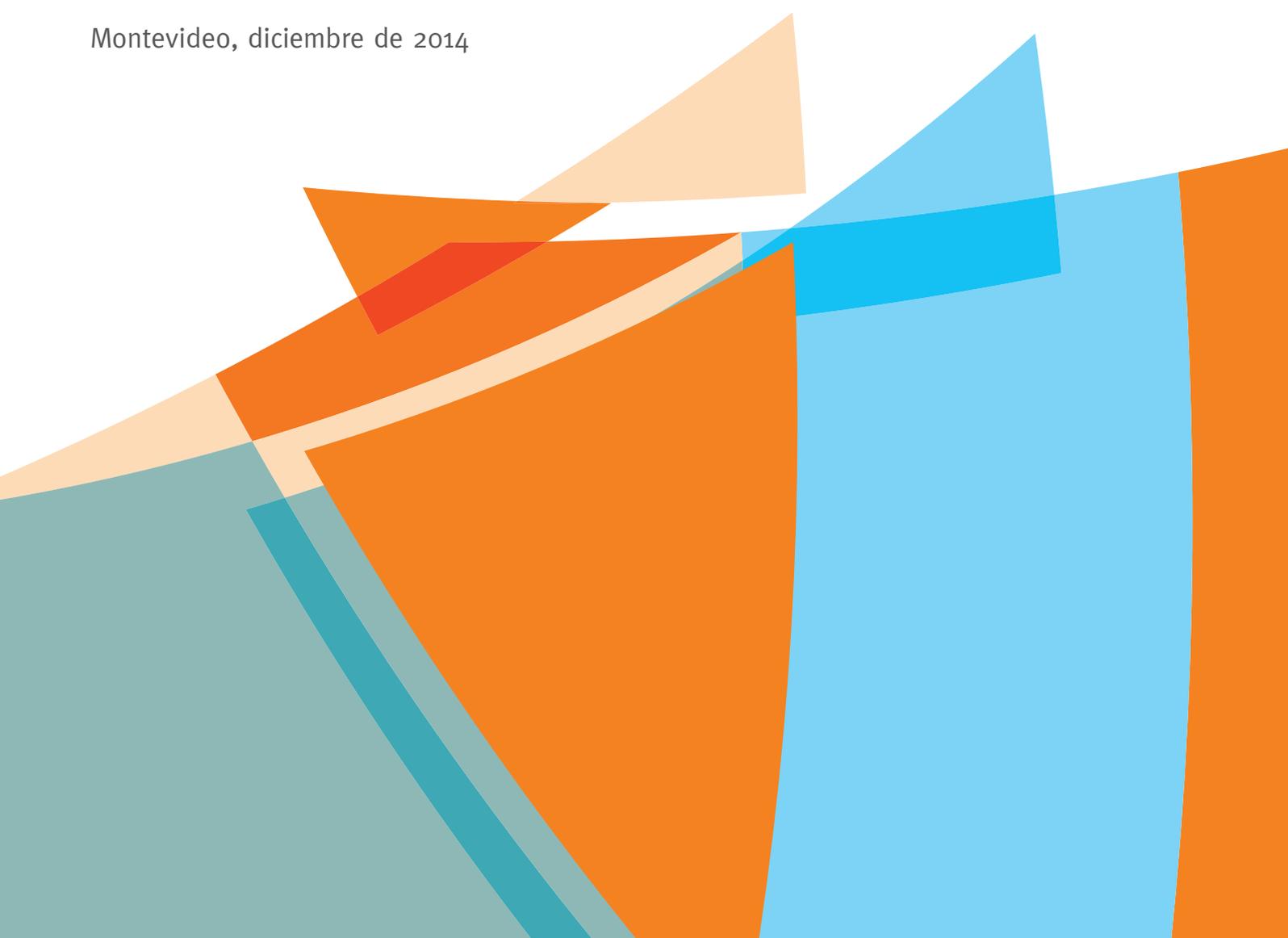


TENDENCIAS EMPRENDEDORAS DE LOS JÓVENES URUGUAYOS

Montevideo, diciembre de 2014



estudio

TENDENCIAS EMPRENDEDORAS DE LOS JÓVENES URUGUAYOS

Montevideo, diciembre de 2014

Este estudio fue realizado por Equipos Mori a solicitud de la Dirección Nacional de Artesanías, Pequeñas y Medianas Empresas del Ministerio de Industria, Energía y Minería y de la Asociación de Jóvenes Empresarios del Uruguay.



créditos

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINERÍA

Autoridades

Ing. Quím. Roberto Kreimerman
Ministro de Industria, Energía y Minería

Prof. Edgardo Ortuño
Subsecretario de Industria, Energía y Minería

Sr. Pablo Villar
Director Nacional de Artesanías, Pequeñas y Medianas Empresas

Coordinación General

Promoción del Emprendimiento
Ec. José Trujillo
Ec. Paula Correa
Ec. Carmen Sánchez

