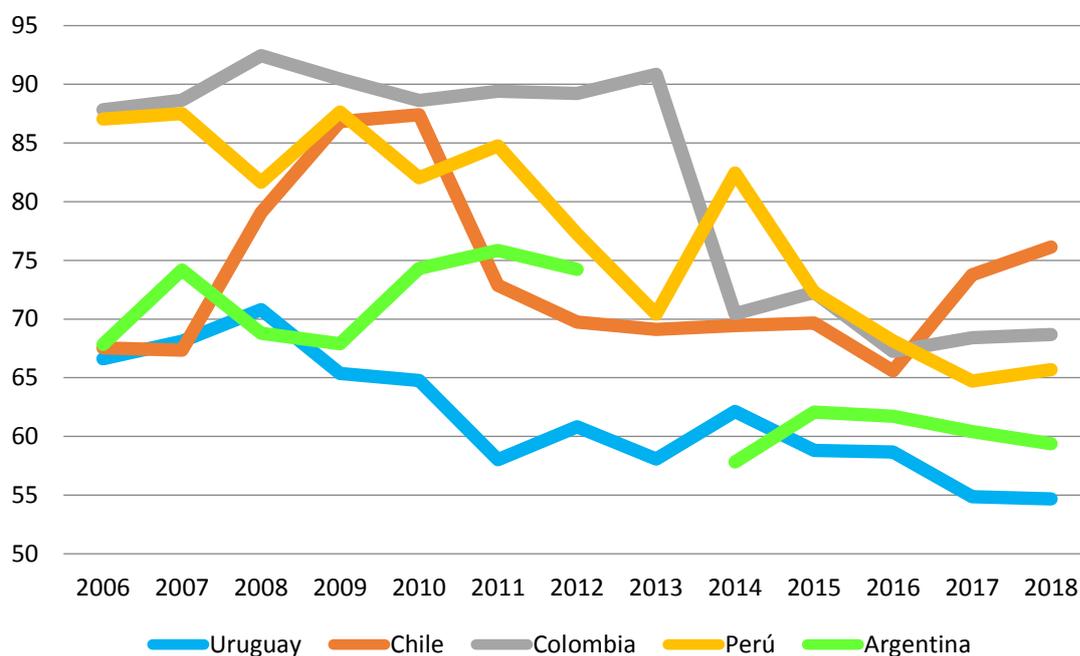
Puede observarse que la importancia asignada a la igualdad en el nivel de vida ha declinado en todos los países considerados. Lo hizo tempranamente en Chile, con una caída abrupta en 2008. Lo mismo sucedió en el caso de Argentina en 2010, y Perú y Uruguay en 2012. En el caso de Colombia, en cambio, el declive ha sido mucho más progresivo. Uruguay tiene una tendencia básicamente creciente hasta 2011, llegando a un máximo de 83,06 % en 2010. En 2012 cae abruptamente y se mantiene por debajo del 70 % en el resto del período y viene bajando todos los años desde 2015. En 2018 ha llegado a su nivel mínimo en más de una década, con una tasa de 62,3 %. Parece que se está dando una convergencia de todos los países a tasas que oscilan en torno al 60 %. Se puede destacar esta tasa como una de las más cambiantes.

3.1.2.2. Buena opción de carrera

La afirmación aquí con respecto de la cual se pide se manifieste el acuerdo o desacuerdo es la siguiente: *En su país, la mayoría de la gente considera que emprender un nuevo negocio es una elección de carrera profesional deseable.*

Gráfica 14 – Valoración de emprender como opción de carrera

Porcentaje de encuestados que contestan afirmativamente



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

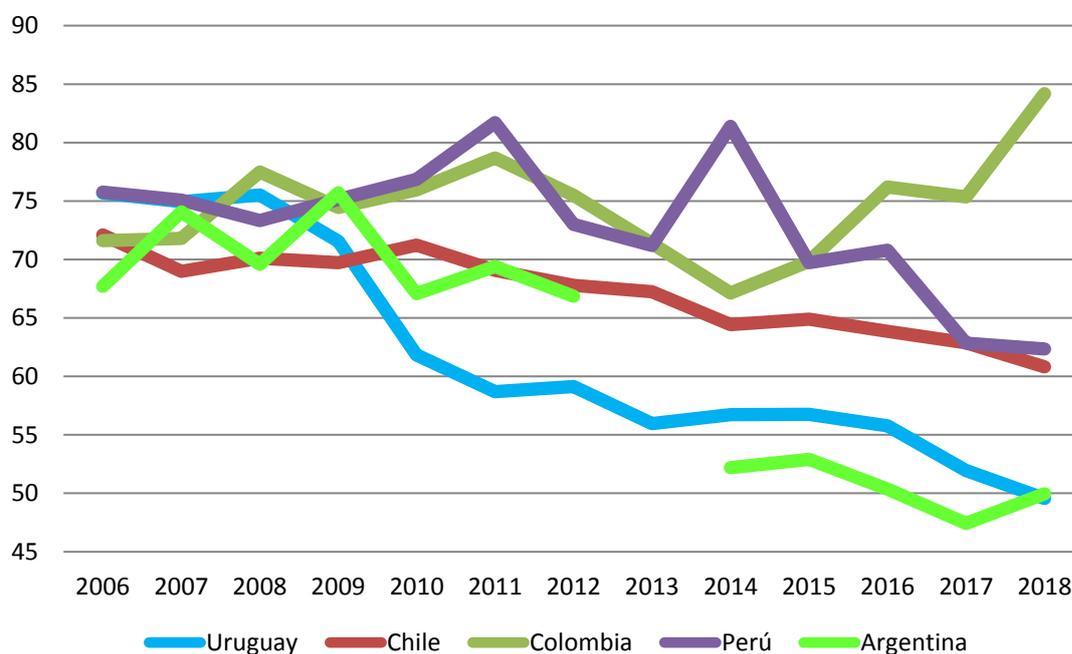
También aquí se da una tendencia descendente en todo el período en la valoración social de la actividad emprendedora como opción de carrera. En el caso de Chile, hubo un período de escalada que comenzó en 2008 —año de crisis para Chile como ya vimos—. A partir de 2010, volvió a acompañar el declive del resto. En los últimos dos años ha ascendido, y en 2018 Chile presenta la tasa más alta de todos los países considerados, 76,1 %. En el caso de Colombia, hubo una caída abrupta y llamativa en 2014. En este caso, Uruguay es el país que ha sido, por más de una década, el que presenta los índices más bajos la mayoría de los años. El nivel más alto de este indicador en el caso de Uruguay fue en 2008, con 70,8 % y en 2018 es de 54,7 %, el nivel más bajo de los 13 años considerados. En los últimos años, los niveles de Argentina son próximos a los de Uruguay.

3.1.2.3. Estatus y reconocimiento

Una pregunta complementaria de la anterior está vinculada al estatus y reconocimiento que la población percibe que tienen los emprendedores exitosos dentro de la sociedad. La afirmación que se formula a este respecto es: *En su país, los que tienen éxito al emprender un negocio gozan de un alto nivel de estatus y respeto.*

Gráfica 15 – Estatus y reconocimiento

Porcentaje de encuestados que contestan afirmativamente



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

También aquí se observa la tendencia descendente para casi todos los países —con la notable excepción de Colombia—, como con el indicador anterior, pero con un mayor nivel de estabilidad, lo que es consistente con el hecho de que mientras la pregunta anterior hace más énfasis en el atractivo económico, aquí el foco está en la valoración social. Mientras en lo económico inciden mucho los cambios en la coyuntura, en lo social esa cuestión tiene menos peso.

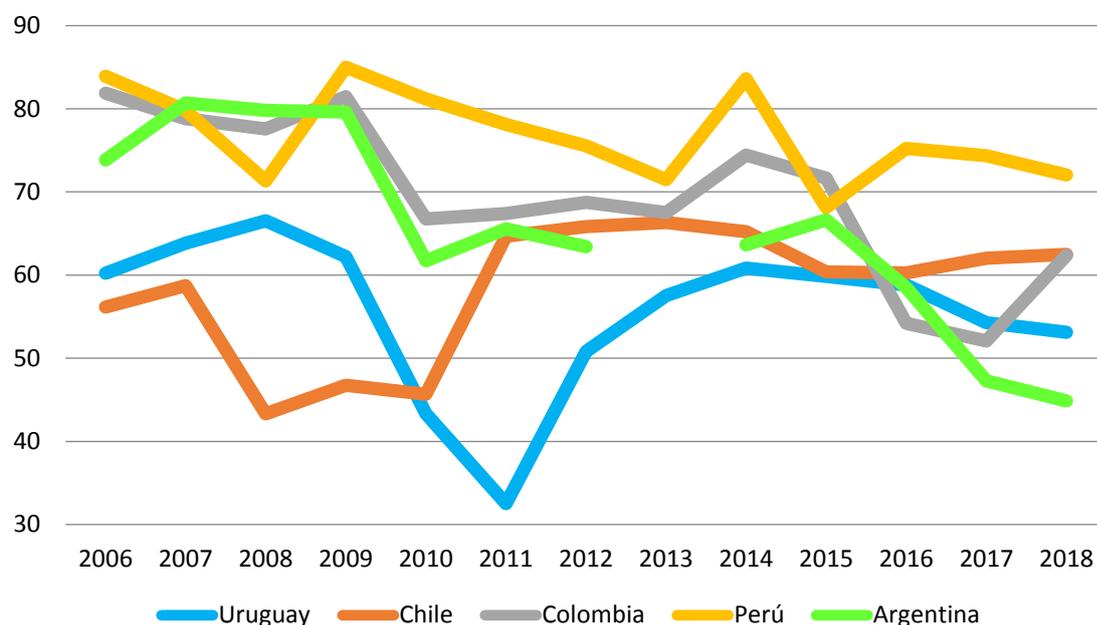
Uruguay Argentina presentan los niveles más bajos de todos los países y muy próximos a los mínimos de todo el período de 13 años considerados. La tasa en 2018 para Argentina y Uruguay fue de 50 %. En el caso de Uruguay, la tasa ha estado bajando ininterrumpidamente desde 2008.

3.1.2.4. Visibilidad de los emprendedores en los medios

Los medios de comunicación tienen un papel muy relevante en la configuración de las percepciones y opiniones de la población. Esta variable ilustra claramente el concepto de actitud, en cuanto a que la cultura y el estado de ánimo coyuntural actúan como filtro entre la realidad y lo que se percibe. Las noticias tienen que estar en los medios, pero también tiene que existir una predisposición a verlas o inclusive a buscarlas. La afirmación en esta materia sobre la cual se pide al encuestado manifieste su grado de concordancia es: *En su país, se pueden ver a menudo noticias sobre nuevos emprendedores que han tenido éxito en sus negocios en los medios de comunicación públicos o en Internet.*

Gráfica 16 – Visibilidad de los emprendedores en los medios

Porcentaje de la población que contesta afirmativamente



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

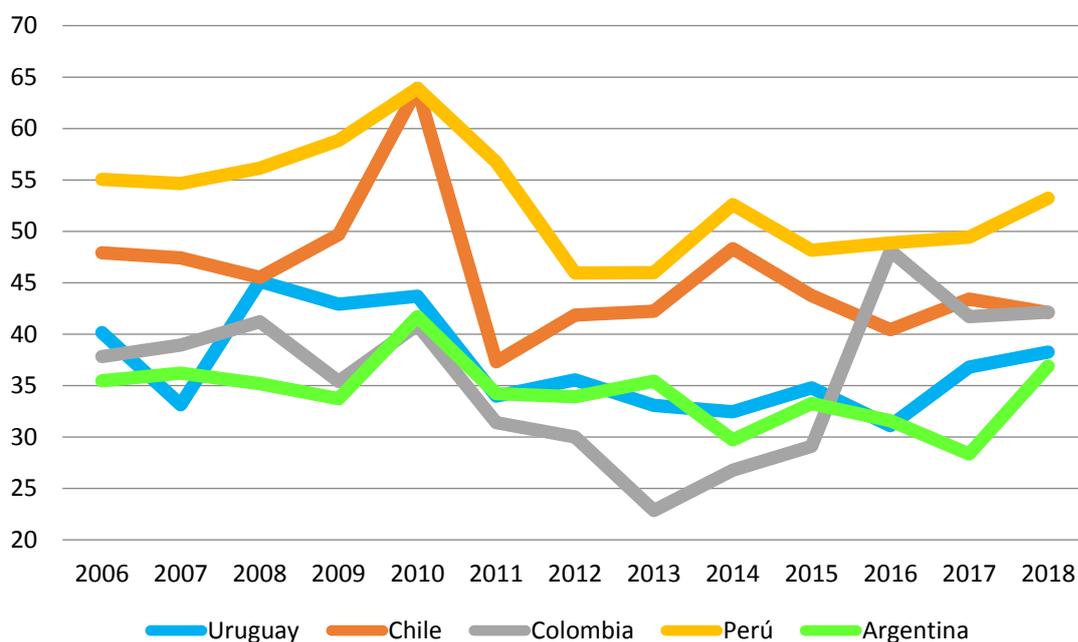
Como puede verse en la Gráfica 16, para Uruguay la percepción de visibilidad en los medios cayó pronunciadamente en 2010 y 2011, llegando al mínimo de todo el grupo y todo el período, para luego recuperarse. Algo similar le sucedió a Chile, terminando en niveles ligeramente por encima de los del comienzo del período. En el caso de Colombia, Argentina y Perú la tendencia ha sido descendente. Es uno de los indicadores en los que se observa mayor variabilidad entre países.

