

EMPRENDER EN URUGUAY

INFORME SOBRE EMPRENDEDURISMO



CENTRO DE ESTUDIOS
PARA EL DESARROLLO

**Este informe fue elaborado por el equipo de investigación del
Centro de Estudios para el Desarrollo**

Agustín Iturralde¹

Alfonsina Albertoni²

Ramiro Corra³

Santiago Acosta⁴

¹ Director Académico del Centro de Estudios para el Desarrollo, Licenciado en Economía por la Universidad de la República y Magister en “Political Economy of Late Development” por la London School of Economics.

² Asistente de investigación en el Centro de Estudios para el Desarrollo y Licenciada en Economía por la Universidad Católica del Uruguay.

³ Asistente de investigación en el Centro de Estudios para el Desarrollo y estudiante avanzado de la Licenciatura en Economía de la Universidad de la República.

⁴ Asistente de investigación en el Centro de Estudios para el Desarrollo y estudiante avanzado de la Ingeniería Agronómica en la Universidad de la República.

1. Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo el estudio del fenómeno emprendedurismo en Uruguay, haciendo particular énfasis en las miradas de los propios empresarios y emprendedores locales. Discutiremos la principal literatura sobre el tema y analizaremos el desarrollo específico del emprendedurismo en Uruguay. Finalizamos con algunas propuestas de política pública en la materia.

Es indudable la importancia que tiene el emprendedurismo en las economías modernas, el mismo ha cobrado gran relevancia en los últimos tiempos a nivel global. La importancia de promoverlo se basa en diversas razones, principalmente es un elemento necesario para la obtención de un desarrollo económico sostenible en una nación según diversos estudios (Lucchetti, 2011). Nuevos proyectos en una sociedad se traducen en un efecto multiplicador en la economía, que repercute en la creación de nuevos empleos, mayor desarrollo social e innovación tecnológica. Es por esto, que una estrategia sustentable de desarrollo económico y social requiere empresarios emprendedores que se lancen a generar valor agregado mediante la creación de nuevos productos, procesos de producción o prestación de servicios novedosos.

Muestra de su gran importancia es cuan latente está el tema en la discusión pública global y en la realidad económica diaria. Todos los días vemos instituciones, cursos, talleres que abordan esta temática, así como también vemos una enorme variedad de emprendimientos que surgen y se desarrollan con suerte diversa. En este sentido se podría profundizar en elementos específicos de estas tendencias, por ejemplo: ¿nuestro país proporciona un entorno apropiado como fuente para el surgimiento de emprendedores?, ¿cuáles son las principales dificultades que enfrentan los emprendedores, ¿qué motivos llevan a que la persona decida impulsar su propio proyecto?, ¿la mujer se encuentra condicionada para emprender? Naturalmente no es posible abordar todas las preguntas planteadas, por lo tanto nos centraremos en entender las ideas principales que la academia ha elaborado sobre la importancia del emprendedurismo, las características de este fenómeno en nuestro país y las dificultades que los emprendedores concretamente enfrentan en el Uruguay de hoy.

El presente trabajo tendrá la siguiente estructura de cinco secciones: la primera es la presente introducción, en la segunda se planteará un marco teórico a partir de la discusión de la principal literatura al respecto, en la tercer sección se analizará la situación del emprendedurismo en Uruguay y la región considerando especialmente las tendencias recientes. En la sección cuatro se presenta el trabajo realizado por el CED mediante una encuesta vistas a 50 emprendedores, las reflexiones finales y las recomendaciones de política pública. Por último, en una quinta sección, se expondrán las conclusiones del trabajo.

2. Marco Teórico

2.1) Emprendedurismo según distintos autores

Como dice García y González (2011) la palabra emprendimiento descende del francés entrepreneur (pionero). Fue introducido a la ciencia económica por primera vez, en los inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon, quien definió al entrepreneur como el agente económico que compraba los medios de producción a determinado precio con el fin de combinarlos y crear un nuevo producto. Seguidamente, con este nuevo producto no tenía un retorno seguro, a diferencia de otros agentes. Su aporte ha sido verdaderamente significativo pues permitió comprender el concepto y el papel que juega en la economía.

Existen casi tantas definiciones como trabajos que se refieren al término emprendedurismo. A continuación se hará mención a las teorías más aceptadas basadas en el trabajo “El papel del Emprendedurismo en la formación de Clusters Industriales”(Soriano, 2008).

Desde el siglo XX, las escuelas económicas austríaca y neoclásica han dado su punto de vista acerca del concepto de emprendedurismo, siendo las definiciones de Schumpeter, Knight y Kirzner las más destacadas. El concepto de emprendedor es central a la escuela Austríaca, mientras que el desarrollo de la escuela Neoclásica no deja lugar para la actividad emprendedora individual. Por último, Henrekson presenta un modelo en el cual las instituciones juegan un papel fundamental en la aparición y en el carácter que desarrollará el emprendedurismo.

Destrucción creativa

Soriano (2008) hace referencia al trabajo de Joseph Schumpeter en donde este ve al emprendedurismo como la forma de tomar el riesgo y la responsabilidad en el diseño e implementación de una estrategia de negocio o de comenzar un negocio. Seguidamente, con este concepto, surge la noción de destrucción creativa. Este término refiere al proceso de transformación que acompaña a innovaciones radicales. Las innovaciones llevadas a cabo por los emprendedores cambiarían el orden de hacer las cosas provocando una destrucción creativa que volvería obsoletos los viejos inventarios, ideas, tecnologías, habilidades y equipos. También se destaca que es una actividad que perturba un equilibrio existente. Es la innovación la principal característica de la actividad emprendedora, innovación que traería consigo la destrucción creativa que alteraría el suave equilibrio de la economía.

El emprendedor es aquella persona que encuentra nuevos recursos, mientras que el riesgo económico corre por parte del que financie el proyecto. Schumpeter, como dice Soriano (2008), hace también una distinción entre el inventor y el emprendedor, es

decir, aunque el invento sea una innovación, lo que genera la “actividad emprendedora” es el hecho de llevarlo al mercado.

Búsqueda del equilibrio

Soriano (2008) destaca del trabajo de Kirzner el concepto de entrepreneur en el cual la persona mueve la economía hacia el equilibrio. La noción equilibrante de emprendedurismo se ve relacionada con el concepto de aprendizaje subconsciente. Kirzner, parte de la idea de que hay una dualidad compuesta por el conocimiento que un individuo posee sobre cómo asignar los recursos y una conciencia superior que conoce la manera correcta de asignar dichos recursos. Mediante el aprendizaje subconsciente, el individuo aprende la manera correcta de asignar los recursos y obtiene una utilidad al salvar esta brecha, es decir, el actor aislado entra en equilibrio. Una actividad emprendedora consiste en encontrar – mediante aprendizaje espontáneo– una oportunidad de negocio que no esté siendo explotada, estas oportunidades se deben a ineficiencias del mercado por información imperfecta u otra causa. Mediante el arbitraje, definido como el establecimiento de una transacción entre un vendedor que asigna un precio bajo y un comprador que asigna un precio alto al producto, el emprendedor obtiene utilidades empresariales. El arbitraje permite acortar la distancia en precios a través de una transacción benéfica para vendedor, comprador y arbitrador, estableciendo un equilibrio en el mercado. Sin embargo, toda vez que diferentes agentes empiezan a realizar la misma actividad, estas utilidades empresariales tienden a desaparecer, y es cuando se restaura el equilibrio que la ineficiencia del mercado desaparece.

Incertidumbre

En cuanto a Knight, Soriano(2008) hace hincapié en el concepto que define este autor sobre emprendedor como quien debe asumir la incertidumbre derivada de situaciones excepcionales y define tres características concretas del emprendedor: I) liderazgo en cambios e innovaciones; II) adaptabilidad a los cambios; III) soporte del riesgo generado por eventos fortuitos (Iversen et al. 2005). Un emprendedor innovador genera un desequilibrio en la economía mientras que un emprendedor administrador reacciona y se adapta a los cambios (trayendo consigo el equilibrio).

Búsqueda de rentas

Finalmente, como dice Soriano (2008), Magnus Henrekson es un autor con la idea de que el emprendedurismo es la búsqueda de rentas. El emprendedurismo es una función llevada a cabo por individuos específicos cuyas actividades pueden ser productivas, improductivas o incluso destructivas desde una perspectiva social. Los emprendedores se dirigirán a las actividades que sepan les brindaran mayor rentabilidad; una persona se puede decir que está realizando una actividad emprendedora si dentro o fuera de una organización percibe y crea nuevas oportunidades económicas e introduce su idea en el mercado a pesar de la

incertidumbre. También hace énfasis en el papel que juegan las instituciones al sentar las condiciones necesarias que determinarán si estas actividades serán positivas o negativas para la sociedad. Henrekson menciona el impacto de cuatro instituciones pertinentes sobre el emprendedurismo: I) protección de los derechos de propiedad, II) ahorros y formación de riqueza, III) impuestos, IV) regulaciones del mercado laboral.

2.2) El emprendedor

Según Simatovich (2016), hoy en día se puede acceder a numerosas investigaciones y estudios que tratan el concepto “emprendedor”, en ninguno se ha llegado a una definición precisa del mismo, pero todas comparten en común la gran mayoría de los términos empleados cuando se refieren al mismo. El emprendedor es un innovador, un estratega, creador de nuevos métodos para ingresar o desarrollar nuevos mercados, es decir, es capaz de identificar una oportunidad de negocio y organizar los recursos que sean necesarios para ponerla en marcha, trabajando individual o colectivamente. Dicho proyecto que tiene en mente puede ser con fines de lucro o una organización social, en donde se esté generando algún tipo de innovación y empleo.