Asesoría de Comunicación y Evaluación

Ec. Pilar Llana
Lic. en Soc. Montserrat Zunini
Lic. Virginia Costanza

Corrección

Profa. Lic. Gelsi Ausserbauer

EQUIPOS MORI

Directora de la Encuesta
Lic. Cecilia Hughes

Diseño

MJF. Comunicación

índice

I. INTRODUCCIÓN	6
II. DISEÑO METODOLÓGICO	8
A. UNIVERSO	8
B. MUESTRA	8
C. CUESTIONARIO	8
III. PRINCIPALES RESULTADOS	9
A. TENDENCIAS EMPRENDEDORAS DE LOS JÓVENES Y SUS ACTITUDES HACIA EL EMPRENDIMIENTO	9
1. Preferencias de los jóvenes por el trabajo independiente.....	9
2. Motivos para preferir ser trabajador independiente.....	13
3. Motivos para preferir ser empleado.....	18
Preferencias entre independiente y empleado: resumen de resultados.....	23
4. Percepción sobre la posibilidad de convertirse en trabajador independiente.....	23
Probabilidad de convertirse en trabajador independiente: resumen de resultados.....	29
5. Experiencias previas de los jóvenes en algún negocio	29
6. Principales aspectos que influyen en la decisión de comenzar un emprendimiento.....	38
Experiencias previas de los jóvenes en la actividad empresarial: principales resultados.....	43
7. Rol de la educación y de los empresarios.....	44
Rol de la educación y de los empresarios: resumen de resultados.....	46
B. CARACTERIZACIÓN DE LOS JÓVENES EMPRESARIOS Y EMPRENDEDORES DE URUGUAY	47
1. Características generales.....	47
2. Resultados de la empresa.....	49
3. El inicio de las actividades.....	57
3.a Formalización de empresa.....	57
3.b Principales dificultades al momento de iniciar actividades.....	66

4. Acceso al financiamiento.....	74
5. Uso de las tecnologías de la información y la comunicación.....	90
6. Actividades de innovación	111
7. Capacitación y asistencia técnica	126
8. Comercio exterior, cadenas productivas y asociatividad	137
IV. CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES.....	143
V. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA.....	147
VI. ANEXOS	148
ANEXO I - ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA ENCUESTA.....	148
A. Relevamiento	148
B. Perfil de la muestra	148
ANEXO II - PERFIL SOCIO-ECONÓMICO DE LOS JÓVENES ENCUESTADOS	152
A. Caracterización de los jóvenes.....	152
1. Perfil de los jóvenes: educación	152
2. Perfil de los jóvenes: trabajo.....	154
ANEXO III- FORMULARIO DE RELEVAMIENTO	158

1 introducción

El rol del fomento del emprendimiento y la creación de empresas ha sido ampliamente destacado a nivel internacional como un factor clave en el desarrollo de un país, por sus impactos en la generación de empleos, en la innovación y, en definitiva, en la mejora de la competitividad de la economía.

La región ha puesto énfasis en la promoción del emprendimiento como estrategia de desarrollo a través de la Carta Iberoamericana de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa aprobada en noviembre de 2012. Entre los principios a impulsar, se encuentra la promoción del emprendimiento en la educación y en la sociedad¹:

- Promover el emprendimiento con el establecimiento de un marco adecuado en el que las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) puedan prosperar y en el que se recompense la iniciativa emprendedora.
- Favorecer el reconocimiento social de los emprendedores, poniendo de manifiesto la contribución de los empresarios al desarrollo económico y social y transmitiendo a los jóvenes el reto personal, la oportunidad y la responsabilidad que implica llevar adelante una iniciativa propia a través de la creación de su empresa.

- Estimular la cultura empresarial transmitiendo en todas las etapas educativas un conocimiento general sobre la actividad empresarial y creando módulos específicos de formación en capacidades empresariales en los programas educativos de las enseñanzas primaria, secundaria, formación profesional y universitaria, de acuerdo a las políticas educativas establecidas por cada país.

- Colaborar con los medios de comunicación para favorecer una imagen positiva del emprendimiento, contribuyendo a difundir modelos de éxito, buenas prácticas de gestión empresarial y buenos ejemplos de responsabilidad social-empresarial y emprendimiento.

En los últimos años Uruguay ha venido desarrollando programas y políticas activas de promoción del emprendimiento desde múltiples perspectivas. Esto ha dado lugar a una mayor concientización a nivel de la sociedad sobre la importancia del emprendedor para el desarrollo del país.

Desde la Dirección Nacional de Artesanías, Pequeñas y Medianas Empresas (Dinapyme), a través del Área de Promoción del

1. Texto aprobado en la XXII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, realizada en Cádiz, España, el 16 y 17 de noviembre de 2012.

Emprendimiento, se trabaja en la promoción de una cultura emprendedora a nivel nacional, en facilitar las condiciones para emprender y en fortalecer la capacidad de los emprendedores para crear y desarrollar empresas con potencial de crecimiento y de generación de empleo.

La Asociación de Jóvenes Empresarios del Uruguay (AJE) es una organización civil sin fines de lucro que se dirige a asociar, brindar apoyo y potenciar a jóvenes que eligen la actividad empresarial como opción laboral en Uruguay. Está constituida y dirigida por jóvenes. Busca brindar instancias de asociación, apoyo y representación de un colectivo que tienen como denominador común la elección del camino del emprendimiento como opción laboral y de vida.

El objetivo de esta investigación es contribuir a proveer información sobre las tendencias emprendedoras y sobre la actitud de los jóvenes uruguayos respecto al emprendimiento, y realizar una caracterización de los jóvenes empresarios y emprendedores de Uruguay.

Dicha información permitirá ajustar el diagnóstico de los desafíos y oportunidades que enfrentan los jóvenes, potenciar las acciones que se realizan desde la red de instituciones de apoyo a emprendedores y mipymes, y optimizar el diseño de las políticas públicas a las verdaderas necesidades de los jóvenes emprendedores y empresarios del país.

El informe presenta los resultados de la investigación que realizó Equipos Mori a solicitud de Dinapyme y AJE. Los datos se rele-

varon entre diciembre de 2013 y enero de 2014 a través de una encuesta telefónica a 1.716 personas de entre 18 y 39 años. La muestra con la que se trabajó es representativa de todo el país.