3.1.2.5. Conocimiento de emprendedores

El contacto con emprendedores es motivo de inspiración y emulación para las personas. Por esta razón, otra de las cuestiones relevantes es saber en qué medida las personas han estado en contacto con ellos. La pregunta formulada aquí dice: *¿Conoce usted personalmente a alguien que haya iniciado un negocio en los dos últimos años?* El índice se construye con las respuestas afirmativas a esa pregunta. Los resultados aparecen en la Gráfica 17.

Gráfica 17 – Conocimiento personal de emprendedores

Porcentaje de encuestados que contestan afirmativamente



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

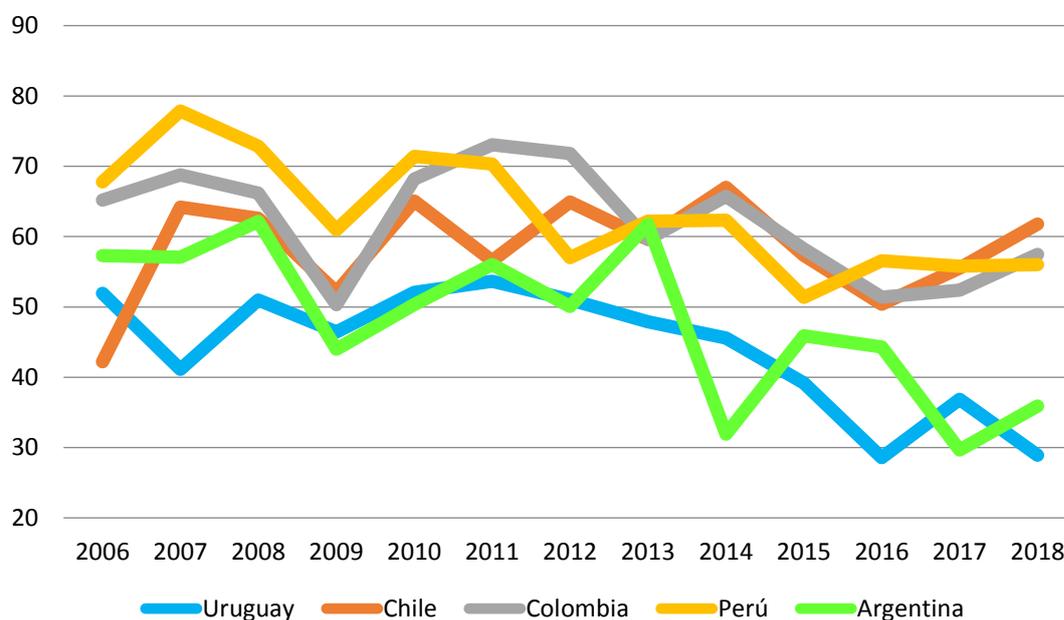
A partir de los años 2011 y 2012, las tasas han sido bastantes estables para cada país (exceptuando Colombia). Por un lado, Chile y Perú con tasas altas y, por otro, Argentina y Uruguay, con tasas bastante más bajas. En el caso de Colombia se da que presentaba una tasa muy baja y declinante hasta 2013, que llegó al mínimo de todos los países en todo el período (22,8 %) y luego se recuperó, pasando al grupo de las tasas altas y terminando en 2018 con la misma tasa que Chile. En el caso de Uruguay y Argentina hay una tendencia ligeramente declinante, con una buena recuperación en los dos últimos años en el caso de Uruguay y uno en el caso de Argentina.

3.1.2.6. Oportunidades percibidas

Otro de los temas abordados es la percepción que los encuestados tienen respecto de la existencia de oportunidades para emprender. A esos efectos se formula la siguiente pregunta: *En los próximos seis meses, ¿habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde usted vive?* El índice se construye con las respuestas afirmativas a esa pregunta. Los resultados aparecen en la Gráfica 18.

Gráfica 18 – Oportunidades percibidas

Porcentaje de encuestados que contestan afirmativamente



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

De la misma manera que en materia de intención para emprender, se da aquí un comportamiento similar de Argentina y Uruguay, al mismo tiempo que el comportamiento de los restantes tres países es similar entre sí, pero en niveles superiores a los observados para Argentina y Uruguay. La evolución de las tasas de oportunidades percibidas en el caso de Chile, Colombia y Perú son llamativamente próximas desde 2013. También, es llamativa la proximidad y declive de las tasas de Uruguay y Argentina.

En todo el grupo, las tendencias son al declive, pero en el caso de Uruguay y Argentina la tendencia ha sido más pronunciada que en el caso de Perú, Colombia y Chile.

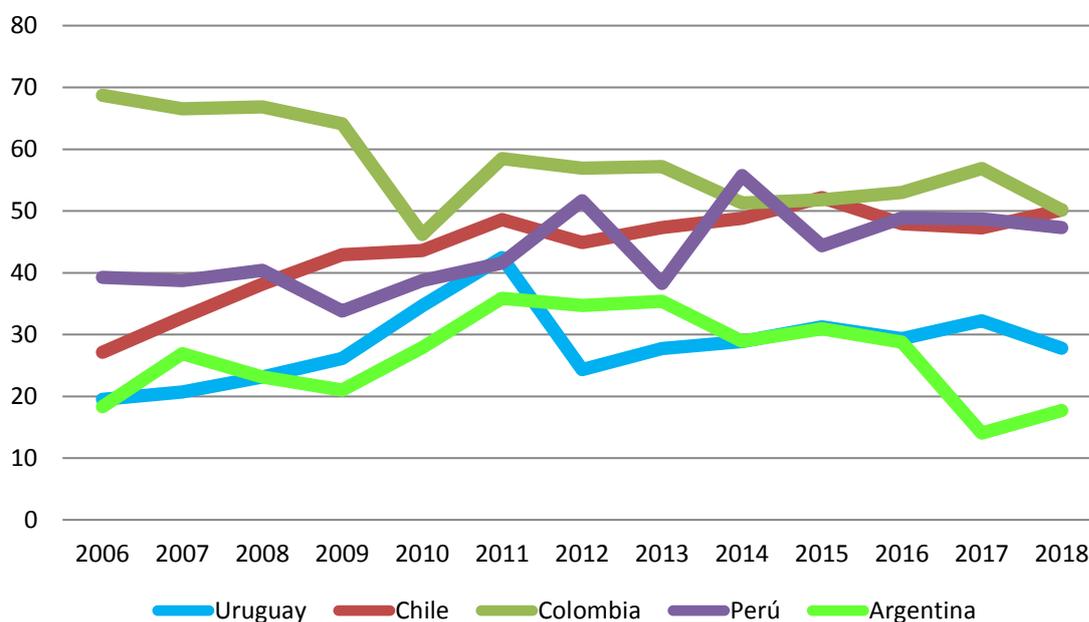
3.1.3. Las intenciones de emprender

3.1.3.1. Evolución de las intenciones emprendedoras

Tal como desarrollamos previamente, las actitudes condicionan las intenciones. Una de las preguntas que se formulan tiene por objeto medir las intenciones emprendedoras de los encuestados en el futuro. Las respuestas a esta pregunta permiten, entre otras cosas, realizar una evaluación primaria de cuál es el grado de incidencia de las actitudes en la intención de emprender de la población. La pregunta en cuestión formulada es: *¿Tiene usted la expectativa de iniciar un nuevo negocio, solo o con otros, incluyendo cualquier tipo de autoempleo, dentro de los próximos tres años?* Los ratios generados a partir de las contestaciones afirmativas a esta pregunta se presentan en la Gráfica 19.

Gráfica 19 – Intención de emprender en el futuro

Porcentaje de encuestados que contestan afirmativamente



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

Lo que podemos observar es que hay dos países que presentan una tendencia al crecimiento de las intenciones emprendedoras que es bastante marcada hasta 2014, seguida por un período de estabilización: Perú y Chile. Por otra parte, tenemos el caso de Colombia, en el que las intenciones han estado bajando en casi todos los años. Por último, está el caso de Argentina y Uruguay, con comportamientos bastante similares hasta 2016, compuestos por una fase de ascenso hasta 2011, seguida luego por una fase de descenso y estabilización en torno del 30%. En el caso de Argentina, la tasa ha bajado de ese nivel los últimos dos años. En cuanto a niveles absolutos, Chile, Colombia y Perú se encuentran en torno del 50%, Uruguay en el 30% y Argentina descendió estos últimos dos años por debajo del 20%.

3.1.3.2. La relación entre las actitudes y las intenciones emprendedoras

Analicemos ahora en qué medida la evolución de las actitudes podría ser consistente con el cambio en las intenciones emprendedoras. Veamos primero la cuestión de los agrupamientos a los que hemos hecho referencia. Chile, Colombia y Perú, por un lado, y Argentina y Uruguay, por otro, al 2018. ¿En qué actitudes se dan estos mismos agrupamientos? Dentro de las actitudes personales, podemos observar en la Gráfica 11 en la que Argentina y Uruguay tienen las tasas de miedo a fracasar más altas en comparación al resto de los países. En la Gráfica 12, observamos que, además, son los que tienen la autopercepción de capacidades más baja. En lo que refiere a las actitudes referidas a factores contextuales, tenemos que Argentina y Uruguay son los que asignan mayor importancia a la igualdad social (Gráfica 13), son los que menos valoran la carrera emprendedora (Gráfica 14), donde menos personas perciben que los

emprendedores tienen estatus y reconocimiento (Gráfica 15), donde existe la menor visibilidad en los medios (Gráfica 16), el menor reconocimiento (Gráfica 17) y la menor tasa de oportunidades percibidas (Gráfica 18). En síntesis, para 2018 los resultados en materia de intenciones emprendedoras son consistentes con el hecho de que Argentina y Uruguay tengan las tasas de intención emprendedora más bajas de los países considerados. Si analizamos todo el período y no solo 2018 tenemos que Argentina y Uruguay han sido en casi todos los años los países con intenciones más bajas, lo que se repite en el caso de las oportunidades percibidas (Gráfica 18).

Veamos ahora las tendencias. ¿En qué actitudes observamos evoluciones que sean consistentes con la evolución de las intenciones emprendedoras? La tendencia descendente de las intenciones emprendedoras en el caso de Colombia se corresponde con la declinación de la importancia asignada a la igualdad social (Gráfica 13), a la valoración del emprendimiento como carrera (Gráfica 14), a la visibilidad de los emprendedores en los medios (Gráfica 16) y a las oportunidades percibidas (Gráfica 18).

El aumento de las intenciones emprendedoras en el caso de Chile y Perú tiene correlato en tendencias ascendentes en las actitudes. Lo que sí se da es un nivel sostenidamente alto y diferenciado del resto de las actitudes en el caso de conocimiento personal de emprendedores (Gráfica 17).

En el caso de Uruguay y Argentina, la fase ascendente de las intenciones emprendedoras hasta 2011 seguida de una declinación solo se observa en el caso de las oportunidades percibidas (Gráfica 18).

De este análisis, surge que existe una razonable consistencia en el comportamiento de las diversas dimensiones actitudinales con las intenciones emprendedoras, si bien la reducida cantidad de observaciones no nos permite llegar a conclusiones sobre correlaciones que sean estadísticamente significativas.