En el mismo sentido, de acuerdo a Simatovich (2016) el emprendedurismo es el principal componente que favorece la innovación. La innovación es la herramienta fundamental de los emprendedores, el medio por el cual ellos investigan y buscan el cambio como una oportunidad para un negocio. La misma puede ser presentada como una disciplina a ser aprendida y practicada. Los emprendedores necesitan explorar, como propósito deliberado, las fuentes de la innovación, los cambios y sus síntomas, los cuales indican nuevas oportunidades para que una creación tenga éxito. Son quienes crean algo nuevo, algo diferente, ellos cambian o transforman valores.

Seguidamente, como hacen referencia Dutra y Rossi (2011), no todos los emprendedores son iguales, pero hay características comunes a todos ellos para poder alcanzar esos objetivos que se plantean. Algunas de estas características que son clave en el perfil que debe tener un emprendedor son a modo de ejemplo el alta autoestima; asumir riesgos; pensar positivamente; desarrollar el liderazgo; administrar sus recursos; actualizar sus conocimientos; poseer información de su entorno; adaptarse a los cambios; ser creativo e innovador; ser proactivo.

2.3) Empresarios y emprendedores

Cuando se aborda la temática del emprendedurismo rápidamente aparece su estrecho vínculo con el sector empresarial. Las puntos de conexión entre los conceptos de emprendedor y empresarios son evidentes, pero las líneas divisorias

varían según quien las defina. Mientras que el elemento distintivo del emprendedor está en su capacidad de identificar una oportunidad de negocio y sacarla adelante; el ser empresario está dado por el hecho de ser titular de una unidad de producción. Normalmente se acepta que el emprendedor independiente pasa también a ser un empresario cuando logra consolidar su negocio alcanzando la madurez que lo aleja de la mera supervivencia, en algunos casos se toma el hecho de estar plenamente formalizado como la situación distintiva, aunque como es obvio esto no es ni necesario ni suficiente. El tránsito “tradicional” de emprendedor a empresario consiste en una persona que visualiza una oportunidad de negocio y decide emprender; en caso de tener éxito en su negocio se consolida y pasa a ser empresario; luego de esto el novel empresario continúa replicando el mismo modelo de negocio que le permitió hacerse un lugar en el mercado perdiendo mayormente la condición de emprendedor. Un ejemplo claro de la transición de emprendedor a empresario sería el caso de una persona que advierte la falta de zapateros en su pueblo, decide formarse en el sector y poner una zapatería que atienda la demanda local insatisfecha, luego de consolidar su emprendimiento decide seguir trabajando exactamente de la misma forma, vendiendo siempre el mismo tipo de productos, atendiendo al mismo público y con los mismo recursos humanos y materiales.

Es evidente que esta evolución “tradicional” de emprendedor a empresario está en crisis en un mundo cada vez más dinámico y menos estable. Son cada vez menos los negocios que pueden sostenerse indefinidamente en el tiempo sin alguna capacidad de innovación por más mínima que sea. En los últimos años hemos visto cómo las compañías más valiosas del mundo han pasado a ser aquellas que tienen la innovación y el emprendedurismo en los más básico de su ADN como son las empresas tecnológicas. Pero no es necesario pensar en Google o Apple para darse cuenta de las limitaciones de una gestión empresarial que simplemente replique procesos conocidos. Negocios históricamente estables y regulados como los taxis, están enfrentando un cuestionamiento muy profundo a su forma de trabajo en todo el mundo dada la irrupción de nuevas tecnologías. La renta empresarial casi segura que implicaba ser propietario de un taxi sin necesidad de innovar en ningún tipo de proceso está entrando en crisis y es de esperar que sea una tendencia que va a llegar a todos los sectores.

Se puede pensar en emprendedores que no logran o no les interesa ser empresarios. Los primeros son los emprendedores que no logran consolidar su emprendimiento y convertirse en empresarios. Los segundo pueden ser emprendedores que ven una idea, crean el emprendimiento y lo venden o dejan en otras manos. También en este grupo están los “intraemprendedores”, emprendedores que actúan a la interna de las empresas y se caracteriza por buscar e implementar oportunidades de negocio dentro de una empresa. Se diferencia del emprendedor independiente en varias cosas, la más evidente es que trabaja en relación de dependencia, son empleados. De todos modos no podemos subestimar el rol que tienen estas personas en la economía, es

dentro de las empresas donde muchas veces están las condiciones necesarias para innovar y buscar alternativas de negocios. En cualquiera de los casos estos (intra)emprendedores no empresarios son personas con visión y energía pero que deciden canalizar por otro lado sus habilidades y no hacerse cargo de la gestión de una empresa. Por otro lado, también podemos visualizar empresarios que no son emprendedores. Estos serían, por ejemplo, una persona que hereda una empresa pero que no innova ni emprende ninguna actividad nueva, simplemente reproduce el modelo heredado. En resumen, si bien podemos encontrar casos de emprendedores no empresarios y de empresarios no emprendedores, ambos conceptos están profundamente relacionados y todo hace pensar que en la economía moderna será cada vez más difícil ser empresario sin, al menos, un mínimo de cualidades emprendedoras.

2.4) Razones para emprender

Estos conceptos de emprendedor y empresario están también profundamente vinculados con las razones que llevan a una persona a emprender. Dutra y Rossi(2011) clasifican las posibles razones en las siguientes tres categorías:

- I) **Por necesidad o fuerza mayor.** Dicha persona no busca ser empresario, existen razones que lo llevan a esa situación. Un claro ejemplo es el de los desempleados, que se ven obligados a emprender porque no encuentran trabajo.
- II) **Por oportunidad.** No son pocos los que están en el momento justo y lugar adecuado y se convierten en empresarios o inversionistas, siendo aquí necesario contar con los conocimientos y la competencia necesaria para concretar esa oportunidad de negocio.
- III) **Por decisión propia y planificada.** El desarrollo del proyecto es planeado, ya sea porque se ha visualizado una oportunidad de negocio o porque no desea continuar en dependencia de otros y quiere ser responsable de su propio futuro.

2.5) Proceso de emprender

Para definir el proceso de emprender nos basaremos en la metodología del Global Entrepreneurship monitor 2015-2016 (GEM 2015-2016).

Varela y Soler (2013) plantean que el proceso de emprender funciona como una tubería, la cual van atravesando los emprendedores a medida que van superando distintas etapas. En cada una de las etapas se van generando “entradas y fugas” de emprendedores, la utilidad de este modelo es poder cuantificar la magnitud de esos

movimientos y sobre todo identificar las causas de los mismos, dejando espacio a las propuestas de políticas públicas que contribuyan a mejorar y potenciar la circulación por la denominada tubería emprendedora. El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es una iniciativa de la London Business School y del Babson College para crear una red internacional de investigación en el entorno de la creación de empresas. Uruguay, a través de la Escuela de Negocios de la Universidad de Montevideo (IEEM), se incorporó en el año 2006. A continuación planteamos las etapas que describe el GEM 2015-2016:

- Etapa 1: Aceptación socio-cultural

Durante esta etapa se mide la proporción de la población que tiene percepción positiva sobre el hecho de emprender. En este punto se trata de estimar la proporción de adultos que estarían dispuestos a poner en marcha una empresa y aquellos que teniendo una empresa están dispuestos a ampliarla.

- Etapa 2: Emprendedores potenciales

Determina el porcentaje de la población que tiene potencial para convertirse en un empresario en el futuro. Para definir este porcentaje se tienen en cuenta la visión propia del emprendedor potencial en cuanto a la autopercepción relacionada a la capacidad de desarrollar un emprendimiento y una visión ambiental en cuanto a la capacidad del individuo para identificar ideas de negocios en el entorno en que se mueve.

- Etapa 3: Emprendedores intencionales

Es la proporción de la población que expresa su intención de llevar adelante una empresa dentro de los próximos 3 años, ya sea sólo o con socios.

- Etapa 4: Emprendedores naciescentes

La cuarta etapa incluye a las personas que han ejecutado acciones concretas para instalar una empresa pero aún no han pagado salarios y/o otro tipo de remuneraciones ya sea a empleados o propietarios.

- Etapa 5: Nuevos emprendedores

Incluye a las personas que han sido dueños y gestores de empresas que han pagado salarios y/o remuneraciones a empleados y propietarios por un período mayor a 3 meses pero menor a 42 meses.

- Etapa 6: Empresarios establecidos

Incluye a aquellas personas que son dueños de empresas instaladas que tienen un tiempo de funcionamiento mayor a 42 meses.

La metodología del GEM es un muy buen ejemplo de cómo creemos se debe entender el proceso de emprender. Muchas veces se piensa en la promoción del

emprededurismo de forma simplista o quizás algo ingenua, y se pretende promover la actividad a través de buenas intenciones romantizando sus virtudes. Emprender es complejo, se requiere una valoración de la actividad y de las propias capacidades, pero también se requieren condiciones objetivas que vayan permitiendo avanzar en la tubería emprendedora. El GEM nos presenta una buena simplificación al respecto.

3. Emprendedurismo en Uruguay y la región

3.1) Evolución en América Latina y Uruguay en el GEM (2015-2016):

Comenzando por la primera etapa del proceso de emprender, se observa que en cuanto a la aceptación socio-cultural del emprendimiento la región de América latina y el Caribe (ALC) presenta un elevado porcentaje que se encuentra aproximadamente en un 64%. Este valor es muy importante ya que el acto de emprender no se genera sólo y el hecho de que exista una elevada valoración hacia el mismo potencia este proceso. Según el estudio para reforzar esta etapa es fundamental la promoción de la cultura emprendedora en todas las etapas educativas. Se destaca Brasil con un valor por encima del promedio regional (76%) y en la otra punta observamos a México y Panamá con valores bajos de 47% y 44% respectivamente. Nuestro país obtiene un valor de 59% estando por debajo del promedio de la región. Esta cifra de la pauta de que existe espacio de trabajo para mejorar la valoración socio-cultural al emprendedurismo en Uruguay. Retomaremos este punto en la sección final de recomendaciones de políticas.