El informe se estructura en dos grandes secciones. En la primera se presentan los resultados de las tendencias emprendedoras de los jóvenes uruguayos y de sus actitudes hacia el emprendimiento. Se explora la preferencia de los jóvenes por el trabajo independiente, los motivos para preferir emprender un negocio propio o tener un empleo como dependiente, la percepción sobre la posibilidad de convertirse en trabajador independiente en el futuro y las experiencias previas de los jóvenes en la actividad empresarial. Se estudia la percepción de los jóvenes acerca de los empresarios y del rol de la educación en la generación de actitudes y habilidades emprendedoras.

En la segunda sección se realiza una caracterización de los jóvenes que son empresarios en la actualidad. Se analizan el inicio de actividades, el resultado de su empresa y las perspectivas futuras, el acceso a financiamiento, el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), las actividades de innovación desarrolladas y la demanda de capacitación y de asistencia técnica. Se estudia la participación de empresas dirigidas por jóvenes en el comercio exterior, en cadenas productivas y en experiencias asociativas.

El informe se cierra con una serie de conclusiones y reflexiones finales sobre lo expuesto en el documento. En los anexos se profundiza en los aspectos metodológicos de la investigación.

diseño metodológico

2

Para el cumplimiento de los objetivos señalados se optó por la implementación de una metodología de carácter cuantitativo a partir de una encuesta telefónica por muestreo aleatorio. Se detallan las características técnicas de la encuesta realizada².

A. Universo

El universo de estudio es el conjunto de jóvenes de todo el país. Dentro de estos, se realizó una muestra específica de jóvenes empresarios, cualquiera sea el sector de actividad del emprendimiento, siempre que este último no tenga más de 99 empleados. Se considera por jóvenes empresarios a los titulares y directores de empresas que tienen entre 18 y 39 años de edad.

B. Muestra

Se realizó una muestra de 1.716 personas de entre 18 y 39 años de edad. Esto permitió trabajar con un margen de error muestral

de $\pm 2,4$ %, dentro de un intervalo de confianza del 95 % para el conjunto de jóvenes. La submuestra de jóvenes empresarios fue de 200 encuestas, lo que permitió trabajar con un margen de error muestral de $\pm 6,9$ % dentro de un intervalo de confianza del 95 %.

C. Cuestionario

Se utilizó un cuestionario estructurado elaborado en conjunto por Dinapyme, AJE y Equipos Mori. La duración del cuestionario a jóvenes empresarios fue de 15 minutos y de 5 minutos para el resto de los jóvenes. Las encuestas se realizaron a celulares entre el 23 de diciembre 2013 y el 24 de enero de 2014.

2. En el Anexo 1 se profundiza en la metodología empleada y en el perfil de la muestra.

3 principales resultados

A. Tendencias emprendedoras de los jóvenes y sus actitudes hacia el emprendimiento

Para conocer el perfil emprendedor de los jóvenes encuestados se consultó específicamente sobre sus preferencias en cuanto al tipo de trabajo y se contrastaron los resultados con el tipo de trabajo actual (empleado, trabajador independiente o inactivo). Se indagó sobre los motivos que involucran estas preferencias y sobre la probabilidad de convertirse en emprendedor en un futuro.

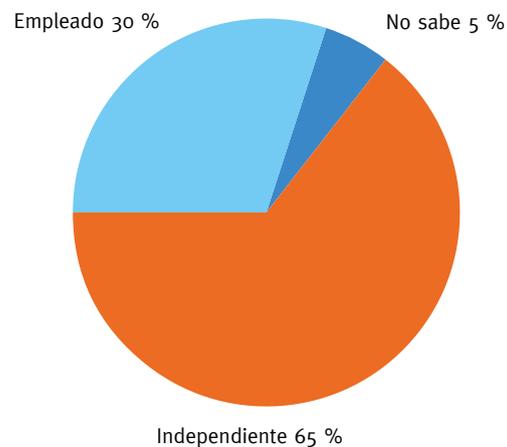
Se consultó a los jóvenes sobre sus experiencias previas en negocios, los motivos que los impulsaron a llevarlos adelante, el tiempo dedicado a estos y qué lugar representan en sus ingresos.

Otro aspecto consultado fue el rol de la educación formal para desarrollar sus propias ideas y proyectos. Se indagó en las actitudes hacia los empresarios y se consultó sobre la visión que los jóvenes tienen sobre el “ser” empresario.

1. Preferencias de los jóvenes por el trabajo independiente

Del total de jóvenes entrevistados, la gran mayoría manifiesta una preferencia por el trabajo independiente (65 %), mientras que casi la tercera parte (30 %) expresa preferencia por ser empleado (ver gráfico 1).

Gráfico 1.
Tipo de trabajo preferido (%)



.....
Base: Total de entrevistados.
.....

P.: ¿Si pudiera elegir entre diferentes tipos de trabajo, preferiría ser...?

Al contrastar la ocupación actual de los jóvenes con su preferencia por el tipo de trabajo, solo el 30 % actualmente hacen lo que prefieren hacer: un 20 % prefieren ser empleados y lo son, y un 10 % prefieren ser y son independientes. Sin embargo, el 39 % de los jóvenes son empleados y preferirían ser independientes, y el 2 % de los jóvenes son independientes y preferirían ser empleados. El saldo deja una mayoría de jóvenes que no prefieren el trabajo que desempeñan (41 %). En su amplia mayoría son empleados y preferirían ser independientes (ver cuadro 1).

El gráfico 2 muestra la preferencia del tipo de trabajo según ocupación. La mayoría de los independientes prefiere su situación laboral actual (78 %). Los empleados, en una mayoría relativa, preferirían ser independientes (63 %). La mayoría de quienes no trabaja preferiría el trabajo independiente (61 %). La mayoría de quienes no trabaja preferiría el trabajo independiente (61 %).