3.2 Nivel y características de la actividad emprendedora

3.2.1 Medición de la actividad emprendedora de acuerdo a la etapa del proceso

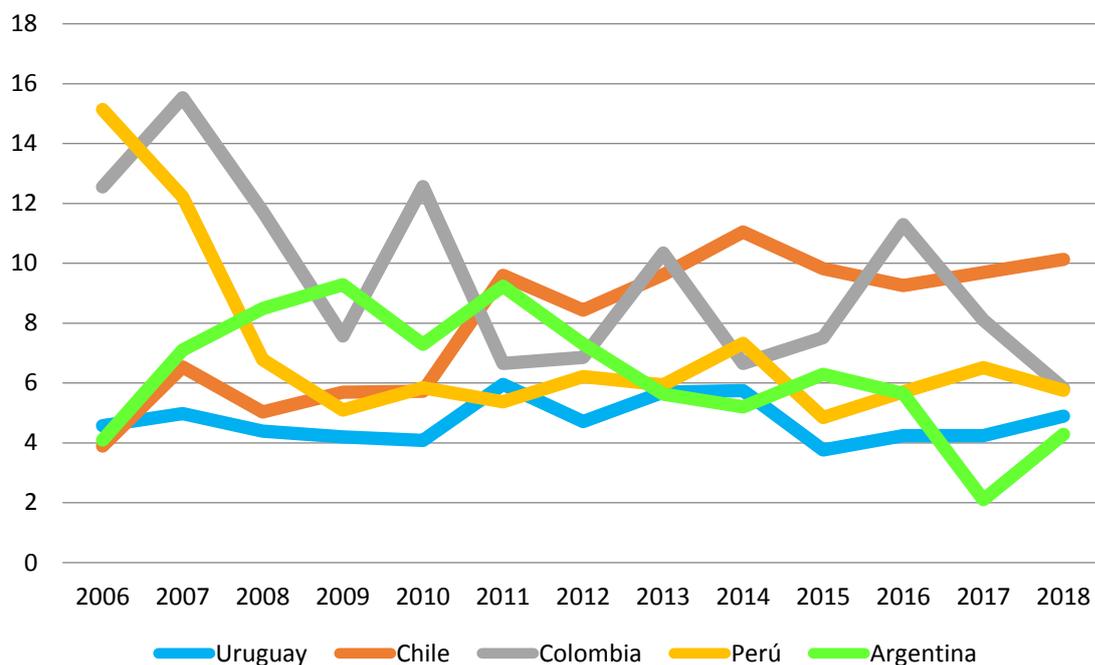
3.2.1.1. *Nuevos Emprendedores*

Partiremos de la “prueba ácida” del nivel de actividad emprendedora, la tasa de Nuevos Emprendedores, esto es, aquellos que han pasado más de tres meses, pero menos de 42 meses de sueldos. Esta es la medición más sólida de la actividad emprendedora en tanto se trata de emprendimientos en marcha, con un período definido de permanencia en esta categoría.

Puede observarse en la Gráfica 20 que la tasa de Nuevos Emprendedores de Uruguay dio un salto en 2011, pasando de un 4,08 % a un 5,95 %. Se mantuvo alta por un par de años para luego caer marcadamente en 2015, bajando a 3,76 %. En 2016, aumentó levemente, llegando a 4,24 %, en 2017 se ha mantenido en casi el mismo nivel (4,25 %) y ha crecido en 2018 (4,89 %). En el caso de Argentina, hubo un período inicial que presentó un desempeño bastante mejor que Uruguay, pero desde 2013 en adelante el desempeño ha sido comparable o peor. En 2018, Argentina tuvo una tasa de Nuevos Emprendedores de 4,29 %.

El comportamiento de los países andinos es marcadamente distinto. En el caso de Colombia y Perú, arrancaron al comienzo del período con tasas muy altas, las cuales estuvieron descendiendo hasta 2009, para luego mantenerse alrededor de ese nivel en los años subsiguientes. En el caso de Perú, ha oscilado a partir de allí en torno al 6 %. En el caso de Colombia, también se estabilizó, aunque con oscilaciones anuales más pronunciadas, alrededor del 8 %. En el caso de Chile, en 2011 se dio un salto ascendente, pasando de un nivel que rondaba el 6 % a un nuevo nivel alrededor del 10 %, en el cual se ha mantenido hasta 2018. Es claro que Chile se “despegó” en 2011. Colombia logra alcanzar en algunos años tasas similares o superiores, pero con grandes variaciones de un año a otro.

Gráfica 20 – Nuevos Emprendedores



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

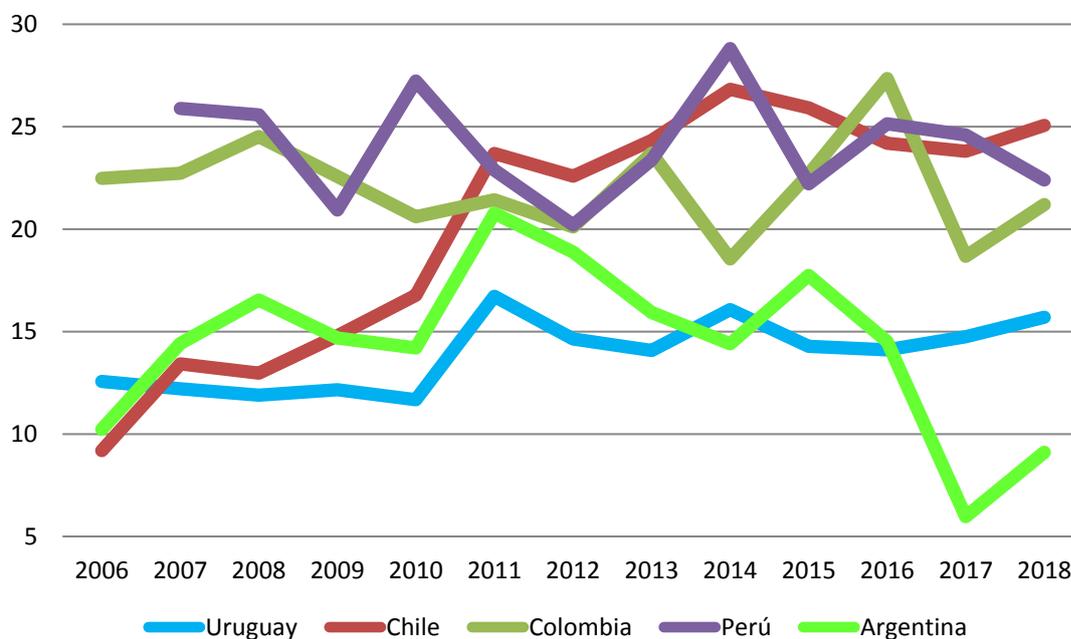
3.2.1.2. Tasa total de actividad emprendedora (TEA)

Pasemos ahora a una medición más amplia de la actividad emprendedora, que es la TEA. Como ya se ha explicado, la TEA considera los Nuevos Emprendedores, pero también a los Emprendedores Nacientes, que son aquellos que han iniciado el proceso de afectar algún tipo de recurso a la iniciación de la actividad emprendedora, pero no han llegado a pagar más de tres meses de sueldos. Este componente que se agrega a la medición de la actividad emprendedora es más impreciso. Esto es porque el tiempo que una persona puede mantenerse dentro de esta categoría es susceptible de grandes variaciones. Por otra parte, comprende tanto a emprendimientos que se han constituido muy recientemente como a otros en formación.

En la Gráfica 21, puede observarse la evolución de este indicador para todos los países considerados. Uruguay presenta un primer tramo de gran estabilidad que va de 2006 a 2010. En 2011, se da un salto ascendente y a partir de allí se ha mantenido en un nuevo nivel de estabilidad, alcanzando una tasa de 15,7 % en 2018. Tanto Argentina como Chile, presentan el mismo salto ascendente en 2011. La diferencia es que en el caso de Chile ese salto fue parte de una tendencia ascendente que recién se cortó en 2014, para luego tender a estabilizarse en torno al 25 %. En el caso de Argentina, luego del salto, se inició un proceso de declive, especialmente acentuado en los dos últimos años, con una leve recuperación en 2018.

En el caso de Perú y Colombia, los niveles se han mantenido altos (un promedio de 22 % para Colombia y de 24 % para Perú), con oscilaciones anuales, pero con tendencia estable.

Gráfica 21 – Tasa total de actividad emprendedora (TEA)



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

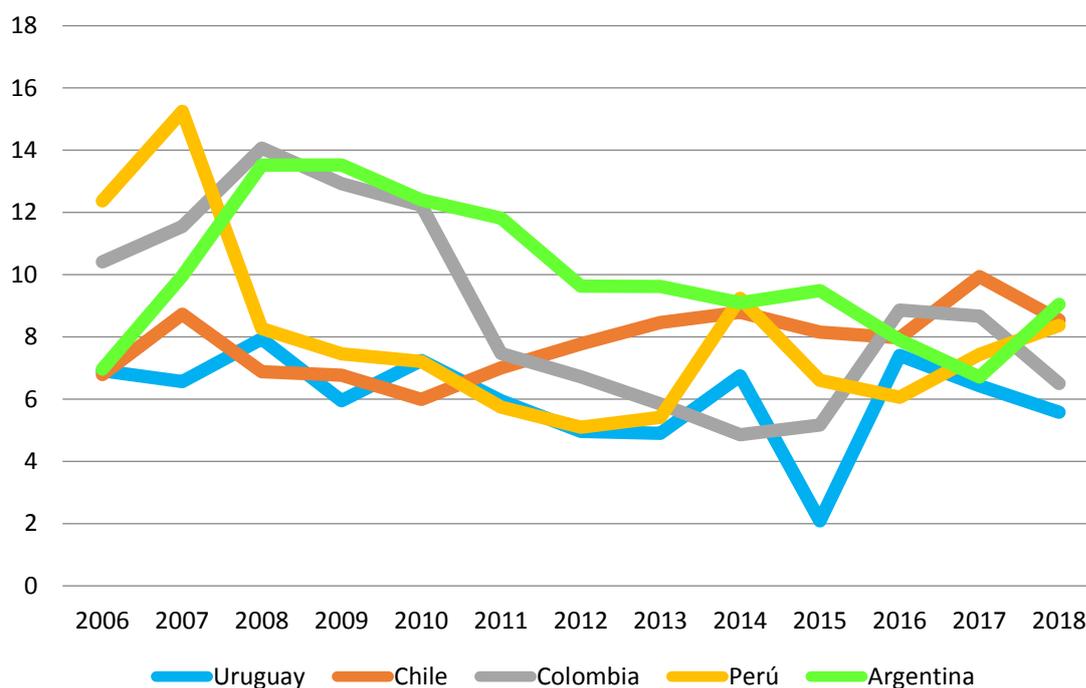
Del análisis de ambos indicadores concluimos que los países que han presentado progresos en su desempeño con el transcurso del tiempo son Chile y Uruguay. En ambos casos, se dio una mejora de los indicadores en 2011. Una de las diferencias es que, en lo que respecta a los Nuevos Emprendedores, Chile siguió mejorando ese indicador a partir de ese momento. En el caso de Uruguay, el nivel más elevado se mantuvo hasta 2014 y, a continuación, descendió a los niveles originales del período, o a valores inferiores. En el caso de la TEA, luego del salto ascendente, Chile siguió mejorando el indicador mientras que Uruguay mantuvo el nuevo nivel alcanzado. En 2018, la TEA fue de 25,1 % para Chile y 15,7 % para Uruguay.

3.2.1.3. Negocios Establecidos

Una vez que un emprendimiento ha pagado sueldos por más de 42 meses, deja de ser considerado por el GEM como un emprendimiento y pasa a ser una empresa. Los emprendimientos que sobreviven alimentan la renovación del conjunto de unidades empresariales del país. El nivel de la tasa de dueños y administradores de negocios depende de la cantidad histórica de empresarios, a lo que se agregan con los emprendedores que pasan a la condición de empresarios y de la que se deducen aquellos empresarios que descontinúan sus negocios, ya sea porque cierran o porque son absorbidos por otras empresas.

En la Gráfica 22 puede observarse que en prácticamente todos los países analizados se observa una disminución de la cantidad de empresarios en casi todo el período considerado, dándose una recuperación en los últimos años. La excepción es Chile, donde la cantidad de empresarios ha tenido una tendencia creciente desde 2010, con una caída en 2018. Se destaca asimismo una convergencia en los niveles de los países considerados a una franja que va del 5 % al 10 %. En 2018, las tasas más altas fueron las de Argentina (9,1 %), Chile (8,5 %) y Perú (8,4 %), más abajo está Colombia (6,5 %) y con la menor tasa: Uruguay (5,6 %).