Al pasar a la segunda etapa, la de los emprendedores potenciales, el valor de la región cae a un 59%, solamente superado por África, lo cual es alentador. Se sufre una pequeña caída de 5 puntos porcentuales al pasar de una etapa a la otra, por lo cual la base primaria emprendedora se mantiene casi intacta. Se observa que Chile junto con Perú son aquellos países que logran el mayor porcentaje en esta etapa y Brasil es el que tiene la mayor pérdida, pasando de una aceptación socio-cultural del 76% a un 51% de emprendedores potenciales. En cuanto a Uruguay obtiene un 52% aproximadamente quedando nuevamente por debajo del promedio regional.

En la tercera etapa tenemos a los emprendedores intencionales, siendo aquellas personas que han demostrado tener intenciones de emprender basándose en la autopercepción en cuanto a sus capacidades de llevar adelante una empresa y también teniendo en cuenta los riesgos potenciales. De todas maneras tener intención de emprender no es lo mismo que emprender, pese a existir una elevada correlación entre estos conceptos (Arjzen, 1987). El promedio regional de esta etapa arroja un resultado de 33%, si bien es mayor que muchas otras regiones del mundo, llama la atención la asombrosa caída desde un 59% de la etapa anterior. Esta caída implica que muchas personas abandonan la tubería emprendedora antes de desarrollar cualquier actividad concreta relacionada a emprender (GEM 2015-2016). Aquí es donde tiene especial fuerza el diseño e implementación de políticas públicas y reglas de juego claras en cuanto al ambiente emprendedor, ya que serán factores determinantes en el pasaje de aquellos individuos que tienen intenciones de emprender a efectivamente emprender. Nuevamente Chile aparece dentro de los valores más elevados de esta categoría, no solo en la región sino a nivel mundial (superior al 50%) por otro lado México y Panamá aparecen nuevamente en los valores más bajos, obteniendo puntajes menores al 20%. Para el caso de nuestro

país se obtiene un 31%, que si bien está levemente por debajo de la región, está por encima de América del Norte, Europa y Oceanía.

En la cuarta etapa encontramos a los emprendedores nacientes, y aquí cambia la situación ya que dejamos de hablar de actitudes e intenciones hacia el emprender y pasamos a trabajar con el porcentaje de la población que efectivamente ha tomado acciones concretas para emprender. Comienza a visualizarse al conjunto más reciente de emprendedores. Es primordial el estudio profundo de las causas que explican la diferencia de porcentaje entre la etapa anterior y la etapa actual, ya que ahí se estarían identificando los factores que explican el pasaje de la intención de emprender a emprender activamente. Un resultado muy positivo es que la región tiene el porcentaje más alto en comparación con el resto del mundo, sin embargo la cantidad de emprendedores nacientes es un 60% menor que el número de emprendedores con aceptación socio-cultural positiva (GEM 2015-2016). La caída de emprendedor intencional a emprendedor activo es muy grande, lo que permite pensar en posibles políticas públicas que ayuden a cerrar esa brecha facilitando la aparición de más emprendedores activos.

Dentro de los posibles factores explicativos de esta caída de emprendedores intencionales a emprendedores activos que realiza el GEM 2016 se identifica la percepción de riesgo asociado al emprendimiento, el riesgo puede provenir de distintas fuentes dentro de las que se destacan las excesivas cargas burocráticas y administrativas, la falta de recursos financieros y técnicos así como los altos costos de iniciar una empresa. Es en estos aspectos en donde los hacedores de políticas públicas tienen un amplio campo de trabajo para lograr potenciar el pasaje de la intención de emprender a emprender efectivamente y fortalecer al ecosistema emprendedor. También retomaremos este punto en la sección de recomendaciones de políticas.

Si pasamos a la quinta etapa, llegamos a los emprendedores nuevos, aquellas personas que están manejando un emprendimiento que posee una vida mayor a 3 meses pero menor a 42 meses. Aquí el porcentaje para América Latina y el Caribe es de 7,5%, en esta etapa se destaca el buen desempeño de Brasil con un 15% y se observa un bajo rendimiento de nuestro país que queda por debajo del promedio regional con un 6%.

Si agrupamos a la cuarta etapa junto con la quinta es decir sumamos el porcentaje de emprendedores nacientes con emprendedores nuevos obtenemos la Tasa de Actividad Emprendedora total en fase temprana (TEA), la cual es el indicador tradicional del GEM. La TEA regional arroja un resultado cercano al 18%, siendo muy divergentes los resultados para cada país. Se observan países que están muy por encima del promedio regional como Ecuador (33,6%) y Chile (25,9%) y otros países muy por debajo del promedio como es el caso de Uruguay que obtiene un resultado menor al 15%.

Finalmente la última etapa es la de los empresarios establecidos, es decir aquellas personas que manejan una empresa que ha pagado salarios y/u otro tipo de remuneraciones por un período que supera los 42 meses. El promedio regional para esta etapa muestra un valor aproximado del 9%. En relación a nuestro país, nos ubicamos por debajo del promedio con un valor del 6%. Nuevamente Uruguay aparece por debajo del promedio regional como a lo largo de toda la tubería.

Si observamos a todo el proceso emprendedor y analizamos la trayectoria para la región, podemos observar que si bien se comienza con una buena base de aceptación socio-cultural hacia el emprendimiento del 64% existe una caída constante a lo largo de todo el proceso que finaliza con un 9% en la última etapa. Este comportamiento se observa en todas las regiones del mundo, pero llama la atención en el caso de América Latina y el Caribe la caída muy significativa en el pasaje de emprendedores potenciales a intencionales (más de 20 puntos porcentuales) y entre emprendedores intencionales a emprendedores nacientes en donde nuevamente el porcentaje cae del 33% al 13%. En la citada primera caída, el GEM identifica razones vinculadas a las primeras etapas del emprendimiento, por lo tanto es de vital importancia el apoyo institucional en áreas como: desarrollo de ideas de negocio, gestión de empresas nacientes, desarrollo de un plan de carrera de empresa, etc. Sin embargo la baja del porcentaje entre los emprendedores intencionales y los emprendedores nacientes hace referencia a otras causas como por ejemplo: financiación, marketing, asuntos legales y problemas de gestión.

En ambos puntos críticos existe un espacio considerable en donde las políticas públicas pueden ayudar a suavizar la trayectoria del proceso de emprender minimizando las “fugas” y fortaleciendo las últimas etapas. Para Uruguay en particular este espacio parece bien claro, los emprendedores potenciales son aproximadamente 55%, esta cifra cae a un 32% cuando se estiman los emprendedores intencionales y a aproximadamente 11% para los emprendedores nacientes. Debemos contar con estrategias que aborden las dos grandes caídas verificadas.

La tubería emprendedora en la región de ALC, GEM 2015



3.2) Análisis de los resultados del GEM 2015-2016 para Uruguay

Trataremos de comprender un poco más acerca de la situación del emprendedurismo en nuestro país a partir de un análisis más detallado de los resultados del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para Uruguay.

El GEM propone medir la actividad emprendedora en un país mediante el indicador de actividad emprendedora de fase temprana (TEA, por su sigla en inglés), el cual mide la cantidad de individuos involucrados en la creación de empresas. Este índice está compuesto por la proporción de adultos entre dieciocho y sesenta y cuatro años que son emprendedores nacientes, es decir emprendedores que están en el proceso de iniciar un negocio nuevo o propietarios de un nuevo negocio “emprendedores nuevos”, los cuales poseen empresas de hasta cuarenta y dos meses creadas.

La TEA recoge una concepción amplia de emprendimiento, abarcando desde las intenciones concretas y los primeros pasos para iniciar un negocio hasta las empresas recientes completamente operativas, sin condicionarse a factores como el tamaño, grado de innovación u oportunidad (Dutra y Rossi, 2011).

A continuación, en el Cuadro N° 1 podemos observar la evolución de la TEA en Uruguay para el período 2010-2016.

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
TEA	11,68%	16,72%	14,63%	14,08%	16,08%	14,28%	14,11%

Elaboración propia en base a datos del GEM (Global Entrepreneurship Monitor)

Se puede apreciar que la TEA, en los últimos años, ha tenido algunas oscilaciones pero manteniéndose en el rango de 11% y 16%. En 2016 fue de 14.11%, es decir que un poco menos de un séptimo de la población adulta eran emprendedores nacientes o propietarios de un nuevo negocio “emprendedores nuevos”. Seguidamente, como podemos ver en el cuadro N° 2, la TEA se desglosa en subcategorías. Debido a la asimetría de información, se tomaron dos años puntuales para realizar el análisis, 2010 y 2015, así con estos poder ver una evolución.