Los gráficos 3 y 4 muestran que la preferencia por el tipo de trabajo no está asociada a los lugares en donde residen los jóvenes. No existen diferencias importantes en las preferencias de acuerdo a la zona del país en la que viven.

Cuadro 1.
Trabajo que realiza versus trabajo que prefiere (%).

		<i>Trabajo que realiza</i>			
		Trabajador independiente	Empleado	No tiene actividad laboral	TOTAL
<i>Trabajo que prefiere</i>	Empleado	2	20	8	30
	Trabajador independiente	10	39	15	65
	No sabe	1	3	1	5
	TOTAL	13	62	24	100

Base: Total de entrevistados.

P: ¿Si pudiera elegir entre diferentes tipos de trabajo, preferiría ser...?

Gráfico 2.
Preferencia de trabajo según ocupación (%).

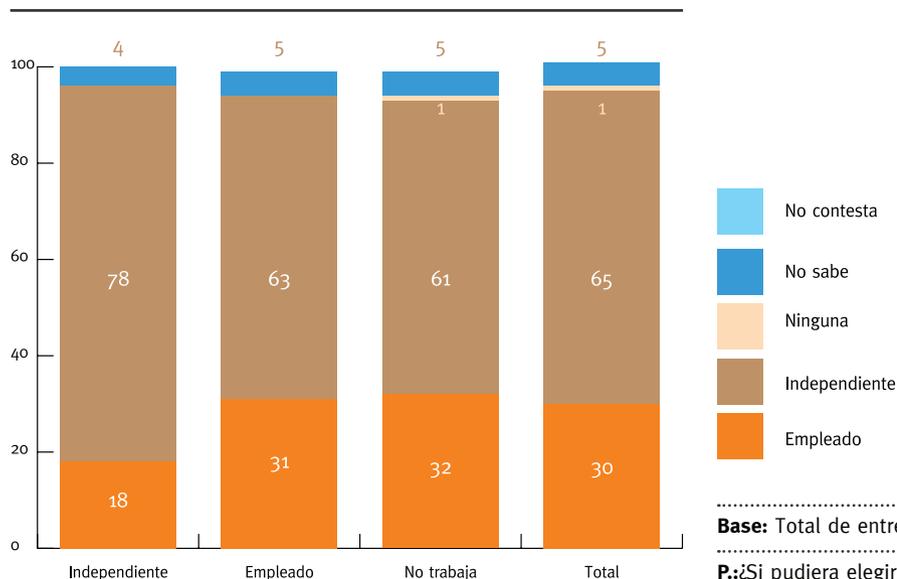
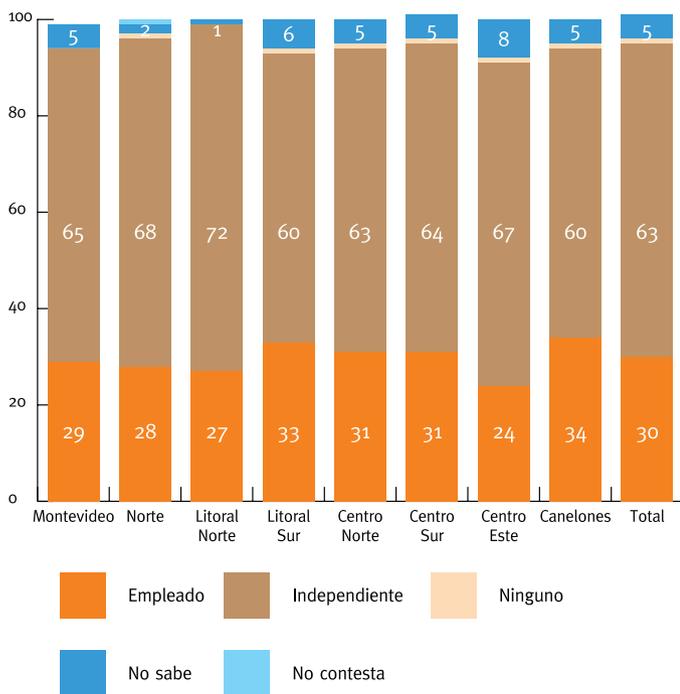


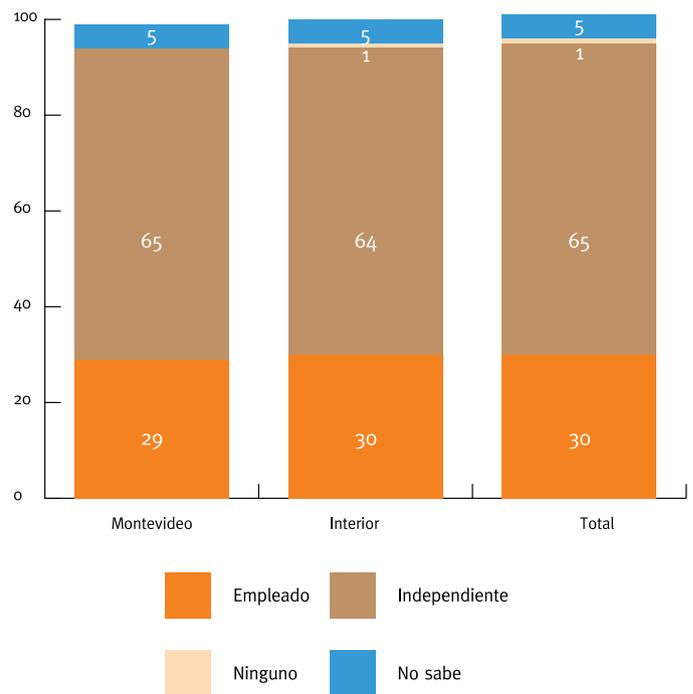
Gráfico 3.
Preferencia de trabajo según zona (%).