Gráfica 22 – Negocios Establecidos



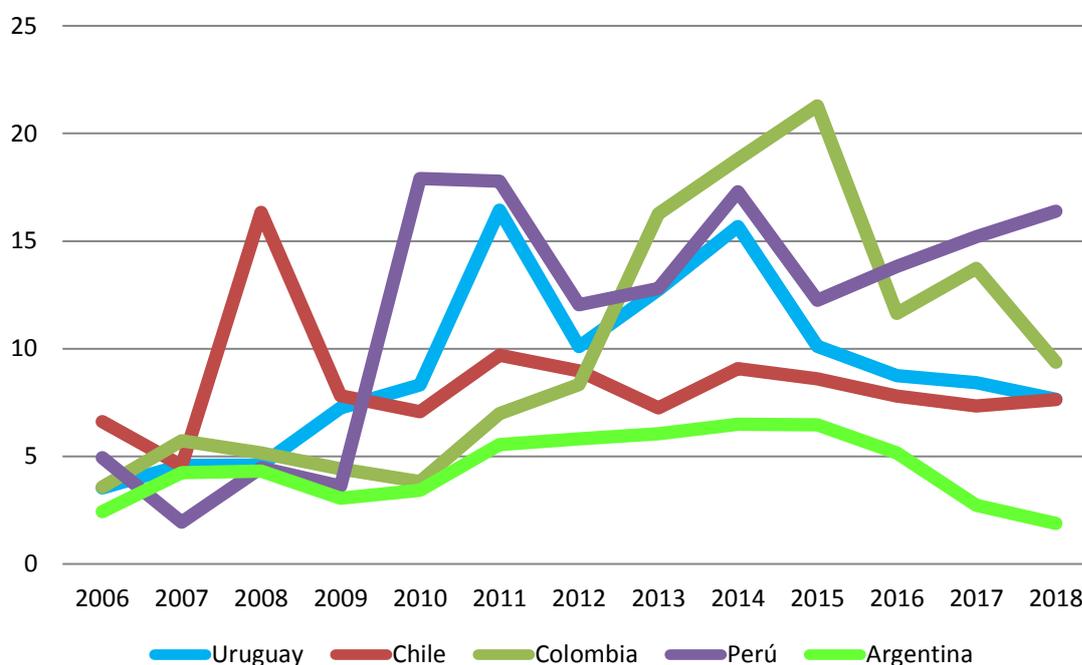
Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

3.2.2 La actividad intraemprendedora

Contrariamente a la idea generalizada de que la actividad emprendedora está indisolublemente unida a nuevos negocios, mucha de la actividad emprendedora se desarrolla dentro de las empresas establecidas, siendo llevada adelante por empleados de las empresas que incorporan dentro de sus responsabilidades la creación de nuevas unidades de negocios y nuevos proyectos. Como previamente establecido, esto podría explicar en buena medida las bajas tasas de emprendimiento independiente en los países desarrollados. En esos países, las empresas crean un ambiente interno propicio para que las personas emprendedoras lleven adelante nuevos proyectos sin necesidad de independizarse. A efectos de identificarlos, se procede a formular a los encuestados la siguiente pregunta: *¿Está usted, solo o con otros, tratando de iniciar una nueva unidad de negocios o un nuevo emprendimiento con su empleador y es ese esfuerzo parte de su trabajo normal?*

Puede observarse en la Gráfica 23 que la actividad intraemprendedora tuvo un período de crecimiento seguido de otro de declinación en casi todos los países considerados. El nivel máximo para Uruguay fue en 2011 con 16,4 % y en 2018 fue 7,6%. Perú ha tenido un comportamiento similar y su máximo fue en 2010 con 17,9 %. En el caso de Colombia, la tasa subió hasta 21,3 % en 2015. Chile presenta un comportamiento distinto del resto al haberse estabilizado debajo del 10 % desde 2009. Argentina presenta tasas de intraemprendimiento que siempre han sido bajas y que presentan un acusado declive a partir de 2015, habiendo sido de apenas 1,9 % en 2018.

Gráfica 23 – Actividad intraemprendedora



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

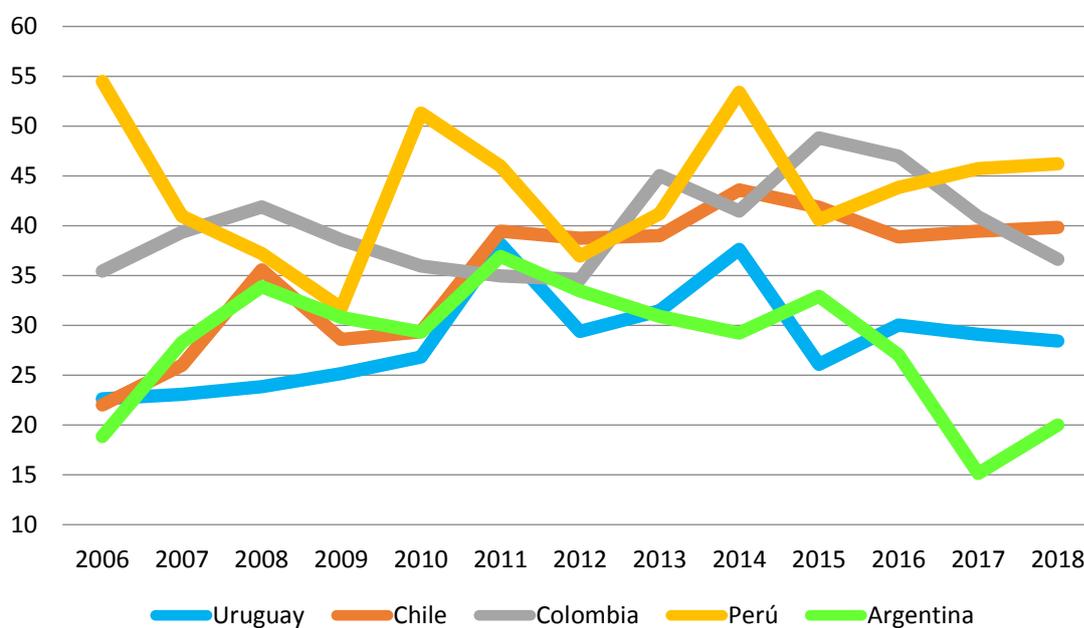
3.2.3 El NNEI, una medida abarcadora de toda la actividad emprendedora

Si lo que se procura medir es el “stock” de emprendedores y empresarios, con prescindencia de la forma específica que adopta esa actividad emprendedora o empresarial, es necesario crear un índice de síntesis que acumule la tasa de emprendimientos nacientes, de nuevos emprendimientos, de intraemprendedores y dueños de negocios establecidos. Hemos denominado a dicho índice NNEI. Su evolución en el período bajo análisis se presenta en la Gráfica 24.

La tasa NNEI de Argentina, Chile y Uruguay presentan evoluciones crecientes y similares hasta 2011. En particular, la NNEI de Argentina y Chile presentan en dicho período comportamientos muy similares. A partir de 2011, la tasa de NNEI de Chile se mantiene bastante estable, oscilando en torno al 40 %, lo que no sucede con las de Uruguay y Argentina, que comienzan a declinar, especialmente la de este último país. Uruguay tuvo en 2018 una tasa NNEI de 28,4 % y Argentina de 20 %. Las tasas NNEI de Perú y Colombia han sido en casi todos los años más altas y de tendencia creciente, acompañando la evolución de la tasa de Chile de 2012 en adelante.

Gráfica 24 – Tasa NNEI

(Emprendedores Nacientes + Emprendedores Nuevos + Empresarios Establecidos + Intraemprendedores)



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

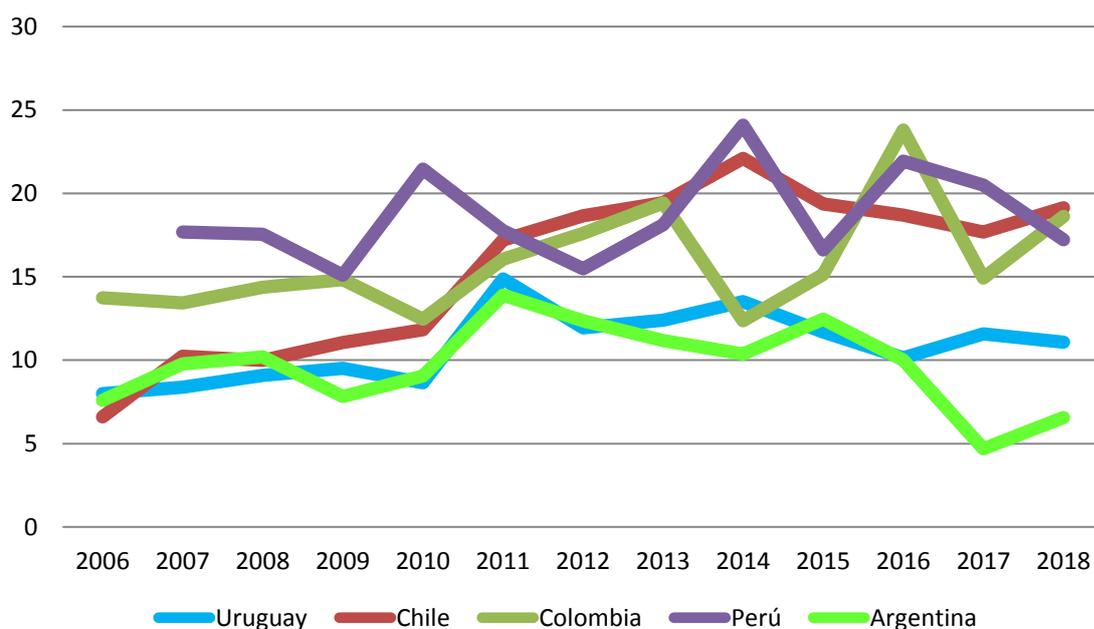
3.2.4 La motivación de la actividad emprendedora

Otra discriminación de la actividad emprendedora se basa en la motivación del emprendedor. Los emprendedores por necesidad son aquellos que emprenden porque no tienen ninguna opción, es decir, no encuentran trabajo. Los emprendedores por oportunidad, en cambio, lo hacen porque visualizan una oportunidad que vale la pena explotar. Si bien existen clasificaciones más sofisticadas, aquí definiremos como emprendedores por oportunidad a todos aquellos emprendedores que no los mueve la necesidad.

Puede observarse en la Gráfica 25 que el emprendimiento por oportunidad de Argentina, Uruguay y Chile tuvieron un comportamiento muy similar hasta el salto ascendente de 2011. El emprendimiento por oportunidad en Uruguay tuvo un salto ascendente en 2011, luego del cual se ha mantenido en una tendencia levemente descendente, para luego separarse. El emprendimiento por oportunidad de Chile siguió subiendo hasta 2014, que llegó a una tasa de 22,1 %, luego de lo cual inició una tasa descendente. En cambio, en el caso de Uruguay y Argentina la tendencia descendente se inició a partir de 2011, habiéndose acentuado en el caso de Argentina en los dos últimos años. Uruguay tuvo en 2018 una tasa de emprendimiento por oportunidad de 11,1 %.

En el caso de Perú y Colombia, las tasas de emprendimiento por oportunidad eran altas desde un comienzo y desde 2011 han tenido una evolución comparable a la de Chile, si bien con más oscilaciones.

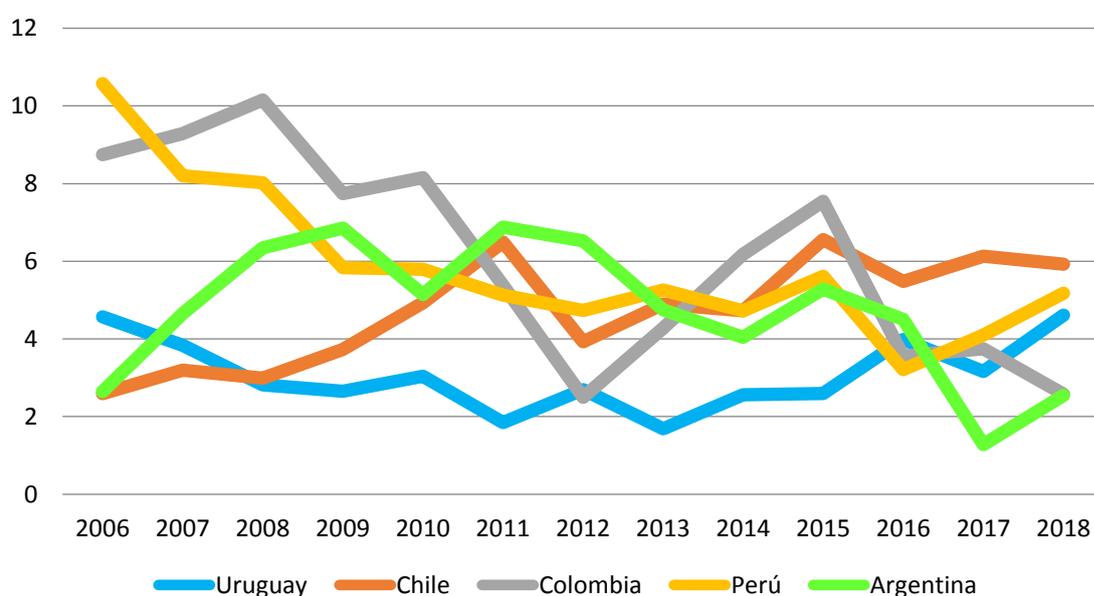
Gráfica 25 – Emprendimiento por oportunidad



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

En la Gráfica 26, tenemos la comparación del emprendimiento por necesidad de todos los países que venimos comparando. En el caso de Perú y Colombia, las tasas han bajado sustancialmente a lo largo del período analizado; Colombia llegando a tener una tasa muy baja en 2018 (2,6 %). Perú en 2018 tuvo una tasa mayor (5,2 %), pero inferior a la de Chile (5,9 %). En el caso de Chile, el emprendimiento por necesidad ha estado subiendo a lo largo de este período de 13 años. En el caso de Argentina, bajó mucho en 2017, para subir en 2018 a una tasa de 2,5 %. Como puede observarse, Uruguay es el país que ha presentado las tasas de emprendimiento por necesidad más bajas hasta 2016. La tasa de emprendimiento por necesidad de Uruguay ha estado subiendo desde 2013, y en 2018 ya hay dos países que tienen tasas inferiores (Argentina y Colombia). Uruguay ha empeorado su posición relativa con respecto a los otros países del grupo.