	2010	2015
Emprendedores nacientes	7,80%	10%
Propietarios administradores de un nuevo negocio	4,10%	5%
TEA	11,68%	14,28%
Propietarios administradores de negocios establecidos	7,24%	2,09%

Tasa de discontinuación de nuevos negocios	3,50%	5%
Emprendimiento por necesidad (% de la TEA)	26%	18,20%
Emprendimiento por oportunidad (% de la TEA)	54%	80,60%
TEA por necesidad	3,04%	2,60%
TEA por oportunidad	6,32%	11,50%

Elaboración propia en base a datos del GEM (Global Entrepreneurship Monitor)

En términos generales la composición de la TEA en cuanto a la relación de emprendedores nacientes y propietarios administradores de un nuevo negocio se ha mantenido estable entre el año 2010 y 2015. Si se suman ambas categorías, se puede observar que superan a la TEA, esto es debido a que hay emprendedores nacientes que al mismo tiempo cumplen con la condición de propietarios administradores de un nuevo negocio. En términos cuantitativos, se puede ver que comparando el año 2010 con el 2015 el porcentaje de ambos indicadores aumentó, los emprendedores nacientes en un 2,20% y los Propietarios administradores de un nuevo negocio en un 0,90%. Este aumento de la TEA entre 2010 y 2015 es una buena noticia que se desprende de la información del GEM. En cuanto a los propietarios administradores de negocios establecidos se observa una abrupta caída de un -5,15%, no queda claro a qué se puede deber esta caída significativa. En cuanto a la tasa de discontinuación de nuevos negocios se observa un leve aumento del 1,50%.

En línea con lo anterior y como hacen referencia Dutra y Rossi(2011), para entender más sobre la actividad emprendedora en Uruguay, es relevante destacar dos subcategorías más, el emprendimiento por oportunidad y el por necesidad. Muchas personas son atraídas por la actividad emprendedora debido a que identifican una oportunidad y la quieren poner en marcha, son personas con ganas de independizarse y/o incrementar sus ganancias en relación a lo que ganarían en un puesto de trabajo siendo un empleado. Otras, en cambio, son empujadas a emprender porque no tienen otra forma de ganarse la vida o perciben que pueden quedar desempleadas en el corto plazo. El aumento de uno u otro tipo de emprendedores suele estar relacionado con el ciclo económico. Cuando un país está en pleno crecimiento económico las tasas de emprendimiento por necesidad tienden a disminuir debido a que se generan más y mejores empleos. Analizando los datos, en base a los dos años que se tomaron como referencia, se puede observar que esto sucedió, los emprendimientos por necesidad disminuyeron. Es entonces que todo aquel que buscaba emprender como forma de generar un propio empleo, encontró oportunidades de trabajo, aplicándose así la caída de la TEA

por necesidad (2010=3,04%, 2015=2,60%), lo cual claramente representa una buena noticia.

Del análisis global de las cifras se concluye que un poco menos de la quinta parte de la población de entre dieciocho y sesenta y cuatro años de edad son dueños de un negocio. Dentro de este contexto la actividad emprendedora en Uruguay se caracteriza por un bajo nivel de emprendimiento por necesidad, esto es, casi las tres cuartas partes de quienes emprenden en Uruguay lo hacen porque quieren, no por estar forzados a realizarlo por necesidades económicas.

3.3) Perfil del emprendedor uruguayo

En este apartado nos basaremos en un Informe que realizó Equipos Mori en diciembre 2014 sobre las tendencias emprendedoras de jóvenes uruguayos. A lo largo de estos últimos años en Uruguay se ha concientizado en mayor proporción a la sociedad sobre la importancia que tiene el emprendedurismo para el desarrollo del país, mediante programas y políticas activas de promoción del emprendimiento desde varias perspectivas. Estas políticas, al igual que el trabajo de Equipos Mori al que nos referiremos, se han focalizado muchas veces solo en los jóvenes, por lo que es complejo encontrar información sobre el perfil emprendedor de otros grupos etarios que también cumplen un rol muy importante.

Parecería que, fruto de las mencionadas políticas venimos experimentando un aumento en la importancia que el emprendedurismo tiene en la discusión públicas, algunas cifras del GEM 2015-2016 así parecen indicarlo. En cualquier caso, es interesante profundizar en quiénes son estos emprendedores. Antes de indagar en la encuesta realizada por el CED, no queremos dejar de mencionar interesantes trabajos previos que ya indagaron en el perfil de un tipo de emprendedor como son los jóvenes, como es este trabajo de Equipos Mori. Brevemente queremos algunas ideas relevantes del mismo:

- **Preferencia por la independencia:** un 65% de jóvenes dice preferir trabajar de forma independiente. Los principales motivos son la autorrealización la independencia personal, seguido por la libertad de elegir el lugar y momento para trabajar. Entre quienes prefieren ser empleados dependientes se valora especialmente la seguridad que obtienen del trabajo y de los ingresos. Los más jóvenes son quienes más inclinados a emprender se muestran. Un 57% de los jóvenes entre 18 y 24 años considera emprender.
- **Localización:** los emprendedores jóvenes uruguayos se concentran en mayor medida en las grandes zonas urbanas con perfil más cosmopolita. En primer lugar aparece Montevideo, seguido por Canelones y Maldonado.

- **Sector:** la mayoría trabaja en el sector de servicios abarcando un 49% de los emprendedores, seguidamente el sector comercio con un 30% y en industria y construcción hay una ocupación de 12%.
- **Nivel educativo:** la mayoría de los emprendedores cuenta con educación media superior, seguida por terciaria o superior, media básica y por último, en menor medida, cuentan sólo con primaria. Esto nos habla de que son quienes tienen un nivel educativo por encima de la media quienes más se inclinan a emprender. Esto se agudiza para el caso de las mujeres emprendedoras que están más educadas que los varones, y también en algunos sectores en particular como la salud, la enseñanza y las actividades financieras. Los emprendedores por necesidad muestran un nivel educativo significativamente más bajo como era esperable. Esto cambia para los emprendedores por necesidad, que como era esperable, tienen un nivel educativo más bajo
- **Razón para emprender:** entre los jóvenes que comenzaron su propio negocio, la mayoría lo hicieron por oportunidad (casi 50%). Sin embargo entre los jóvenes de menor educativo (sólo la educación primaria) la necesidad es un motivo mucho más relevante a la hora de emprender, lo contrario pasa entre quienes cuentan con estudios superiores. Al mismo tiempo los motivos de oportunidad están más presentes en hombres que en mujeres ya que estas se hacen más cargo de empresas familiares o por necesidad.
- **Obstáculos:** los principales obstáculos que presentan los emprendedores al querer iniciar un negocio son la inseguridad de los ingresos, la falta de recursos financieros, los trámites engorrosos requeridos y el tiempo y constancia requerida al inicio de la actividad.
- **Forma de financiamiento:** más de la mitad de los emprendedores iniciaron su negocio con capital propio (56%) y un 10% accedió a financiamiento bancario. En relación a este último método, existen dificultades para acceder debido a los altos costos de las tasas requeridas de las tasas de interés y la carencia de garantías reales. Esto es una gran restricción para las micro empresas que solo accedieron a créditos en el 6 % de los casos. Las empresas pequeñas (un escalón más que las micro) acceden con bastante más facilidad.
- **Uso de tecnologías:** en referencia al acceso de TICs el referido estudio ya muestra un nivel importante que es probable hay subido en este tiempo. En Montevideo el 70% de los jóvenes empresarios disponen de computadoras en su empresa y el 74 % de acceso a Internet. En el interior estos porcentajes son el 55 % y el 59 % respectivamente.

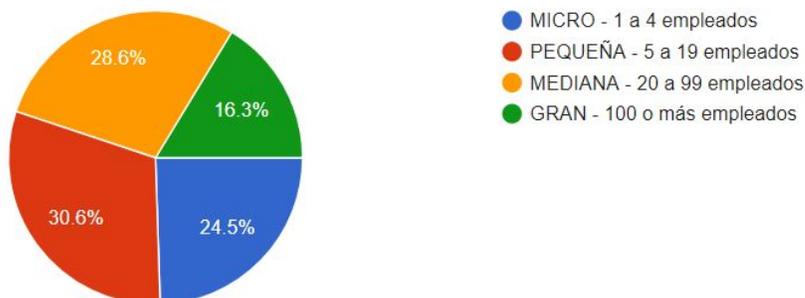
4. Encuesta del CED a Emprendedores

4.1) Características del grupo encuestado

Con el objetivo de enriquecer aún más el entendimiento sobre el proceso de emprender privilegiando la mirada de los protagonistas, realizamos una encuesta sobre cómo los emprendedores visualizan su propia situación y la del emprendedurismo en general en nuestro país. Para esto realizamos una encuesta cualitativa a un grupo de 50 emprendedores uruguayos en la que los consultamos por distintos aspectos y desafíos a la hora de emprender. Dentro de este grupo hay empresas muy diversas en tamaño y rubro de actividad.

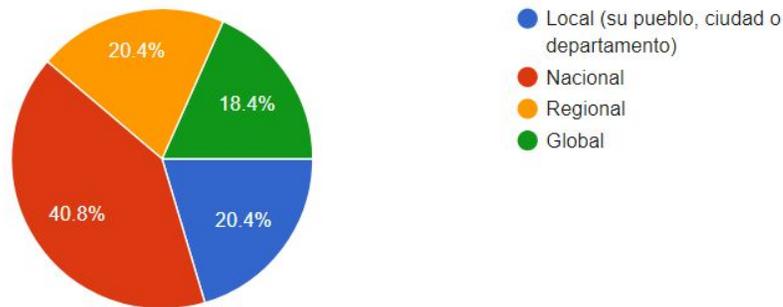
Como características generales de la población encuestada cabe señalar algunos aspectos. En primer lugar se trata de una población bastante heterogénea, en cuanto al tipo de empresa que lideran los encuestados; cerca del 20% de los encuestados lideran grandes empresas con más de 100 empleados, aproximadamente el 30% son empresarios o emprendedores al frente de empresas medianas con entre 20 y 99 empleados, el 30% fueron pequeñas empresas con entre 5 y 19 empleados y aproximadamente el 20% restante son microempresas con menos de 4 empleados.