Base: Total de entrevistados.

P.:¿Si pudiera elegir entre diferentes tipos de trabajo, preferiría ser...?

Gráfico 4.
Preferencia de trabajo según región (%).

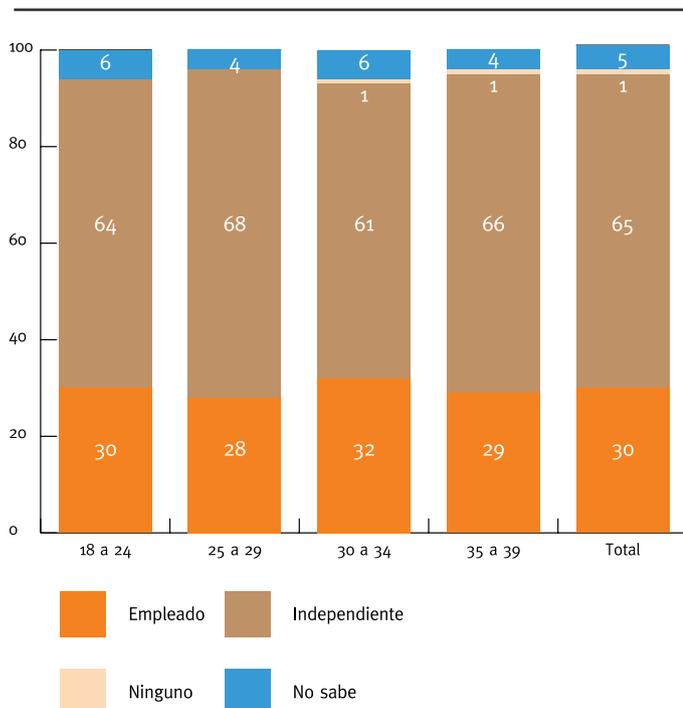


Base: Total de entrevistados.

P.:¿Si pudiera elegir entre diferentes tipos de trabajo, preferiría ser...?

El gráfico 5 muestra la preferencia del tipo de trabajo según tramos de edad. En todos los rangos los jóvenes prefieren ser independientes.

Gráfico 5.
Preferencia de trabajo según edad (%).

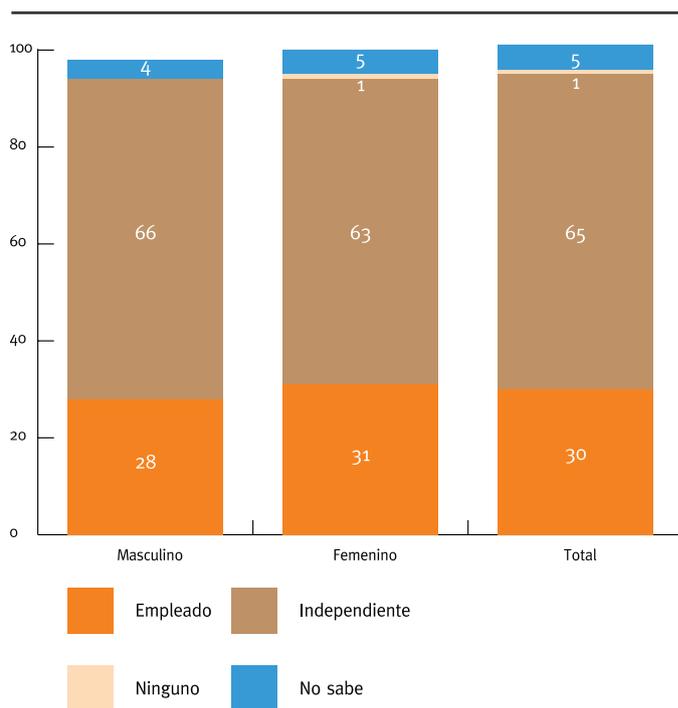


Base: Total de entrevistados.

P: ¿Si pudiera elegir entre diferentes tipos de trabajo, preferiría ser...?

El gráfico 6 muestra que las diferencias entre las preferencias según el sexo son muy menores. Entre los hombres, el 66 % preferirían ser trabajadores independientes y el 28 % elegirían ser empleados. Entre las mujeres, el 63 % preferirían el trabajo independiente y el 31 % un empleo como dependientes.

Gráfico 6.
Preferencia de trabajo según sexo (%).



Base: Total de entrevistados.

P: ¿Si pudiera elegir entre diferentes tipos de trabajo, preferiría ser...?

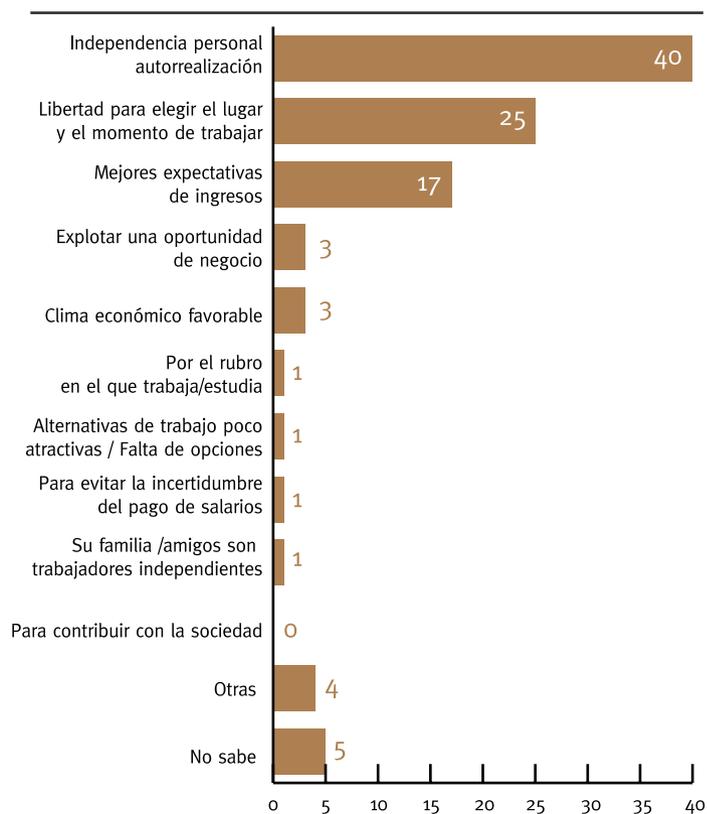
2. Motivos para preferir ser trabajador independiente