Gráfica 26 – Emprendimiento por necesidad

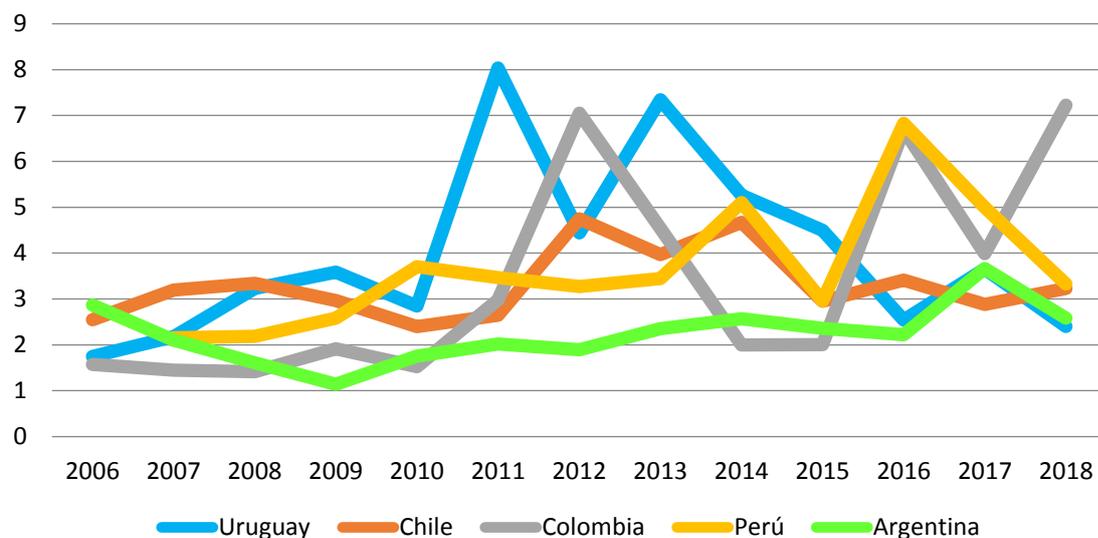


Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

Un dato adicional de utilidad es calcular el ratio entre la tasa de emprendimiento por oportunidad y por necesidad de cada país, como una aproximación a la “calidad motivacional” del emprendimiento.

En el caso de Uruguay, el mejor nivel del ratio fue en 2011 con un nivel de 8 (8 emprendedores por oportunidad por cada emprendedor por necesidad). El ratio se ha estado deteriorando y en 2018 fue de 2,4. El ratio de Chile también se ha deteriorado desde 2012. Los ratios de Colombia y Perú presentan oscilaciones muy grandes de un año a otro. Argentina es el único país en el que el ratio mejora tendencialmente desde 2009.

Gráfica 27 – Ratio de emprendimiento oportunidad/necesidad



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

3.2.5 Algunas consideraciones respecto del análisis de las tasas de actividad emprendedora

Del análisis de la Tasa de Nuevos Emprendedores (Gráfica 20) surge que Chile presenta un desempeño marcadamente superior al resto de los países considerados en la “prueba ácida”, con tasas que están en torno al doble que las tasas de los demás. En contrapartida, presenta un emprendimiento por necesidad creciente, conjuntamente con Uruguay (Gráfica 26). Sin perjuicio de ello, los ratios de emprendimiento por oportunidad/necesidad no presentan diferencias significativas entre Uruguay, Argentina y Chile.

A nivel de la TEA (Gráfica 21), existen dos grupos bien diferenciados. Por un lado, Chile, Colombia y Perú, con tasas que oscilan alrededor del 25 % y, por otro, Uruguay y Argentina, con tasas que suelen estar 10 % por debajo. En el caso de Argentina, en los dos últimos años ha tenido caídas muy importantes. Este mismo patrón se repite en la tasa NNEI (Gráfica 24), también con una distancia entre grupos de más de 10 % y en el emprendimiento por oportunidad (Gráfica 25).

Las tasas de dueños y administradores de negocios establecidos (más de 42 meses de sueldos pagos) son muy similares entre todos los países (Gráfica 22), encontrándose entre el 5 % y el 10 %.

En lo referente a las tasas de actividad intraemprendedora (Gráfica 23), se presentan dispersiones muy grandes, sin que sean evidentes grupos de países con pautas de evolución similares.

4

El comportamiento
empreendedor por nivel
socioeconómico en Uruguay

4. El comportamiento emprendedor por nivel socioeconómico en Uruguay

4.1 Metodología empleada

Los datos del GEM nos permiten analizar la relación existente entre el nivel de ingresos de los distintos segmentos de la población y sus actitudes y comportamientos emprendedores. Partiendo de que la encuesta anual es representativa de la población, hemos dividido la muestra en tercios, en función de su nivel de ingresos, a los que hemos denominado grupos de ingresos altos, medios y bajos. Para cada uno de estos grupos, calculamos todos los índices que se calculan a nivel global. Estos índices están referidos, por una parte, a actitudes de todo el grupo y, por otra, a la actividad emprendedora o empresarial de aquellos comprendidos dentro de los mismos.

4.2 Actividad emprendedora por grupo socioeconómico

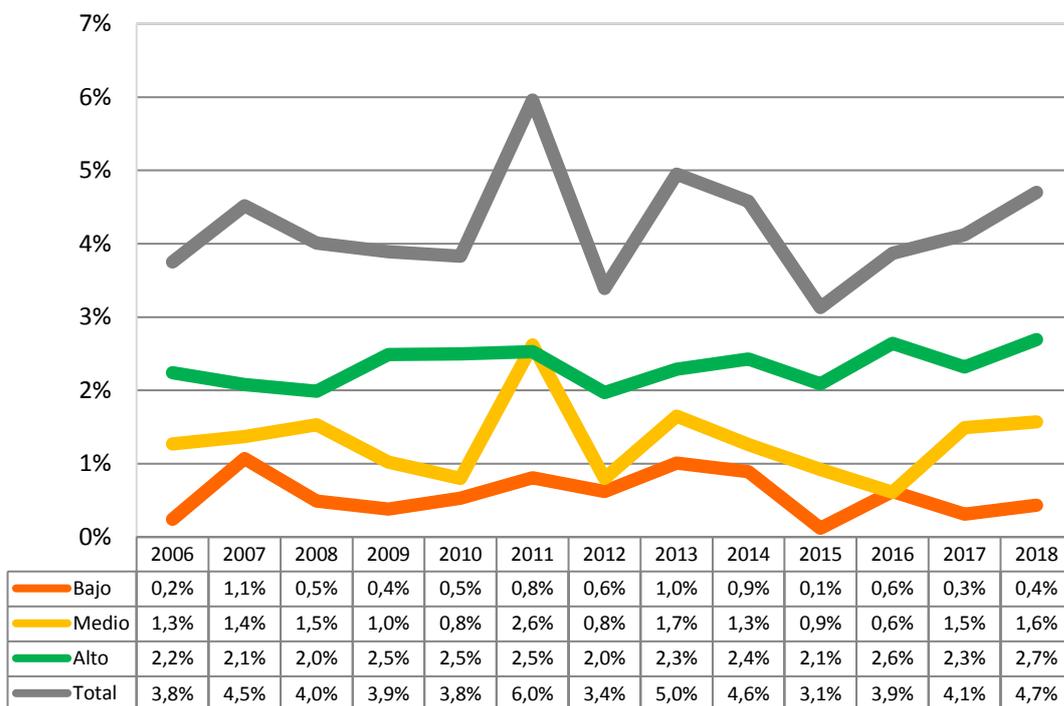
4.2.1 Actividad de Nuevos Emprendedores

Como ya hemos expuesto en ocasión del análisis de los indicadores a nivel global, la tasa de nuevos emprendedores es la prueba ácida de la actividad emprendedora en tanto se concentra en las concreciones. Estamos hablando aquí de negocios en marcha. Tal como puede observarse en la Gráfica 28, las tasas se han mantenido bastante estables a lo largo del período considerado, al mismo tiempo que varían marcadamente de acuerdo al grupo de ingresos. La tasa del grupo de ingresos altos ha sido, promediamente, de 2,3 %, un 80 % por encima de la tasa promedio del grupo de ingresos medios (1,3 %). A su vez, la tasa del grupo de ingresos medios es un 125 % superior a la de ingresos bajos (0,6 %). El salto ascendente que la tasa de nuevos emprendedores tuvo entre 2011 y 2013 se explica fundamentalmente por las variaciones que se dieron en las tasas de los grupos de ingresos medios y bajos. El aumento de la tasa en los dos últimos años se explica esencialmente por la evolución de la tasa del grupo de ingresos medios.

Las tasas de cada grupo socioeconómico se han mantenido bastante estables, siendo la tasa del grupo de ingresos medios la que presenta las mayores oscilaciones. Por otra parte, analizando desempeños relativos, podemos ver que la tasa de emprendimiento de cada grupo socioeconómico es, aproximadamente, la mitad de la tasa del grupo superior. Esto es, entre aquellas personas de ingresos altos, la tasa de emprendimiento duplica a la de ingresos medios, los que a su vez emprenden el doble que aquellos con ingresos bajos.

Gráfica 28 – Uruguay: Tasa de nuevos emprendedores

Total y contribución de cada grupo socioeconómico



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

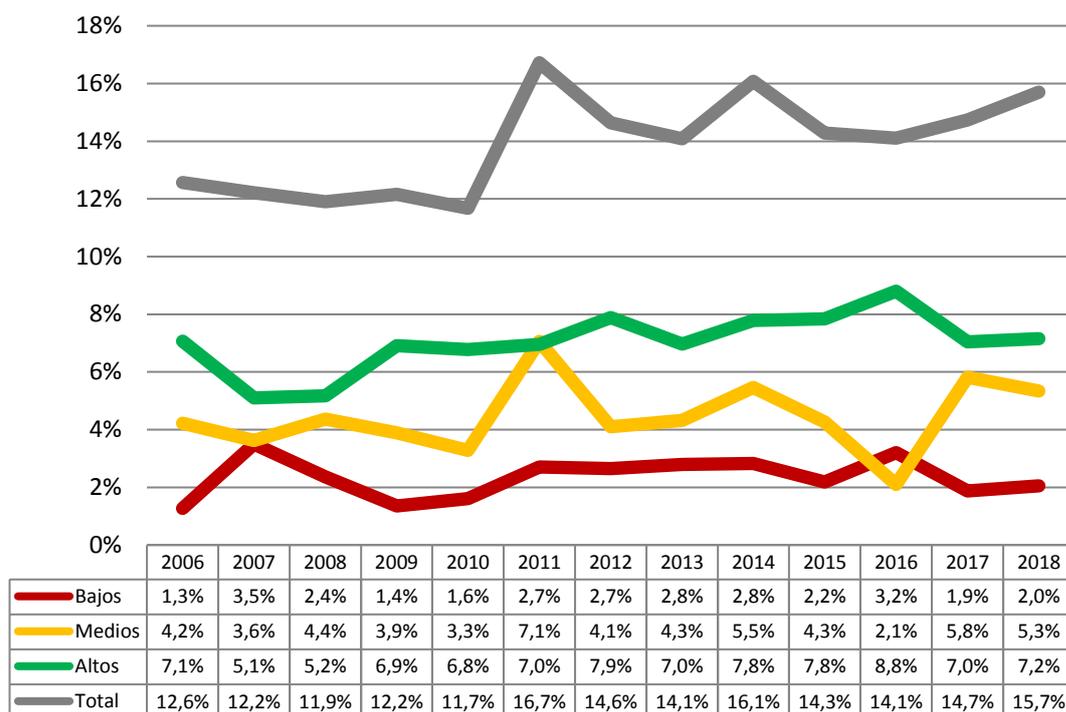
4.2.2 Tasa total de actividad emprendedora (TEA)

Como ya hemos comentado, el indicador “generoso” de la actividad emprendedora independiente es la Tasa de Actividad Emprendedora, la cual considera a los nuevos emprendedores y a los emprendedores nacientes, que van desde aquellos que ya han involucrado algún tiempo o recurso en iniciar un emprendimiento hasta los que ya han constituido el negocio, pero no han pagado más de cuarenta y dos meses de sueldos.

Su evolución se presenta en la Gráfica 29. Como en el caso de la tasa de Nuevos Emprendedores, aquí también se da un salto ascendente en 2011. La diferencia radica en que, aunque luego se da un descenso, nunca baja del 14 %. Cuando analizamos el comportamiento por grupo de ingresos tenemos que la tasa del grupo de ingresos altos está oscilando en torno al 8 %, la de ingresos medios en torno al 4 % y la de ingresos bajos, al 2 %. Es decir, se repite aquí que cada grupo tiene un nivel de actividad emprendedora que es la mitad del grupo superior.

Gráfica 29 – Tasa total de actividad emprendedora (TEA)

Total y por grupo socioeconómico



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

4.3 Actitudes por grupo socioeconómico

Las pautas de actividad emprendedora tan diferenciadas por grupo socioeconómico generan una base valiosa para profundizar sobre el peso que las actitudes tienen en esa diferenciación. Es por ello que hemos procedido a calcular los ratios vinculados a actitudes para los distintos grupos socioeconómicos.