¿En cuál de las siguientes categorías está su empresa?



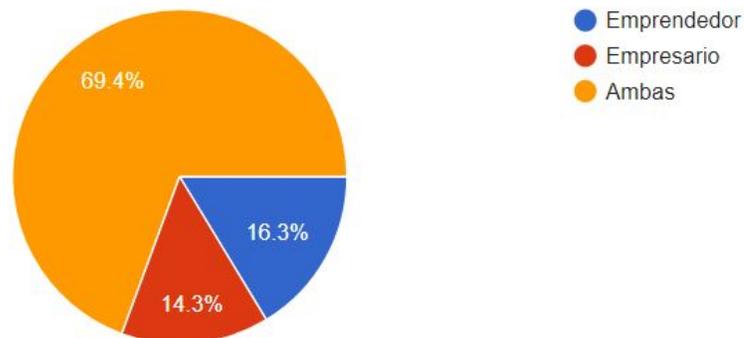
Las organizaciones consultadas también presentan importantes diferencias en lo que refiere a su ámbito geográfico de trabajo; en el 40% de los casos se trata de emprendimientos que se mueven en el ámbito nacional de nuestro país, sin embargo un importante grupo lo trascienden y trabajan internacionalmente de forma regional o global, 18% y 22% respectivamente. También en el grupo hay emprendedores que trabajan para el ámbito local, ya sea su ciudad o departamento, estos representan el 20% de los encuestados.

¿Cuál es el ámbito geográfico de su principal emprendimiento?



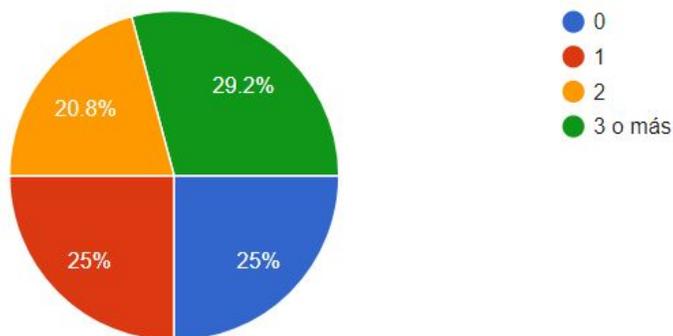
En cuanto a los diversos sectores de actividad que comprenden la encuesta se destaca el sector industrial con un 15% de peso en la misma, el sector agropecuario con un 10%, las finanzas y la educación con un 8% cada uno, el comercio, tecnología, indumentaria, inmobiliaria con un 5% aproximadamente. Otros servicios representaron el 31% de los encuestados en donde se encuentran servicios quirúrgicos, portuarios, profesionales, de construcción, de distribución y venta, de entretenimiento, entre otros. Sobre algunas otras características de los emprendedores entrevistados es importante destacar que no fuimos ajenos a la disparidad de género dominante en la sociedad y en particular en el sector empresarial. El 88% de los encuestados fueron varones y el 12% restante mujeres. Existen dos características destacables que recabamos sobre el perfil de los emprendedores encuestados. Primero que la gran mayoría de ellos no rehuye a ninguno de los conceptos propuestos: se identifica como emprendedor y como empresario al mismo tiempo. Solo un 15% de los encuestados se sintió identificado con solo uno de estos dos conceptos. Esto es algo más sorprendente para el caso del concepto empresario, que puede ser asociado con alguna connotación más negativa que el de emprendedor.

¿Actualmente usted se considera un emprendedor, empresario o ambos?



Finalmente destacar que los emprendedores y empresarios consultados tienen, en su gran mayoría al menos un emprendimiento adicional (además de su emprendimiento principal). Esto parece ser muestra de una cultura emprendedora de estas personas. Su interés por emprender trasciende un tema, causa o negocio concreto.

¿Tiene algún otro emprendimiento funcionando en este momento?
¿Cuántos?



4.2) Resultados

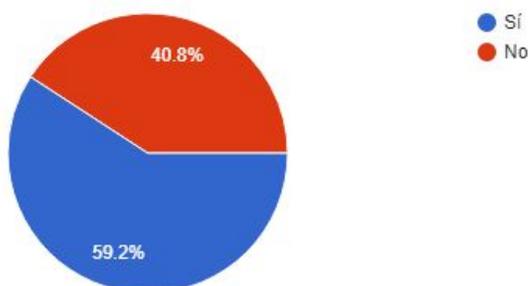
Dada la diversidad del grupo consultado, no existe una homogeneidad en las respuestas obtenidas. Sin embargo si es posible extraer algunas ideas y creencias que aparecen nítidamente en la mayoría de los emprendedores consultados. En líneas generales creemos que se confirman algunas ideas sobre cuáles son las dificultades de los emprendedores, pero existen varias otras que parecen ser mitos.

Acceso al crédito

Uno de los primeros aspectos consultados fue la relación de los emprendedores con el crédito. En este sentido llama poderosamente la atención la gran mayoría de emprendedores creen que podrían obtener un crédito si así lo requiriera, de hecho una mayoría absoluta de los encuestados accedió al crédito en algún momento de su proceso empresarial. De todos modos no debemos perder de vista que la mayoría de quienes responden no son microempresarios, sino empresas con una escala algo mayor, y que cuando analizamos los resultados por tamaño vemos que los más pequeños son quienes menos han accedido al crédito. Visto de este modo, existe consistencia con el informe que comentamos en la tercer sección de Equipos Mori, que indicaba la importante relación existente entre el tamaño de la empresa y la posibilidad de acceder al crédito. El mercado financiero local es bastante estable pero con una oferta de productos financieros poco variada y con especiales restricciones para las micro empresas. Debemos promover el desarrollo de una oferta financiera destinada a los microempresarios, que entienda y atienda las particularidades de este tipo de negocios.

¿Ha solicitado un crédito para su empresa o para un nuevo proyecto?

49 responses



Género

Introdujimos algunas preguntas sobre cómo influye el hecho de ser hombre o mujer en determinados aspectos de emprender como: la confianza de los clientes y socios, la capacidad de diferenciar el trabajo, el acceso al crédito, el conocimiento de referentes exitosos y facilidad para conciliar vida familiar y laboral. En una primera mirada, parecería que los emprendedores no visualizan mayores diferencias de acuerdo a su género, sin embargo esto es en buena medida porque el grueso de los encuestados son varones. Estos tienden a sentir que no hay diferencia significativa en los desafíos que representa emprender para los hombres y las mujeres. En la única categoría que la mayoría, incluyendo a los varones, considera que hay diferencia fue en la facilidad para conciliar la vida personal y laboral, casi todos reconocen que las mujeres tienen una dificultad adicional. En cambio, las mujeres encuestadas son algo más sensibles a reconocer diferencias en otros temas como el respeto que reciben de sus pares, la facilidad para diferenciar su trabajo o el conocimiento de referentes exitosos.

Posibles apoyos a los emprendedores

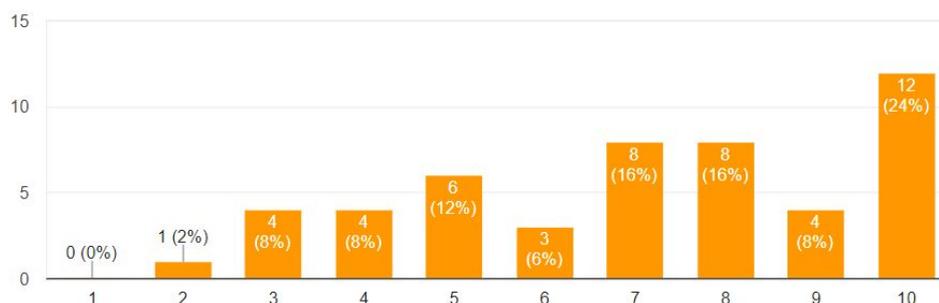
Sobre posibles apoyos profesionales que les ayudarían a fortalecer su emprendimiento, se destacan cosas específicas y prácticas. La gran mayoría dice que ya cuenta o que le gustaría contar con apoyo profesional en el área de informática o para la gestión administrativa/contable. Por el contrario, otras cosas a veces enfatizadas desde la promoción del emprendedurismo como el coaching, la motivación, gestión de equipos, el networking o talleres motivacionales no parecen ser de gran interés para los emprendedores. Parecería que los encuestados valoran más especialmente las cosas más concretas con una utilidad tangible. En cuanto a recibir apoyo para la elaboración de un plan de negocios las respuestas fueron intermedias. Los consultados se mostraron receptivos a una ayuda de ese tipo, pero

no parece es su prioridad. Parecería que existe algún tipo de brecha entre las facilidades usualmente ofrecidas en las propuestas más populares para emprendedores y las prioridades de los propios emprendedores.