La preferencia por el trabajo independiente se vincula más a la autorrealización que a otras motivaciones. El 40 % de los jóvenes que prefieren ser trabajadores independientes entienden que lo más importante es la independencia personal y la autorrealización. El 25 % manifiestan que lo más importante es la libertad de elegir el lugar y el momento de trabajar. El 17 % mencionan que la expectativa de mejores ingresos es la razón más importante.

Otros factores que se presentan en menor proporción entre estos jóvenes son: aprovechar una oportunidad de negocio, el clima económico favorable, el rubro en el que trabajan o estudian, las alternativas de trabajo poco atractivas o la falta de opciones laborales, evitar la incertidumbre del pago de salarios, que su familia o amigos son trabajadores independientes y contribuir a la sociedad, entre otros.

A mayor educación, crece la valoración de elegir el lugar y el momento del trabajo, mientras que a menor educación aumenta la expectativa de mejorar los ingresos. Si bien la independencia personal/autorrealización es siempre el factor más importante para preferir ser trabajador independiente, este motivo es menos significativo entre los universitarios (37 %).

Gráfico 7.
Preferencia: independiente en lugar de empleado (%).



Base: Entrevistados que prefieren ser independientes (1.108).

P.: ¿Por qué prefiere ser un trabajador independiente en lugar de ser un empleado?

Cuadro 2.
Motivos de preferencia según nivel educativo (%).

Motivos	Primaria	Secundaria	Bachillerato	Terciaria	Universidad o superior	TOTAL
Independencia personal / autorrealización	40	42	42	41	37	40
Libertad para elegir el lugar y el momento de trabajar	20	22	25	24	36	25
Mejores expectativas de ingresos	19	21	15	13	13	17
Explotar una oportunidad de negocio	4	3	4	4	2	3
Clima económico favorable	2	4	2	6	2	3
Por el rubro en el que trabaja/estudia	-	0	1	1	3	1
Alternativas de trabajo poco atractivas / Falta de opciones	1	1	1	-	-	1
Su familia /amigos son trabajadores independientes	2	1	-	2	-	1
Otras	6	1	6	3	4	4
No sabe	7	4	5	5	4	5
Total	100	100	100	100	100	100

Base: Entrevistados que prefieren ser independientes (1108).

P: ¿Por qué prefiere ser un trabajador independiente en lugar de ser un empleado?

Al analizar las motivaciones de los jóvenes por tramos de edad se observa que la independencia personal/autorrealización es en todos los casos el factor más importante para preferir ser trabajador independiente. Este factor tiene mayor peso relativo entre los más jóvenes (de 18 a 24 años). La libertad para elegir el lugar y el momento de trabajar cobra mayor importancia entre quienes tienen de 25 a 29 años. La expectativa de lograr mejores ingresos aumenta con la edad y desciende en la última franja (de 35 a 39 años).

Cuadro 3.
Motivos de preferencia según edad (%).

Motivos	18 a 24	25 a 29	30 a 34	35 a 39	Total
Independencia personal / autorrealización	44	37	39	40	40
Libertad para elegir el lugar y el momento de trabajar	23	29	26	23	25
Mejores expectativas de ingresos	11	19	21	18	17
Explotar una oportunidad de negocio	3	3	3	3	3
Clima económico favorable	2	4	3	3	3
Por el rubro en el que trabaja/estudia	1	1	1	-	1
Alternativas de trabajo poco atractivas / Falta de opciones	0	1	0	2	1
Su familia /amigos son trabajadores independientes	2	0	-	0	1
Otras	4	3	3	9	5
No sabe	10	3	3	2	5
Total	100	100	100	100	100

Base: Entrevistados que prefieren ser independientes (1108).

P: ¿Por qué prefiere ser un trabajador independiente en lugar de ser un empleado?

La independencia personal/autorrealización es el motivo que tiene mayor peso para preferir ser trabajador independiente, tanto para hombres como para mujeres. No obstante, entre las demás motivaciones las mujeres destacan en mayor medida la libertad

de elegir el lugar y momento de trabajar (29 % de las mujeres y 21 % de los hombres), en tanto que los hombres valoran más la expectativa de obtener mejores ingresos (21 % de los hombres y 13 % de las mujeres).

Cuadro 4.
Motivos de preferencia según sexo (%).

Motivos	Masculino	Femenino	Total
Independencia personal / autorrealización	41	39	40
Libertad para elegir el lugar y el momento de trabajar	21	29	25
Mejores expectativas de ingresos	21	13	17
Explotar una oportunidad de negocio	3	3	3
Clima económico favorable	3	3	3
Por el rubro en el que trabaja/estudia	1	1	1
Alternativas de trabajo poco atractivas / Falta de opciones	1	1	1
Su familia /amigos son trabajadores independientes	1	0	1
Para evitar la incertidumbre del pago de salarios	1	1	1
Otras	4	4	4
No sabe	4	6	5
Total	100	100	100

Base: Entrevistados que prefieren ser independientes (1108).