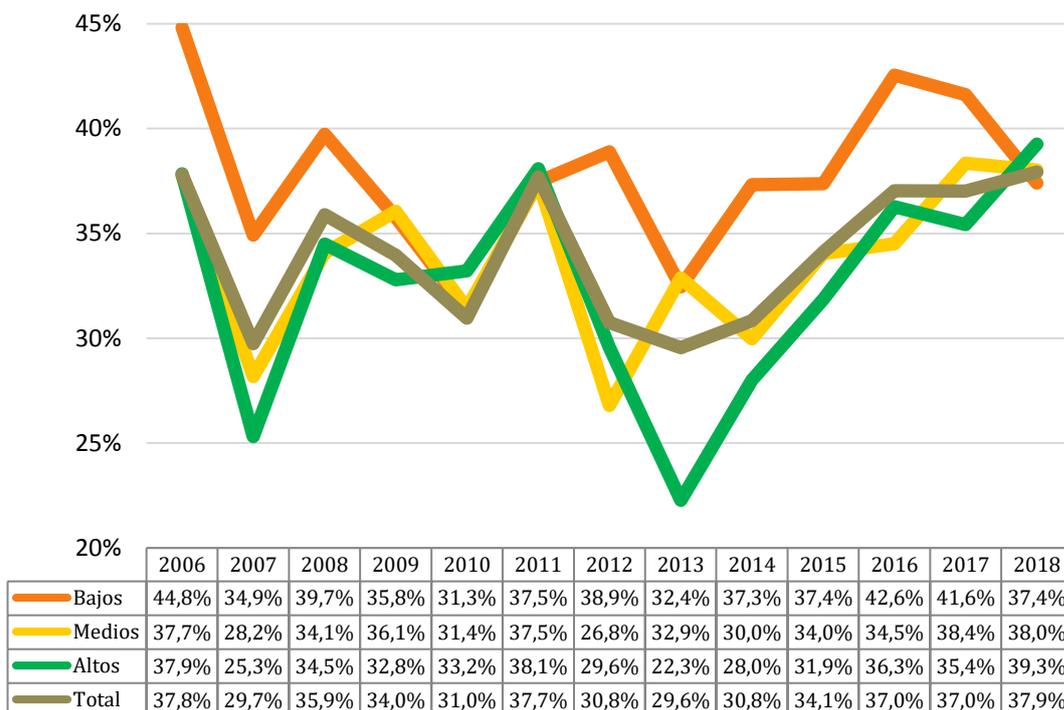
4.3.1 Actitudes centradas en autopercepciones

4.3.1.1 El miedo al fracaso

Tal como muestra el Gráfico 30, el miedo al fracaso en toda la población ha estado oscilando en torno al 35 % en todo el período. Cuando analizamos el miedo al fracaso por grupo de ingresos encontramos que aquellos con ingresos bajos tienen, en la mayoría de los años, la tasa de miedo al fracaso más alta, mientras que las tasas de los grupos de ingresos medios y altos suelen ser muy similares. El miedo al fracaso ha estado creciendo para todos los grupos socioeconómicos desde los años 2012/2013.

Gráfica 30 – Miedo al fracaso

Respuestas afirmativas a la pregunta “¿El miedo al fracaso lo disuadiría de emprender?”.



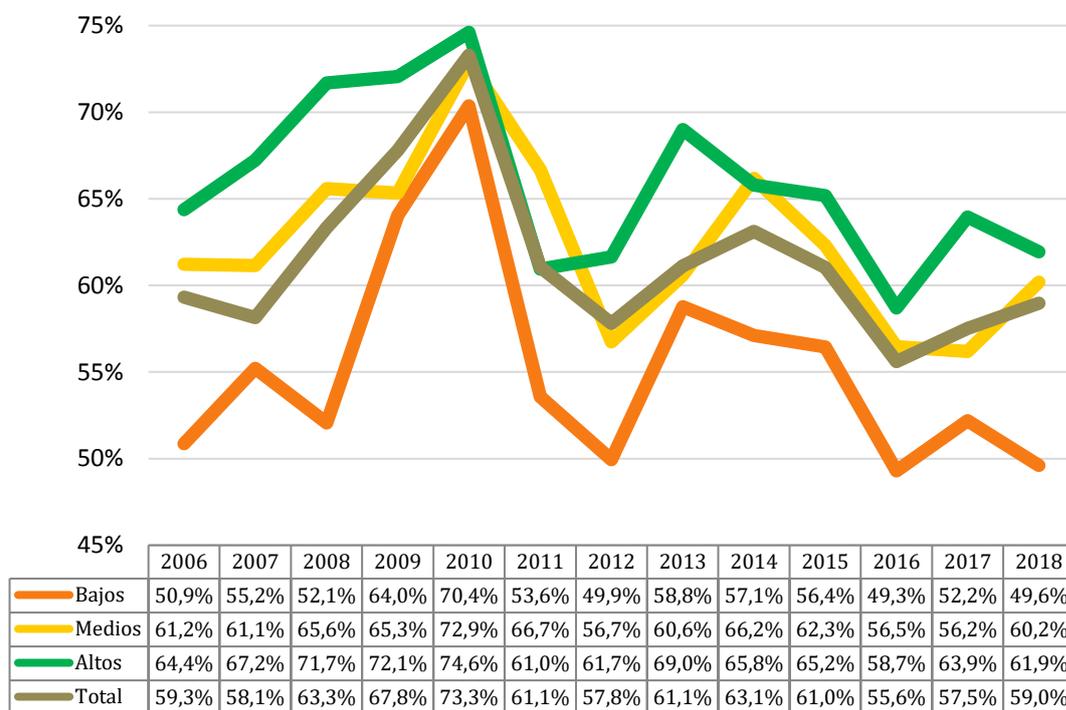
Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

4.3.1.2 La autopercepción de capacidades para emprender

En la Gráfica 31 se presentan las tasas de aquellos que creen poseer las capacidades para emprender, por grupo socioeconómico. Hasta 2010, la cantidad de personas que consideraban poseer las capacidades requeridas subió para todos los grupos socioeconómicos, para luego caer abruptamente en 2011. De 2012 en adelante, la tasa ha estado oscilando en el total alrededor del 60 % para los grupos de ingresos medios y altos. Sin excepciones, el grupo de ingresos bajos presenta tasas más bajas, habiendo sido en 2018 49,6 %. Considerando las tasas de partida en 2006, no se han producido progresos a este respecto en los 12 años considerados.

Gráfica 31 – Autopercepción de capacidades

Respuestas afirmativas a la pregunta “¿Considera que tiene los conocimientos, habilidades y destrezas que se requieren para emprender?”.



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

En síntesis, en materia de actitudes basadas en autopercepciones existe una clara diferenciación del grupo de ingresos bajos del resto, presentando tasas de miedo al fracaso superiores y tasas de autopercepción de capacidades para emprender más bajas.

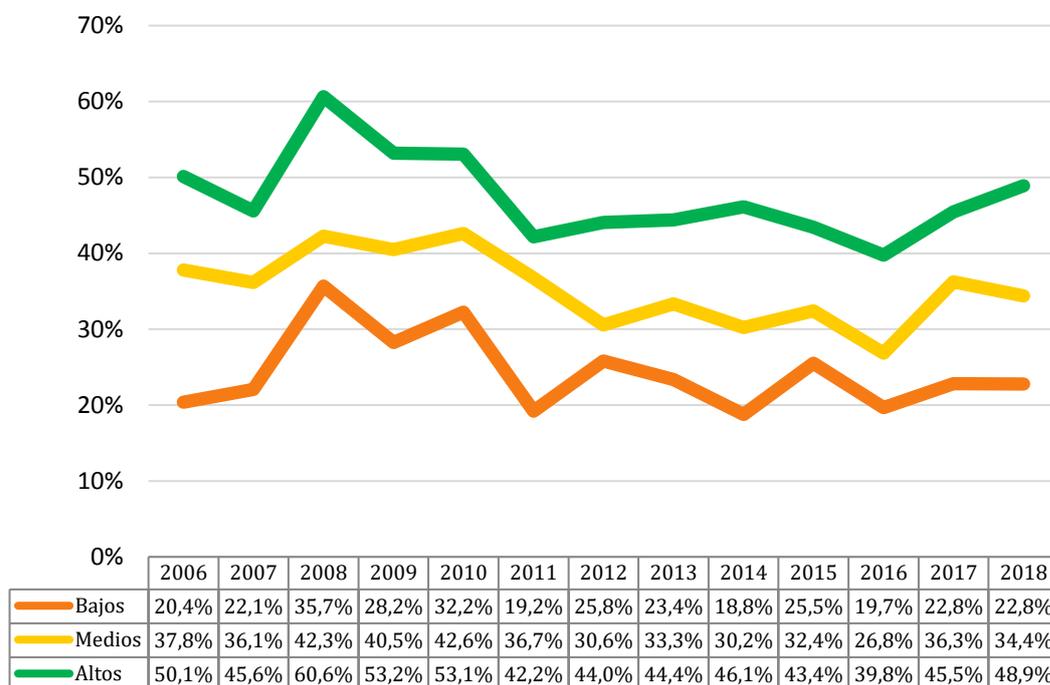
4.3.2 Actitudes centradas en la percepción de aspectos contextuales

4.3.2.1 El conocimiento de emprendedores

La evolución de la tasa de este indicador se presenta en la Gráfica 32. Puede observarse que las tasas aumentaron hasta 2008, para luego comenzar a descender lentamente en todo el período. Esta debe ser la variable en la que más claramente se muestra la incidencia del grupo de ingresos en el nivel de la variable. Puede observarse que son aquellos que se encuentran en el grupo de ingresos más alto quienes manifiestan tener mayor conocimiento de emprendedores, bajando las tasas en función del nivel de ingresos.

Gráfica 32 – Conocimiento de emprendedores

Respuestas afirmativas a la pregunta “¿Conoce personalmente a alguien que haya iniciado un nuevo negocio en los dos últimos años?”.



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

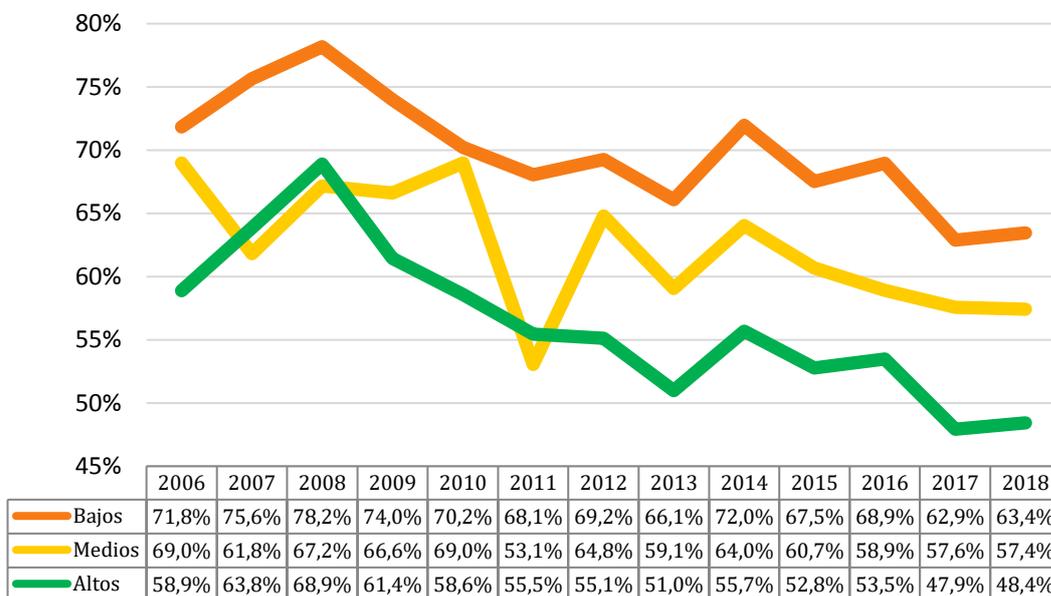
4.3.2.2 El atractivo y prestigio de la actividad emprendedora dentro de la sociedad

Vinculados al atractivo y prestigio de la actividad emprendedora tenemos dos indicadores. Por un lado, se pregunta a los encuestados si emprender es una opción de carrera deseable. Los resultados se presentan en la Gráfica 33.

Puede observarse que desde 2008 la cantidad de encuestados que responden afirmativamente a la pregunta ha bajado mucho. La otra constatación importante es que la percepción del atractivo de la carrera emprendedora disminuye con el mayor nivel de ingresos. Esto es, a mayor nivel de ingresos del grupo bajo análisis, menor la deseabilidad de la actividad emprendedora como carrera. En 2018, en el grupo de ingresos altos la tasa es de 48,43 %, cuando en el grupo de ingresos bajos es de 63,45 %.

Gráfica 33 – Atractivo de la carrera emprendedora

Respuestas afirmativas a la pregunta “En su país, ¿la mayoría de las personas consideran que comenzar un nuevo negocio es una opción de carrera deseable?”.