Relación de emprendedores con el Estado

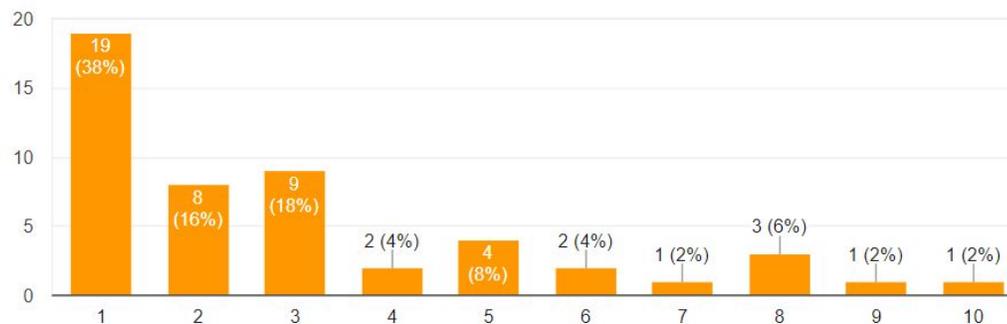
Un capítulo aparte merece la relación de los emprendedores con el Estado, en esto si se confirma las ideas más extendidas. Podemos dividir a los empresarios y emprendedores consultados en dos grupos: el 60% de los consultados ve al Estado decididamente como un obstáculo, el restante 40% tiene una opinión más matizada y parece valorar algunas cosas del rol de este pero es crítico con otras. En una línea similar se manifiestan cuando se los consulta por los tributos que se pagan para desarrollar la actividad, la inmensa mayoría cree que no son adecuados, dado que representan una carga excesiva que dificulta la actividad y viabilidad de la empresa. Parece preocupante que la mayoría de nuestros empresarios y emprendedores tengan una visión negativa del estado, no existe desarrollo verdadero sin un estado fuerte que cumpla adecuadamente sus funciones. Si bien en todo el mundo los empresarios tienen algunas tensiones con el estado, parece excesivo que tantos lo vean como un obstáculo.

Pondere las siguientes afirmaciones: "los emprendedores fracasan porque el estado es más un obstáculo que una ayuda" 50 respuestas



"los impuestos que pago son razonables dado mi volumen de trabajo"

50 respuestas

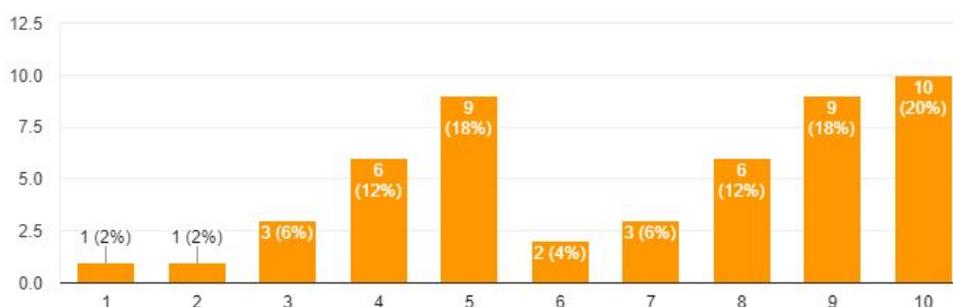


También intentamos analizar cómo los emprendedores visualizan el rol de la cultura en la aparición de nuevos emprendimientos. En este sentido no hay una opinión

absoluta, pero sí algunos indicios importantes. La mitad de los consultados cree que la falta de valoración y promoción al emprendedurismo que existe en la cultura uruguaya es uno de los factores que desincentivan la aparición de nuevos emprendimientos. El resto cree que existe un moderado rechazo cultural a la figura del emprendedor o empresario en nuestro país. En cierto modo, estos resultados son consistentes con la aceptación socio cultural al emprendedor que el GEM 2015-2016 indicaba para Uruguay. Según este, la aceptación en Uruguay es algo menor que en el promedio de latinoamérica y bastante menor que en vecinos como Chile o Brasil.

"El rechazo cultural que existe en Uruguay a la figura del empresario desestimula la aparición de nuevos emprendimientos"

50 respuestas



Elementos críticos para el éxito de un emprendimiento

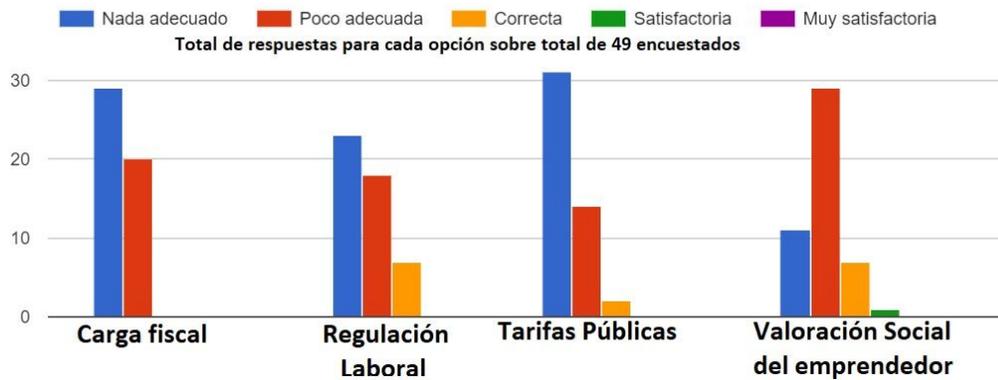
También se analizaron los elementos que resultan críticos en el éxito de un emprendimiento según los propios emprendedores. En este sentido existe casi unanimidad de que el tener una idea verdaderamente buena es el elemento más importante para que un proyecto sea exitoso, lo cual parece esperable. Luego aparecen con fuerza otros elementos importantes entre los que se destaca el contar con una buena red de contactos y algo más atrás sobresale como muy importante para la mayoría de los consultados la simpleza y agilidad de los trámites que sean necesario para poner en marcha el proyecto. En este sentido también una mayoría relativa de los emprendedores consultados habían señalado que los trámites requeridos para operar en su sector no eran razonables. Es en este tercer elemento identificado por los emprendedores donde probablemente hay más margen de modificaciones de política pública, dado que en los dos primeros es más difícil encontrar lo que se pueda hacer. En cuanto a otros factores que comúnmente son señalados cuando se habla de emprendedurismo como acceso al crédito y asesoramiento profesional, fueron menos señalado como determinantes por los encuestados. Sobre la simplificación de trámites y otros asuntos burocráticos

retomaremos el tema en las recomendaciones de política, ya que han surgido indicios de algunas dificultades por más de un lado.

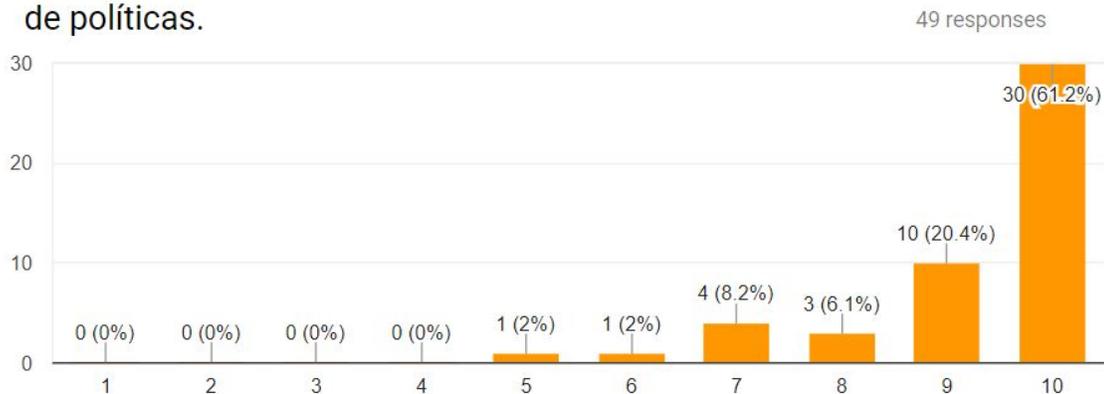


Problemas del país

Cuando se consulta a los emprendedores sobre la situación del país en lo concerniente a distintos aspectos aparecen algunas ideas muy claras. La carga fiscal y el costo de las tarifas públicas son los temas en los que los consultados considera casi unánimemente que la situación es nada satisfactoria, claramente existe una gran disconformidad con estos asuntos que pueden llegar a ser determinantes en la viabilidad o no del emprendimiento. Algo menos unánime pero también con gran acuerdo aparece la insatisfacción con la situación de la criminalidad y la regulación del mercado laboral. Por el contrario existen opiniones neutrales, e incluso algo positivas, en temas como la corrupción, la ética laboral o la estabilidad política del Uruguay. Una especial mención merece la inmensa predisposición positiva a la apertura internacional que surge de la encuesta. La inmensa mayoría de los consultados están ampliamente a favor de suscribir acuerdos, incluso cuando se les pide evaluar los riesgos de los mismos. Naturalmente hay que ser muy cuidadoso antes de extrapolar esto al grueso de los emprendedores y empresarios de país, pero podríamos estar ante una inmensa mayoría de líderes empresariales, grandes y pequeños, que ven con optimismo las oportunidades de la globalización.



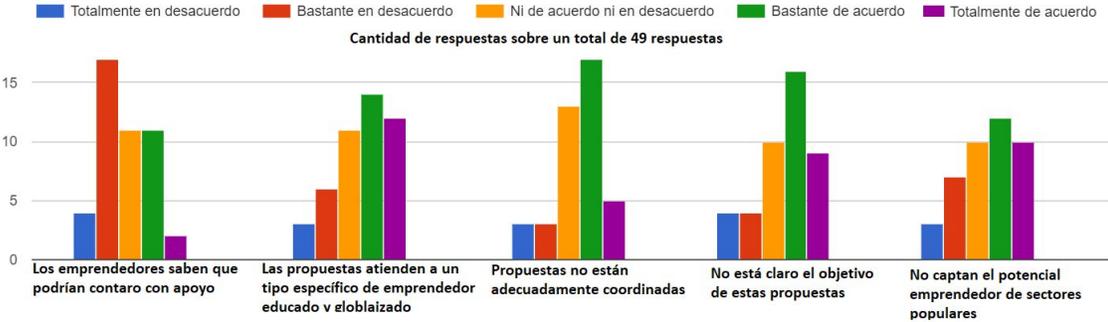
¿Estaría de acuerdo con que el país desarrolle una política comercial más aperturista? Considere las oportunidades y amenazas de este tipo de políticas.