P: ¿Por qué prefiere ser un trabajador independiente en lugar de ser un empleado?

Los motivos para preferir ser trabajador independiente en lugar de empleado no presentan grandes diferencias según la región. En el interior es levemente más importante la autorrealización

e independencia laboral, mientras que en Montevideo son más relevantes la libertad de elegir el lugar y el momento de trabajar, y la expectativa de obtener mejores ingresos.

Cuadro 5.
Motivos de preferencia según región (%).

Motivos	Montevideo	Interior	Total
Independencia personal / autorrealización	39	41	40
Libertad para elegir el lugar y el momento de trabajar	27	24	25
Mejores expectativas de ingresos	18	16	17
Explotar una oportunidad de negocio	4	3	3
Clima económico favorable	3	3	3
Por el rubro en el que trabaja/estudia	1	1	1
Alternativas de trabajo poco atractivas / Falta de opciones	1	1	1
Su familia /amigos son trabajadores independientes	0	1	1
Para evitar la incertidumbre del pago de salarios	0	1	1
Para contribuir con la sociedad	0	-	0
Otras	4	4	4
No sabe	4	6	5
Total	100	100	100

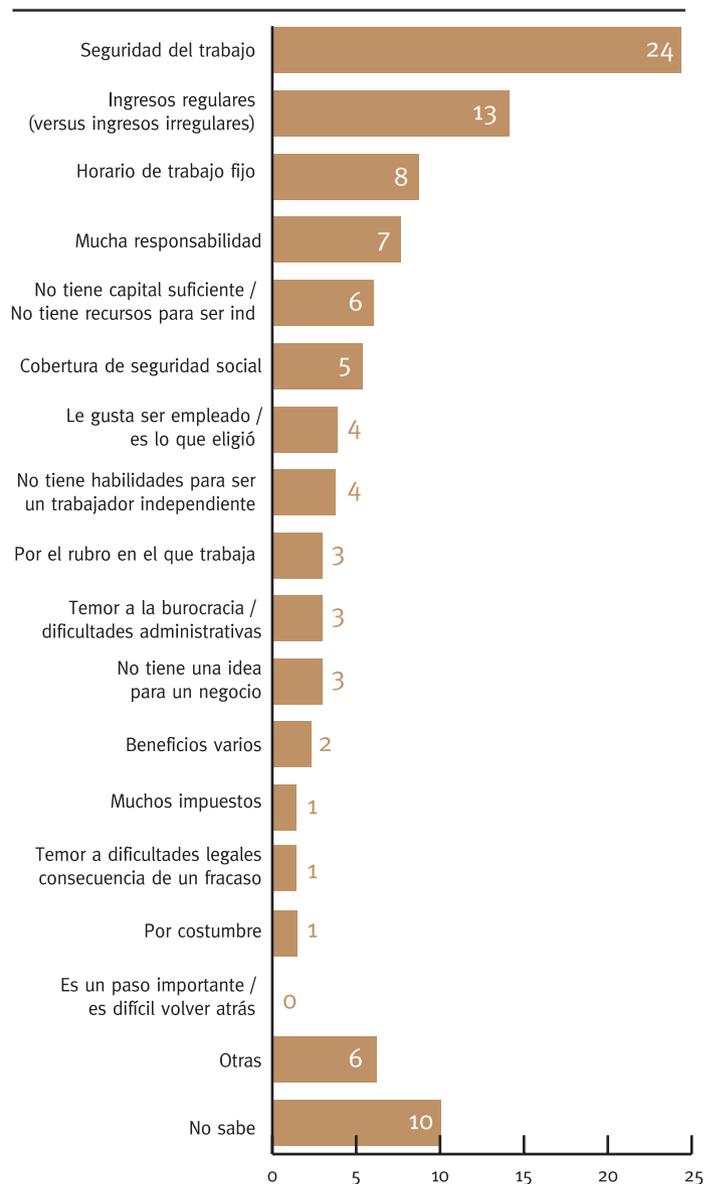
.....
Base: Entrevistados que prefieren ser independientes (1108).
.....

P: ¿Por qué prefiere ser un trabajador independiente en lugar de ser un empleado?

3. Motivos para preferir ser empleado

Las razones más importantes esgrimidas por los jóvenes que prefieren ser empleados son la seguridad del empleo (24 %) y de los ingresos (13 %). Le siguen el horario de trabajo fijo (8 %), mucha responsabilidad (7 %), la falta de recursos o capital (6 %), la cobertura de seguridad social (5 %) y la falta de habilidades para ser trabajador independiente (4 %). Aparecen otras menciones como el temor a la burocracia y a las dificultades administrativas, la carencia de una idea para un negocio, muchos impuestos, temor a dificultades legales como consecuencia de un fracaso, la costumbre, los beneficios derivados de un trabajo como dependiente, que es un paso importante o es difícil volver atrás, y otras.

Gráfico 3.
Motivos para preferir ser empleado (%).



Base: Entrevistados que prefieren ser empleados (510).

P.: ¿Por qué prefiere ser un empleado en lugar de un trabajador independiente?

La seguridad en el trabajo y la regularidad en los ingresos cobran mayor importancia relativa entre quienes tienen educación universitaria o superior, mientras que el horario de trabajo fijo y la falta de capital o recursos para ser independiente son factores que se destacan en mayor medida entre quienes tienen solamente educación primaria (ver cuadro 6).