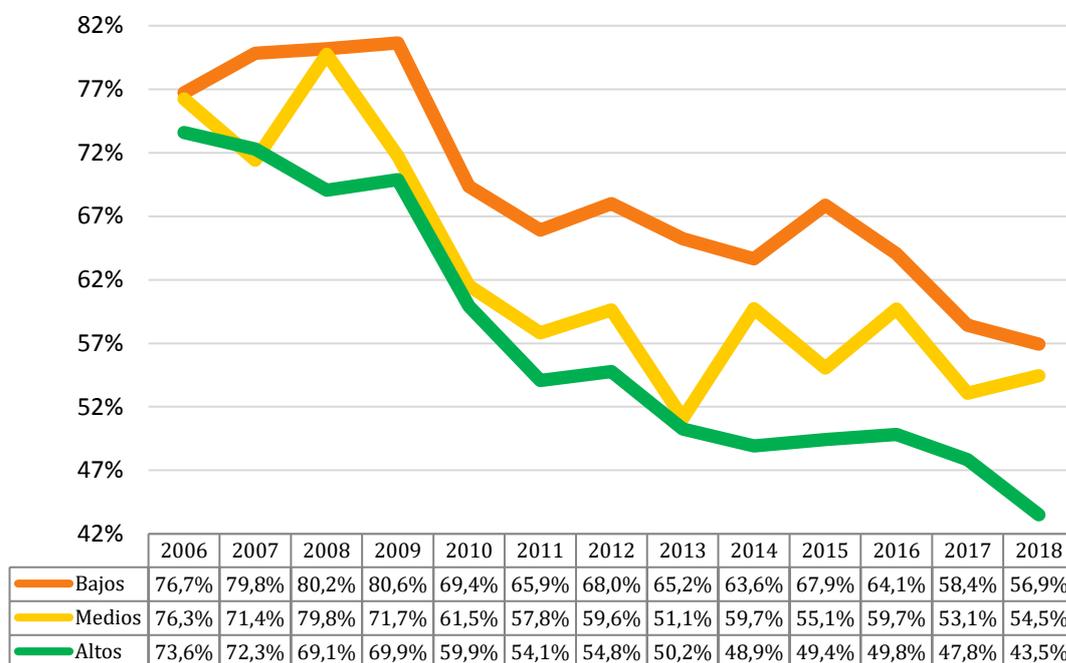


Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

La segunda pregunta que se les formula a los encuestados es si consideran que ser un emprendedor exitoso es motivo de reconocimiento y respeto dentro de la sociedad. Los resultados se presentan en la Gráfica 34. También aquí las caídas de la tasa a lo largo del tiempo son importantes y se da la relación inversa entre nivel de ingresos y prestigio percibido. Quienes la perciben como más prestigiosa son los de ingresos bajos, siendo los de ingresos altos los que presentan las tasas más bajas.

Gráfica 34 – Prestigio de los emprendedores

Respuestas afirmativas a la pregunta: “En su país, aquellos que son exitosos en el inicio de un nuevo negocio, ¿tienen un alto nivel de estatus y respeto?”.



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

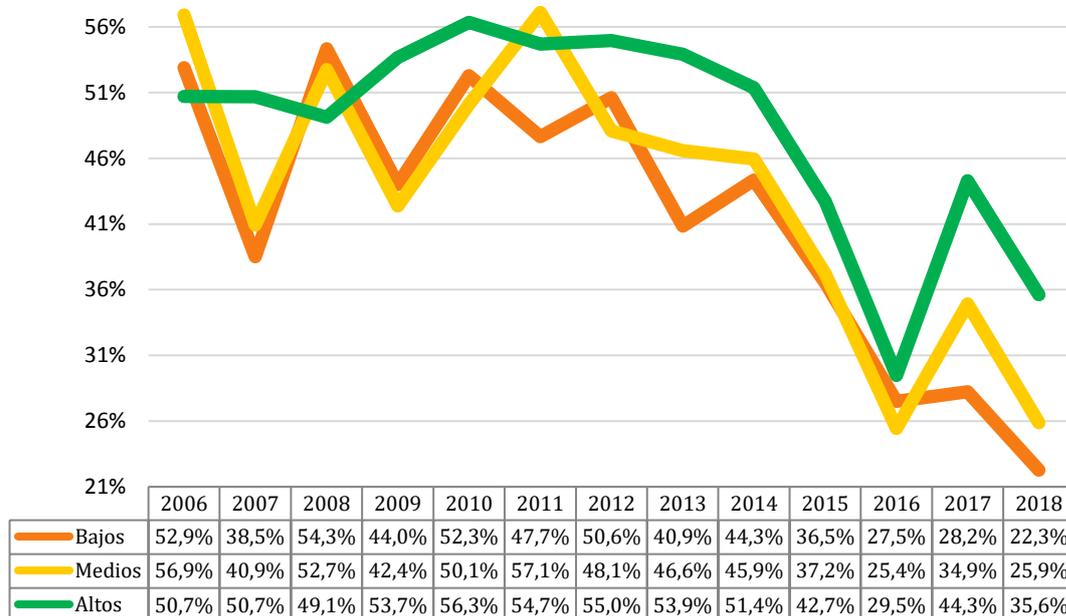
4.3.2.3 Percepción de la existencia de oportunidades para emprender

Tal como puede observarse en la Gráfica 35, las oportunidades percibidas cayeron marcadamente desde 2014 para todos los grupos socioeconómicos, habiendo llegado a su peor nivel en 2016, y presentándose una recuperación en 2017 y posterior caída en 2018. Las caídas entre 2010 y 2016 fueron de 25 puntos porcentuales para los grupos de ingresos bajos y medios, y de 27 para los de ingresos altos.

Puede observarse que las oportunidades percibidas de los grupos de ingresos medios y bajos son muy similares, estando las tasas del grupo de ingresos altos casi siempre bastante por encima de las de los otros dos grupos.

Gráfica 35 – Oportunidades percibidas

Respuestas afirmativas a la pregunta: “En los próximos seis meses, ¿habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde usted vive?”.



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

4.4 La relación entre actitudes y nivel de ingresos

Los resultados muestran una correlación muy clara entre nivel de ingresos y las actitudes analizadas. Ninguna de las variables analizadas presenta un comportamiento que permita explicar la evolución que ha tenido la actividad emprendedora en los últimos 12 años. Hubo un salto ascendente en 2011 tanto en la tasa de Nuevos Emprendedores como en la TEA y una caída de la tasa de Nuevos Emprendedores en 2015 que no puede ser explicada por el comportamiento de las variables analizadas.

Distinto es el caso cuando procuramos hipótesis explicativas del nivel de actividad emprendedora a nivel de cada grupo de ingresos. A esos efectos hemos elaborado el Cuadro 1, en el que evaluamos el desempeño de las variables analizadas para cada uno de los grupos de ingresos. El verde indica el mejor desempeño o proximidad al mejor desempeño. El naranja un desempeño intermedio y el rojo uno malo.

El grupo de ingresos altos tiene el mejor desempeño global: bajo miedo al fracaso, alta autopercepción de capacidades, alto conocimiento de emprendedores y alto nivel de percepción de oportunidades. Su desempeño, en cambio, es malo en lo que respecta al atractivo económico y social que encuentran en emprender. De la misma forma, el grupo de ingresos bajos tiene el mejor desempeño en esta variable y presenta el peor desempeño en el

resto. El grupo de ingresos medios tiene desempeños variados. Igual de bien que el grupo de ingresos altos en cuanto a miedo al fracaso, igual de mal que el grupo de ingresos bajos en lo que refiere a identificación de oportunidades y a un desempeño intermedio en el resto.

Cuadro 1 – Desempeño de las variables analizadas

Evaluación comparativa del desempeño de las variables examinadas para cada uno de los grupos de ingresos

	Altos	Medios	Bajos
Miedo al fracaso	●	●	●
Autopercepción capacidades	●	●	●
Entorno emprendedor	●	●	●
Atractivo ec. y soc. de emprender	●	●	●
Identificación oportunidades	●	●	●

Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM

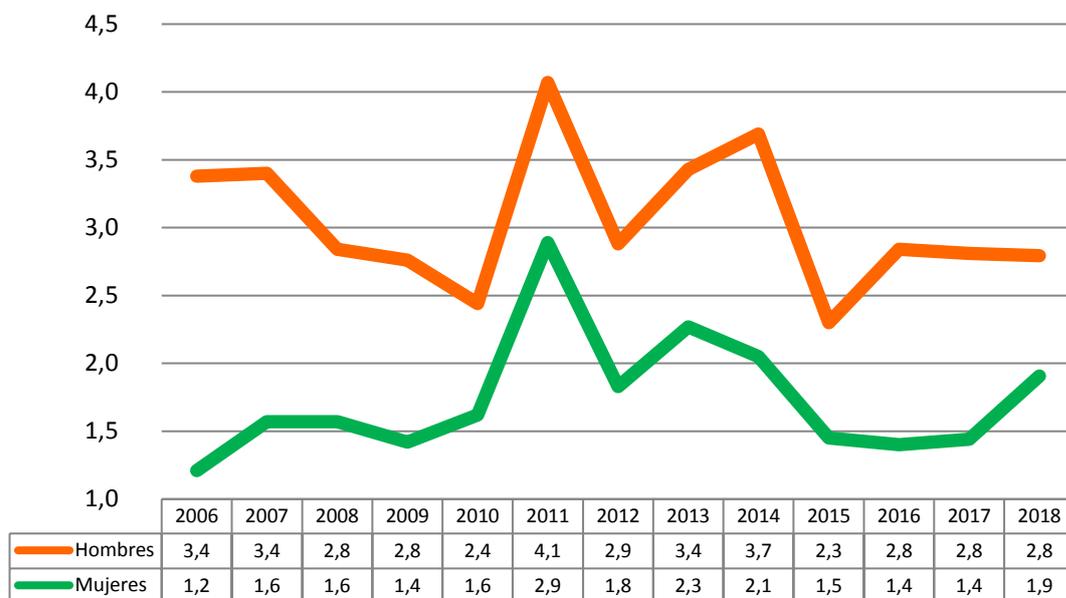
4.5 El comportamiento emprendedor por nivel de ingresos y género

Otra variable relevante en el análisis de la actividad emprendedora es el género. En esta sección la analizaremos sola y en combinación con el nivel de ingresos.

4.5.1 Nuevos Emprendedores por género

Comencemos por las tasas de Nuevos Emprendedores por género, las cuales se presentan en la Gráfica 36. La tasa de las mujeres está en un promedio de 1,74 % y en el ejercicio 2018 fue de 1,91 %. Su nivel máximo fue en 2011, con 2,89 %. La tasa masculina presenta oscilaciones más pronunciadas que la femenina, con un promedio de 3,05 % y una tasa en 2018 de 2,79 %. También aquí, el nivel máximo se dio en 2011, con una tasa de 4,07 %.

Gráfica 36 – Tasa de Nuevos Emprendedores por género



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

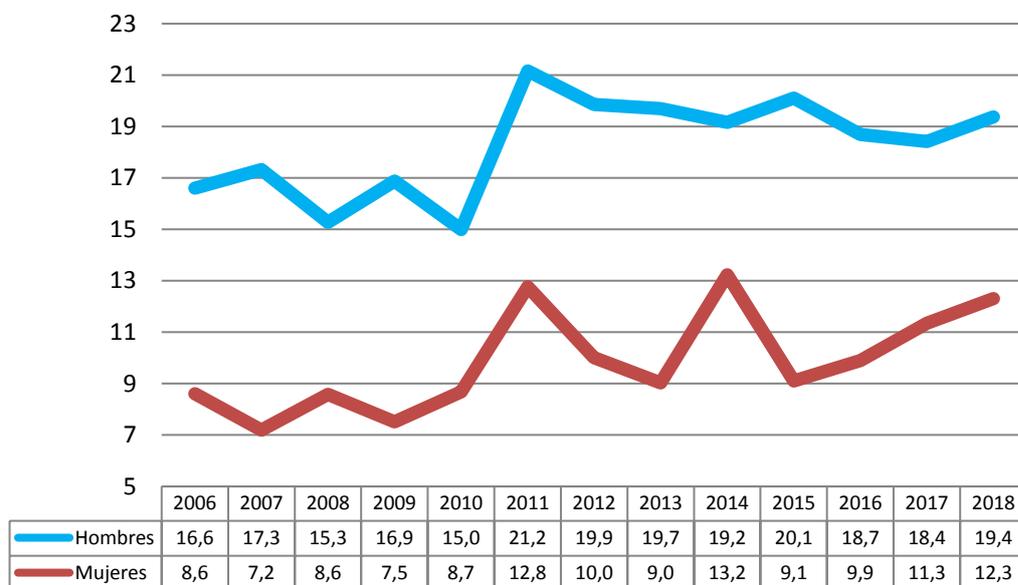
4.5.2 TEA por género

En la Gráfica 37, la actividad emprendedora se mide a través de la TEA. Como puede observarse, también aquí existe una marcada diferencia en el nivel de actividad emprendedora entre hombres y mujeres en Uruguay. Tanto en el caso de los hombres (TEA_H) como en el de las mujeres (TEA_M), 2011 fue un momento de inflexión, llegándose a los niveles máximos de actividad emprendedora.