Políticas actuales de promoción del emprendedurismo

Finalmente, también consultamos a los encuestados sobre sus percepciones sobre las actuales políticas de promoción del emprendedurismo. La mayoría de los encuestados dicen conocer las propuestas existentes y tener una vinculación media-baja con las mismas. De todos modos, entre quienes sí han tenido algún tipo de vínculo la mayoría parece haberlas encontrado útiles. Cuando se consulta más específicamente por la opinión que los emprendedores tienen de estas propuestas se comprueban algunas ideas que parecen instaladas. La gran mayoría se mostró de acuerdo con que la mayor parte de las propuestas son para un tipo de emprendedor determinado, vinculado a ciertos sectores, mayormente joven, educado y globalizado. En segundo lugar, también hay una importante mayoría que no ve una adecuada coordinación entre las distintas propuestas existentes ni logra ver con claridad los resultados de las mismas, lo cual puede parecer contradictorio con el desconocimiento a estos programas que muchos manifestaron. Creemos que puede deberse a que los emprendedores visualizan distintas ofertas que, a pesar de no terminar de entender, no las logran ver como sistémicas. Finalmente, también es respaldada por una mayoría de los encuestado la idea de que estos programas están lejos de tocar el potencial emprendedor de los sectores populares. Parecería

confirmarse que las políticas existentes apuntan a cierto tipo de emprendimiento de mayor nivel educativo, que probablemente pueda ser más estratégico para el desarrollo del país, pero no llega al emprendedor mayoritario que sigue teniendo un perfil más tradicional. De este modo se podrían estar desaprovechando las aptitudes emprendedoras de amplios sectores de la población.



5. Reflexiones finales y recomendaciones de política pública.

5.1) Carl Schramm - Quemem el plan de negocio

Existen numerosos autores que han investigado académicamente sobre el emprendedurismo. De estos, nos hemos interesado e identificado especialmente con el trabajo de Carl Schramm (2018) que desarrolla en profundidad ideas que están en línea con algunos de los elementos que surgen de la encuesta comentada en sección anterior. Este autor es un gran defensor del emprendedurismo en el mundo, sin embargo no niega la verdad básica: la mayoría de los empresarios fracasan, no se debe idealizar lo que es difícil. Los emprendedores son un recurso demasiado valioso como para estar atados a clichés marketineros: no hay una fórmula única para el éxito.

En “Burn the Business Plan” (Schramm, 2018) se indaga en qué es lo que realmente hacen las empresas exitosas. Schramm enfatiza que es mucho más importantes contar con emprendimientos flexibles y ágiles que cualquier plan de negocios, que muchas veces pueden ser un escollo al crecimiento de la empresa si introducen rigideces. Según él, Google, Facebook, Microsoft y Apple son ejemplos de compañías exitosas que surgieron sin escribir ningún plan de negocios. Las conclusiones de Schramm parece tener bastante sentido común, quizás otros autores están complicando las cosas más de lo necesario. Según Schramm que un empresario escriba un plan de negocio que necesariamente incluye información futura sobre la que no existe ninguna certidumbre le quita casi todo la utilidad al instrumento.

Por otro lado Schramm hace un punto muy importante de la edad y la experiencia de los emprendedores exitosos. A pesar de que se suele caricaturizar a los emprendedores exitosos como jóvenes recién graduados de escuelas de negocios de prestigiosas universidades la realidad es distinta. El empresario promedio está cercano a los 40 y tiene una década trabajando en un sector de la economía que es donde finalmente emprende. La experiencia de trabajo formal es la que le brinda al novel emprendedor la ventaja diferencial en cuanto a conocimiento y contactos que hace más probable el éxito. Las historias de Gates, Jobs y Zuckerberg aportan muy pocas lecciones útiles para el 95% de los empresarios. Los varones jóvenes que románticamente cambian el mundo con emprendimientos de alta tecnología son una fracción muy pequeña de los emprendedores. La mayoría de ellos no fueron a la universidad y recién emprenden después de tener una carrera profesional avanzada.

Schramm también apunta contra la idea de financiar al emprendedor desde el Estado. Según él, la inmensa mayoría de los fondos de emprendedores financiados por el Estado no dieron resultados positivos en EEUU. Además ridiculiza la imagen del emprendedor moderno y globalizado que se inspira en “galerías de arte y cervecerías

artesanales". Critica profundamente que se usen fondos públicos para financiar estos oasis juveniles de creatividad.

Según Schramm la forma de saber cómo iniciar una empresa es empezar una, por lo tanto eso no se puede enseñar. "Burn the business plan" no se focaliza en dar lecciones para emprender, simplemente se dedica a derribar mitos.

5.2) Recomendaciones de política pública

1. **Cultura emprendedora.** Cuando analizamos como se visualiza y valora socio-culturalmente al emprendedor en nuestro país aparecen algunos llamados de atención. No estamos en una situación crítica, pero si parece haber espacio de mejora en este sentido. En el análisis que hace el GEM 2015-2016 sobre la aceptación socio cultural a la fuga del emprendedor Uruguay aparece algo por debajo del promedio de la región, esto hace que por ejemplo Chile, comience su tubería emprendedora unos cuantos puntos arriba que Uruguay. Esta idea fue confirmada por los emprendedores consultados en la encuesta del CED, la gran mayoría creen que existe un rechazo cultural que dificulta la aparición de nuevos emprendedores. Los cambios en la cultura son los más lentos de implementar, pero con decisión y mirando el largo plazo hay cosas que se pueden hacer.
 - a. **Formación emprendedurismo en la educación básica.** Han existido muy destacables intentos por incluir la formación emprendedora en los jóvenes. Probablemente DESEM es quien más ha trabajado en el tema. Otras organizaciones como Espacio Emprendedor tomó acciones muy interesantes en el departamento de Colonia. Sin embargo creemos necesario un esfuerzo mucho más general que involucre a niños y jóvenes desde edades tempranas y se mantenga en el tiempo. Promover el emprendedurismo tempranamente no es solo un tema de generar futuros empresarios, se trata de enseñar el valor de la proactividad, el liderazgo y el autoestima que mañana podrá usarse dentro de una empresa o en una institución de gobierno. Se trata de visualizar el valor de empoderarse. Existen experiencias interesantes al respecto en distintos países.
 - b. **Popularizar el emprendedurismo.** Hemos puesto las expectativas emprendedoras en un tipo muy específico de emprendedor: joven, muy educado y globalizado. Como dice Schramm, los emprendedores son un recurso demasiado importante como para estar sujetos a prejuicios, debemos explotar las aptitudes emprendedoras de otros sectores. En particular el propio Schramm (2018) explica como los emprendedores menos educados, pero más adultos y experientes tienden a ser mucho

más exitosos emprendiendo dentro del sector donde ya trabajan. Debemos potenciar, dentro del ecosistema emprendedor, aquellas propuestas que alcanzan a otro tipo de emprendedor, esto implica ajustar las propuestas pero también los canales y formas de comunicación. Los mayores de 35, 40 y 50 años tienen mucho para aportar en materia de emprendedurismo. En este sentido Kantis (2017) hace un especial énfasis en que el sistema de incubación uruguayo empiece a incluir potenciales emprendedores que aún trabajan en una compañía. Esto parece muy importante a la luz de los datos revelados por Schramm que señalan el gran potencial emprendedor de quienes tienen ya una carrera en curso.

- c. **Educación básica que promueva la creatividad.** Existe también un sesgo económico a la hora de emprender. Los más pobres suelen emprender solo por necesidad, en sectores de baja productividad y sin mayores innovaciones. Potenciar las habilidades de estos sectores es, además de justo, una buena estrategia para no aprovechar el potencial de toda la sociedad. En particular existen estudios que señalan la importancia de ser expuesto y estimulado en un entorno creativo durante la niñez como un factor absolutamente determinante para las habilidades emprendedoras. Se trata de un camino con resultados de largo plazo pero necesarios⁵.

2. Cambios concretos. Como hicimos mención cuando comentamos los resultados de nuestra encuesta, los emprendedores parecen priorizar más las mejoras concretas y tangibles en las facilidades para emprender por sobre las cosas que suelen aparecer en los discursos de los profesionales del emprendedurismo. En ese sentido, existen algunas ideas de mejora concretas en las que creemos Uruguay debe avanzar.

- a. **Nueva forma jurídica para emprender S.A.S.** La Sociedad por Acciones Simplificadas es una nueva forma de empresa más flexible que se ha incorporado en otros países como Colombia y Argentina. Se trata de dar alternativas a formas jurídicas que muchas veces responden a un mundo que ya no existe. Es inaudito el costo de crear algunos tipos de empresa como son la sociedad anónima que actualmente asciende a varios miles de dólares. Pero no es solo una cuestión de dinero, sino sobre todo de simplicidad. Este tipo de empresas se deben crear rápidamente y sin intermediarios.
- b. **Digitalización de los trámites.** En este sentido hay un camino recorrido, la AGECIC, junto a otras instituciones, viene trabajando de

⁵<https://www.lanacion.com.ar/2108154-kindernomics-ideas-para-combatir-la-desigualdad-en-la-innovacion>

forma importante en este sentido. Sin embargo son muchos los emprendedores que creen que se puede mejorar significativamente al respecto. La creación de nuevas empresas o la obtención de certificados de organismos del Estado son aspectos donde claramente hay espacios de mejora

- c. **Pago oportuno a proveedores.** Las pequeñas y medianas empresas son muchas veces víctimas del pago tardío. Empresas más grandes, que muchas veces abusan de su posición, o el propio Estado contratan PYMES como proveedores pero pagan de forma extremadamente tardía. Esto genera grandes problemas de liquidez en la actividad de muchos emprendedores. Creemos que la Ley Pago Oportuno que se promulgó en Chile este año, es una buena alternativa para quitar obstáculos del camino de muchos pequeños y medianos emprendedores y limitar el abuso o la ineficiencia que hoy en día es común. La mencionada Ley propone un plazo de 60 días luego de la facturación de un servicio, luego del cual se devengarán intereses a favor del proveedor.

- 3. **Cambios en el sistema de incubadoras.** Algunos académicos han estudiado el régimen de incubadoras uruguayo y de América Latina. En especial Hugo Kantis (2017) publicó una profunda evaluación sobre las incubadoras de emprendimientos uruguayas. Se hace una evaluación ciertamente positiva del crecimiento del ecosistema emprendedor y su impacto. Sin embargo también se mencionan algunas oportunidades de mejora importantes. A modo de resumen no queremos dejar de destacar algunas ideas que creemos pertinentes.

- a. **Profundidad.** Las incubadoras locales parecen estar atendiendo correctamente las primeras etapas de apoyo a los emprendedores, pero tienen dificultades para colaborar en las etapas de mayor sofisticación como “la facilitación del acceso a mentores empresariales, a contactos comerciales, a inversores y al apoyo para la internacionalización” (Kantis, 2017). Se deben buscar las formas de concentrar más recursos y proyectos en las incubadoras que se apoyan desde el Estado para así ganar masa crítica, la diversificación no es buena estrategia en estos temas. Kantis discute alternativas para racionalizar la cantidad de incubadoras que parecen excesivos para el tamaño del país. Dados los distintos perfiles de las incubadoras locales, especializadas en diferentes áreas, se sugiere indagar la posibilidad de captar proyectos regionales que puedan estar interesados en basarse en nuestro país. Kantis (2017) encuentra que los incubados chilenos bastante más ambiciosos que uruguayos, lo cual podría estar relacionado por la mayor profundidad de los apoyos alcanzados en aquel país. En un informe del

BID sobre los sistemas de innovación latinoamericanos también se enfatiza en la necesidad de mayor focalización. En cualquier caso, como idea general, es claro que se debe apostar a concentrar recursos en incubadoras y proyectos con potencial y no seguir ampliando la oferta de incubadoras.

- b. **Formación.** Kantis (2017) también visualiza una desventaja en cuanto a la formación de los equipos de incubación uruguayos comparados con los chilenos. En este sentido, aparece un nuevo indicador de la importancia de concentrar y potenciar recursos y no diversificarlos quizás no sea necesarias tantas incubadoras, necesitamos potenciar las mejores y concentrar allí los mejores recursos humanos.
- c. **Financiamiento.** Kantis (2017) sugiere algunas ideas para reducir la dependencia de ANII que tienen las incubadoras, en particular propone buscar mecanismos que promuevan la participación del sector privado en el financiamiento de las mismas. Por otra parte también menciona las potenciales virtudes de incluir un financiamiento que sea parcialmente dependiente del resultado para mejorar el sistema.

5.3) Conclusión

El presente trabajo intentó presentar un panorama general de la situación del emprendedurismo en Uruguay con un especial énfasis en revalorizar la mirada de los propios protagonistas al respecto. Se realizó un abordaje teórico del tema emprendedurismo, se presentaron las principales cifras que lo describen y se llevó a cabo un trabajo de campo mediante una encuesta con el objetivo de presentar y analizar con mayor claridad el perfil del emprendedor uruguayo. Se reafirma la importancia de potenciar el emprendedurismo en su más amplio sentido, no hay desarrollo posible sin un potente sector de emprendedores y empresarios. Sin embargo, del trabajo surge claramente que muchas veces los discursos públicos sobre el emprendedurismo no están en línea con las prioridades de los emprendedores.

En este sentido, una política eficaz y eficiente de promoción del emprendedurismo deberá enfocarse en aquellas acciones con un impacto real y medible y que pongan en el centro al emprendedor y sus necesidades. Percibimos que muchas veces algunos discursos sobre el tema y algunas de las políticas promovidas no están a tono con lo que el emprendedor vive en sus actividades diarias. En corto podríamos resumir la situación de la siguiente forma: el emprendedor promedio está mucho más necesitado de contar con trámites simples y menos costosos para abrir una empresa que en elaborar un moderno plan de negocio. Carl Schramm (2018) quien más ha

criticado, por considerarlas inútiles, algunas de las modas de promoción del emprendedurismo más extendidas.

El ecosistema emprendedor que se ha desarrollado en nuestro país ha sido un logro muy importante y muchos emprendedores así lo valoran. Sin embargo, es momento de introducir una nueva visión a las políticas públicas al respecto. Las políticas de emprendedurismo, parecen estar enfocadas casi exclusivamente a jóvenes globalizados con un nivel educativo medio o alto. Emprender no es una cualidad exclusiva de millennials que recién están ingresando en el mercado laboral, de hecho el propio Carl Schramm (2018) enfatizan que los emprendedores más exitosos son aquellos que llevan años trabajando en una compañía y suelen crear una empresa vinculada a su expertise. Algo similar sucede con el poco foco que parece haber en sectores populares, el desarrollo de un país depende en buena medida de aprovechar el potencial emprendedor de todos sus habitantes, y buena parte de la sociedad no recibe ningún estímulo que permita potenciar sus aptitudes emprendedoras.

Además de focalizar la promoción del emprendedurismo en otros grupos como adultos y sectores populares, las políticas en la materia deben también pasar por cambios más concretos que reduzcan barreras y costos de emprender. La creación de algunos tipos de empresa resultan especialmente engorrosos y costosos para emprendedores que recién comienzan y cuentan con acotados recursos humanos y económicos. Crear una sociedad anónima en nuestro país cuesta varios miles dólares y tomá un tiempo significativo, trabajar en alternativas que simplifiquen y abaraten esto es también una gran política de promoción del emprendedurismo.

En resumen, el presente informe intenta realizar un aporte al entendimiento del fenómeno del emprendedurismo en nuestro país. Estamos convencidos de que se ha avanzado mucho en los últimos años, pero que es muy necesario incluir nuevas miradas y énfasis en las políticas públicas al respecto. Existen importantes sectores sociales que parecen estar siendo ignorados por las actuales políticas de emprendedurismo. Al mismo tiempo existen importantes problemas concretos que preocupan a los emprendedores dado que actúan como barreras para su éxito y que no están usualmente en los discursos y preocupaciones de los expertos del tema. Nuestro camino hacia ser un país desarrollado requerirá emprendedores, son ellos quienes mueven la economía. Es por eso que no podemos darnos el lujo de quedarnos en el emprendedurismo más romántico de charlas motivacionales para jóvenes universitarios. Debemos ampliar la mirada y accionar sobre aquellas cosas que tendrán un impacto más eficaz en despertar el potencial emprendedor de los uruguayos.

Bibliografía

- Adaman, F., Devine, P. (2001), A Reconstruction of the Theory of Entrepreneurship: a participatory approach. The Austrian Colloquium at NY.
- Bartesaghi, A., de Souza, S., Lasio, M., Varela, R., Veiga, L., Kew, P. y Herrington, M., (2015). "GEM América Latina y el Caribe 2015, Global Entrepreneurship Research Association, 2016. www.gemconsortium.org
- Crissien Castillo, J. O., (2009). "Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia". *Publicación Mensual No. 66: Revista EAN* , 76-77
- Dutra, A., Rossi, A., (2011) "Emprendedurismo en Uruguay". goo.gl/VTkQR8
- Equipos Mori, (2014). "Tendencias emprendedoras de los jóvenes uruguayos". goo.gl/GVfWxP
- Garcia, L., Gonzalez, B., (2011) "Emprendedurismo". goo.gl/NpjWjf
- Gunning, P. (2000), Israel Kirzner's Entrepreneurship, Feng Chia University, Taiwan.
- Henrekson, M. (2007). Entrepreneurship and Institutions, *Comp. Labor Law & Pol' Y Journal*, Vol. 28, pp. 717.
- Iversen J., Jorgensen, R., Malchow-Moller, N., Schjerning, B. (2005). *Defining and Measuring Entrepreneurship*, Centre for Economic and Business Research.
- Kantis, H., Federico, J., y Menéndez, C., (2017). "Evaluación de incubadoras de emprendimientos El caso uruguayo y su comparación con el benchmark chileno".
- Kirzner, Israel M. (1979), *Perception, Opportunity and Profit*, University of Chicago Press.
- Knight, F. (1942), *Profit and Entrepreneurial Functions*, *The Journal of Economic History*.
- Lucchetti, M., (2011). "La Cultura emprendedora y su contribucion al desarrollo económico". goo.gl/98j77E

- Schramm, Carl (2018). "Burn the business plan. Nueva York: Simon & Schuster".
- Schumpeter, J. (1949), The Theory of Economic Development, Harvard University Press, Cambridge, (First ed. 1911).
- Simatovich, N., (2016). "El emprendedurismo, motor de la Economía Social".
goo.gl/c1uiTa
- Soriano, M., (2008). "El papel del emprendedurismo en la formacion de Clusters Industriales".goo.gl/cBLiFc



El **Centro de Estudios para el Desarrollo** es un centro de estudios e investigación privado e independiente de todo grupo político, religioso y empresarial que dedicado a la promoción del desarrollo humano desde un enfoque que privilegia los principios de una sociedad libre.

Su misión es estudiar la realidad política, económica y social del Uruguay para incidir eficientemente en la toma de decisiones de políticas públicas en forma científica y cuantificable a través de investigaciones de excelencia académica, instancias de formación y programas de interacción social que sustenten los valores de la Libertad.