Sin embargo, hay factores marcadamente diferenciales entre ambos grupos. La actividad emprendedora masculina siempre ha sido marcadamente superior a la de las mujeres. La diferencia máxima se dio en 2007, cuando la actividad emprendedora masculina estuvo un 141

% por encima de la femenina, mientras que la mínima fue en 2014, cuando la actividad emprendedora masculina estuvo apenas un 45 % por encima de la femenina. El promedio del período 2006-2018 de ese ratio ha sido 90 %, y en 2018 fue 57 %. En el caso de los hombres, a partir de 2011 se mantiene estable pero levemente declinante. En el caso de las mujeres, se da algo similar, pero con oscilaciones importantes entre años.

Gráfica 37 – Tasa TEA por género



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

4.5.3 Nuevos Emprendedores por género y nivel socioeconómico

Procedamos ahora a desagregar la tasa de actividad emprendedora no solo por género, sino también por situación socioeconómica. Comenzaremos por la tasa de Nuevos Emprendimientos. A esos efectos, en la Gráfica 38 se presenta la evolución de las tasas de NE por año, género y grupo socioeconómico.

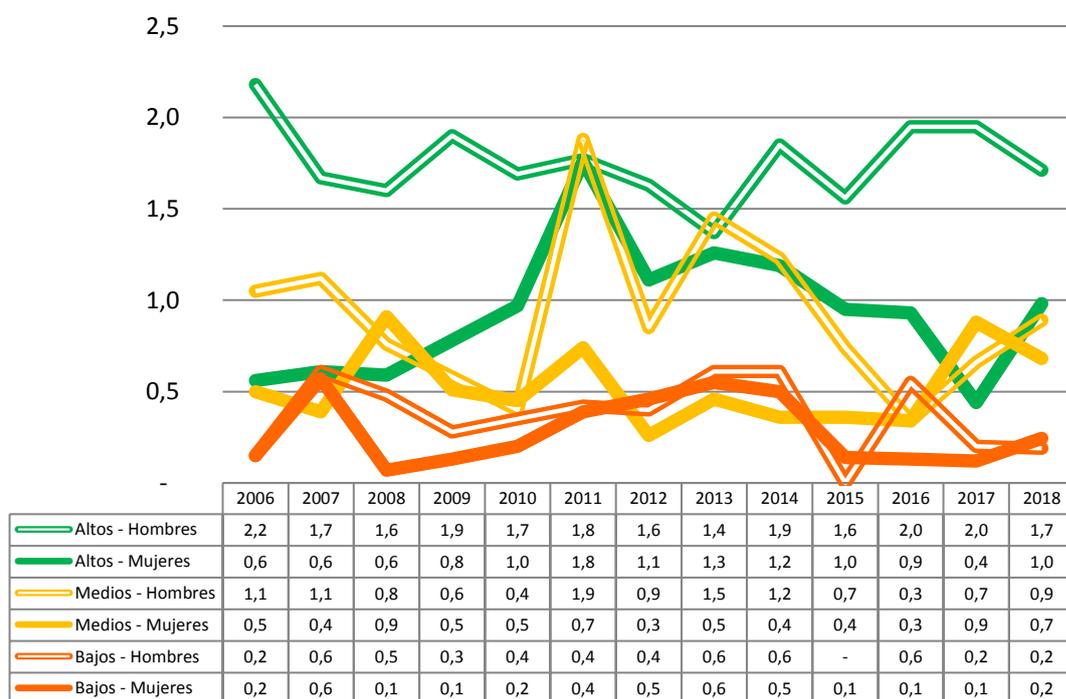
La tasa de Nuevos Emprendedores para el período 2006/2018 ha sido en promedio de 4,7 %. Dado que estamos hablando de porcentajes muy reducidos el error muestral es alto, razón por la cual el análisis de los promedios de períodos prolongados es muy útil para atenuarlo. Sin perjuicio de ello, podemos observar que la tasa de Nuevos Emprendedores Hombres del grupo de altos ingresos es el componente más importante, con una tasa promedio de 1,76 % en el período 2006/18 y de 1,72 % en el período 2012/18, manteniéndose estable entre el 2 % y el 1,5 %. En 2018 fue de 1,71%.

En cambio, la tasa de nuevos emprendedores de mujeres de altos ingresos, tuvo una tendencia creciente hasta 2011, donde llegó a igualar la tasa de nuevos emprendedores de hombres de altos ingresos, y a partir de ese año cayó. En los últimos cuatro años ha estado por debajo del 1 %. En 2018 fue 0,98 %.

En el grupo de ingresos medios encontramos que la tasa de emprendimiento masculino ha seguido un comportamiento más o menos parecido al de las mujeres de altos ingresos. Ascendió hasta 2011, donde fue la tasa más alta de todos los subgrupos, para luego seguir una tendencia de caída. En el “piso” tenemos las restantes tasas: la tasa de nuevos emprendimientos femenina del grupo de ingresos medios, con un promedio de 0,48 % en 2012/2018, y las tasas del grupo de ingresos bajos, tanto masculina como femenina (0,37 % y 0,31 % para el período 2012/2018, respectivamente).

El grupo de ingresos altos se mantiene como el grupo de mayor peso en la tasa total de Nuevos Emprendimientos, siendo el 58 % de la tasa promedio para el período 2012/18, seguida por el grupo de ingresos medios con 28,5 % y el grupo de ingresos bajos con 13,5 %. En síntesis, cuando hacemos la “prueba ácida”, el grupo de ingresos altos explica más de la mitad de la actividad emprendedora en sentido estricto, lo que se da en el marco de un proceso de masculinización de la actividad emprendedora dentro de ese grupo que se inició en 2012 y que se mantiene hasta el presente. Por otro lado, si consideramos el peso de los emprendedores hombres en el total, tenemos que los hombres emprendedores representan en promedio el 63 % de los Nuevos Emprendedores en el período 2012/18, con un peso máximo en 2006 de 74 %, un mínimo de 60 % en 2013 y un peso en 2018 de 59 %.

Gráfica 38 – Tasa NE por nivel de ingresos y género



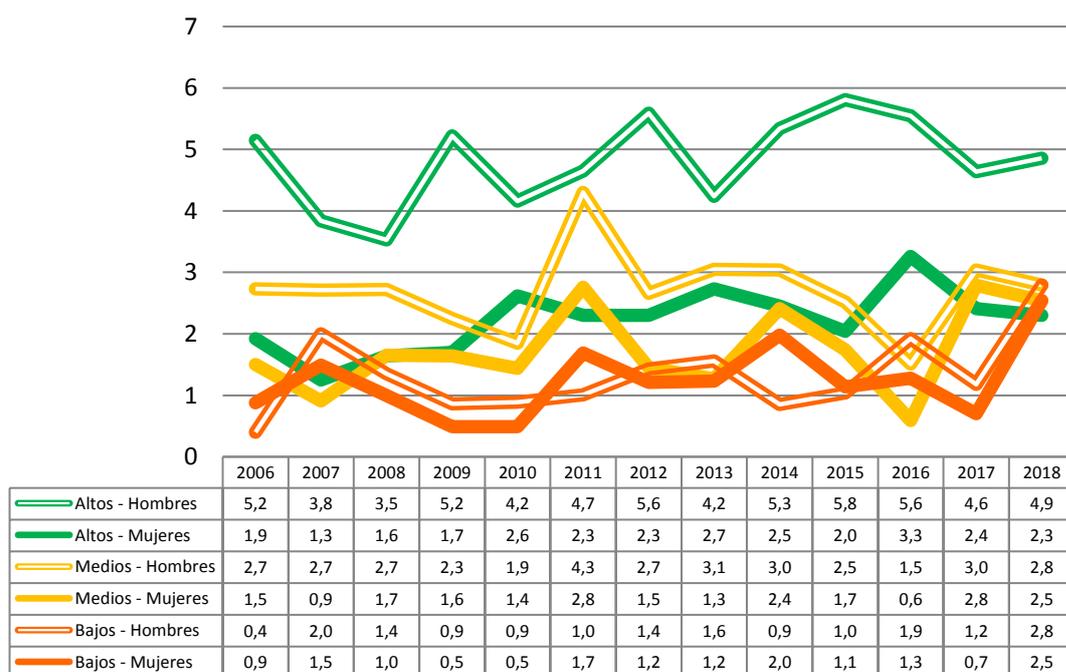
Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

4.5.4 La TEA por género y nivel socioeconómico

Pasemos ahora al análisis de la TEA, el indicador más abarcativo, por nivel de ingresos y sexo, cuyos resultados se presentan en la Gráfica 39. El resultado más impactante, como con el indicador anterior, es que la enorme diferencia entre el emprendimiento masculino y femenino no se reproduce en todos los niveles socioeconómicos. En efecto, en el caso del grupo de bajos ingresos la tasa de emprendimiento masculina ha estado apenas un 7 % por encima de la femenina en el período 2006/18, y un 7 % si tomamos el período luego del salto de 2011. Hay cuatro años inclusive en que la tasa de emprendimiento femenino ha estado por encima de la masculina (2006, 2011, 2014 y 2015).

En el caso del grupo de ingresos medios, se dan diferencias importantes. Ahí la tasa de emprendimiento masculino ha estado en el período 2006/18 promediamente un 55 % por encima de la femenina y un 46 % en el período 2012/2018. Donde la diferencia es más marcada es en el grupo de altos ingresos, que para el período 2006/18 la tasa masculina es superior en un 116 %, en el período 2012/2018 un 106 %. Esto es, las diferencias entre el emprendimiento masculino y el femenino están correlacionadas positivamente con el nivel socioeconómico de las personas, a mayor ingreso, mayor diferencia por género. Las diferencias que observamos en las cifras agregadas se explican por el peso que el grupo de altos ingresos tiene en la actividad emprendedora total, tal como vimos en el artículo anterior. La actividad emprendedora del grupo de altos ingresos ha sido en promedio en el período 2012/2018 un 51 % del total, la del grupo de ingresos medios un 30 % y la del grupo de ingresos bajos apenas un 19 %.

Gráfica 39 – TEA por género y nivel de ingresos



Fuente: Centro de Emprendimientos del IEEM/GEM Uruguay

5

Conclusiones y
recomendaciones

5. Conclusiones y recomendaciones

En este Reporte Nacional del GEM, además de actualizar al año 2018 los principales indicadores de la actividad emprendedora para Uruguay, se han introducido dos innovaciones sustanciales con relación a informes previos. En primer lugar, se ha seleccionado un conjunto de países latinoamericanos como grupo de comparación. Estos países se han seleccionado por la dinámica económica y emprendedora que han presentado en estos 12 años considerados (Perú, Colombia y Chile) o por presentar características demográficas, culturales y económicas muy similares (Argentina). La segunda innovación, es que hemos realizado un análisis de la actividad emprendedora nacional por nivel de ingresos y por género, a efectos de profundizar en la incidencia de estas variables en la actividad emprendedora.

En el año 2018 continuó recuperándose la actividad emprendedora en las primeras etapas del emprendimiento. Aumentó levemente la tasa de emprendedores nacientes y la tasa de nuevos emprendedores, con el consiguiente aumento de la tasa de actividad emprendedora total temprana (TEA), que aumentó un punto porcentual con respecto al año 2017. Por otra parte, la actividad emprendedora realizada al interior de las empresas (actividad intraemprendedora) continuó descendiendo en el último año. Lo mismo sucede con la tasa de dueños y administradores de negocios establecidos que continúa cayendo, lo que refleja que el surgimiento de nuevas empresas no está compensando el cierre de empresas del período. El índice sintético elaborado por el IEEM (NNEI), muestra una leve caída en el último año analizado.

Dentro de las constataciones realizadas en la comparación realizada con países latinoamericanos se destaca, en primer lugar, la gran similitud del desempeño en niveles absolutos y evolución en el tiempo de Argentina y Uruguay, tanto en lo que refiere a actitudes como a niveles de actividad emprendedora. En segundo lugar, la existencia de un comportamiento también similar entre Perú, Colombia y Chile, si bien en el caso de este último existen varias variables en donde presenta un comportamiento diferenciado de los restantes países andinos.

En lo que refiere a la actividad emprendedora de Uruguay por nivel de ingresos, hemos encontrado un marcado protagonismo de los emprendedores provenientes de los grupos de mayores niveles de ingresos y de los hombres dentro de los mismos. La tercera parte de la actividad emprendedora de Uruguay se explica por los hombres provenientes del grupo de ingresos altos. Esa tasa es más de la mitad del total si agregamos a las emprendedoras de ese mismo grupo de ingresos.

Esperamos que la información generada sea un insumo valioso en la formulación de las políticas públicas que procuran promover y mejorar la actividad emprendedora nacional. ■