Cuadro 6.
Motivos de preferencia según nivel educativo (%).

Motivos	Primaria	Secundaria	Bachillerato	Terciaria	Universidad o superior	TOTAL
Seguridad del trabajo	21	18	25	26	30	24
Ingresos regulares (versus ingresos irregulares)	7	15	14	13	16	13
Horario de trabajo fijo	14	7	9	10	2	8
Mucha responsabilidad	4	9	8	7	6	7
No tiene capital suficiente / No tiene recursos para ser independiente	10	5	6	4	3	6
Cobertura de seguridad social	4	5	3	10	6	5
No tiene habilidades para ser un trabajador independiente	4	5	5	3	-	4
Le gusta ser empleado/es lo que eligió	4	5	2	4	3	4
Temor a la burocracia / dificultades administrativas / trámites	1	2	2	4	5	3
Por el rubro en el que trabaja	-	2	3	6	5	3
No tiene una idea para un negocio	1	3	4	1	1	3
Beneficios varios	-	4	1	4	1	2
Otras	5	8	12	6	14	9
No sabe	25	12	6	1	7	10
Total	100	100	100	100	100	100

Base: Entrevistados que prefieren ser empleados (510).

P.: ¿Por qué prefiere ser un empleado en lugar de un trabajador independiente?

El cuadro 7 muestra los motivos para preferir ser empleado en lugar de trabajador independiente por tramos de edad. Los jóvenes en el tramo de 25 a 29 años manifiestan en mayor proporción que la seguridad en el trabajo es el principal motivo para preferir ser empleado (30 %).

Cuadro 7.
Motivos de preferencia según edad (%).

Motivos	18 a 24	25 a 29	30 a 34	35 a 39	Total
Seguridad del trabajo	19	30	24	23	24
Ingresos regulares (versus ingresos irregulares)	9	15	14	17	13
Horario de trabajo fijo	8	9	6	9	8
Mucha responsabilidad	9	3	9	7	7
No tiene capital suficiente / No tiene recursos para ser independiente	7	3	8	4	6
Cobertura de seguridad social	3	6	6	6	5
No tiene habilidades para ser un trabajador independiente	4	2	4	4	4
Le gusta ser empleado / es lo que eligió	4	4	3	3	4
Temor a la burocracia / dificultades administrativas / trámites	2	2	2	6	3
Por el rubro en el que trabaja	3	3	2	2	3
No tiene una idea para un negocio	4	2		4	3
Beneficios varios	2	2	2	2	2
Otras	11	12	10	10	8
No sabe	15	7	10	5	10
Total	100	100	100	100	100

Base: Entrevistados que prefieren ser empleados (510).

P: ¿Por qué prefiere ser un empleado en lugar de un trabajador independiente?

Entre los jóvenes que prefieren ser empleados, la importancia de la seguridad en el trabajo es similar entre hombres y mujeres (23 % y 24 % respectivamente). Sin embargo, otros motivos para preferir ser empleado sí presentan diferencias por sexo: la regularidad de los ingresos y la responsabilidad que implica el trabajo independiente es mayor entre los hombres, mientras que el horario de trabajo fijo cobra mayor importancia entre las mujeres.

Cuadro 8.
Motivos de preferencia según sexo (%).

Motivos	Montevideo	Interior	Total
Seguridad del trabajo	23	24	24
Ingresos regulares (versus ingresos irregulares)	17	10	13
Horario de trabajo fijo	3	13	8
Mucha responsabilidad	10	5	7
No tiene capital suficiente / No tiene recursos para ser independiente	7	5	6
Cobertura de seguridad social	5	5	5
No tiene habilidades para ser un trabajador independiente	5	3	4
Le gusta ser empleado / es lo que eligió	4	3	4
Temor a la burocracia / dificultades administrativas / trámites	3	2	3
Por el rubro en el que trabaja	3	3	3
No tiene una idea para un negocio	2	3	3
Beneficios varios	2	2	2
Otras	10	9	8
No sabe	6	13	10
Total	100	100	100

Base: Entrevistados que prefieren ser empleados (510).

P: ¿Por qué prefiere ser un empleado en lugar de un trabajador independiente?

En Montevideo la seguridad en el trabajo es un factor más importante para preferir ser empleado que en el interior (27 % y 22 % respectivamente). La falta de capital o recursos como factor para preferir ser empleado en lugar de independiente es un poco mayor en el interior (7 %) que en Montevideo (4 %). Otros factores, como la regularidad de los ingresos, el horario de trabajo fijo y la responsabilidad que implica un trabajo independiente casi no presentan diferencias según las regiones (ver cuadro a continuación).

Cuadro 9.
Motivos de preferencia según región (%).

Motivos	Montevideo	Interior	Total
Seguridad del trabajo	27	22	24
Ingresos regulares (versus ingresos irregulares)	13	14	13
Horario de trabajo fijo	9	8	8
Mucha responsabilidad	8	7	7
No tiene capital suficiente / No tiene recursos para ser independiente	4	7	6
Cobertura de seguridad social	6	4	5
No tiene habilidades para ser un trabajador independiente	5	3	4
Le gusta ser empleado / es lo que eligió	2	4	4
Temor a la burocracia / dificultades administrativas / trámites	5	1	3
Por el rubro en el que trabaja	3	3	3
No tiene una idea para un negocio	1	4	3
Beneficios varios		4	2
Otras	8	9	8
No sabe	9	10	10
Total	100	100	100

Base: Entrevistados que prefieren ser empleados (510).

P: ¿Por qué prefiere ser un empleado en lugar de un trabajador independiente?

Preferencias entre ser independiente y empleado: resumen de resultados

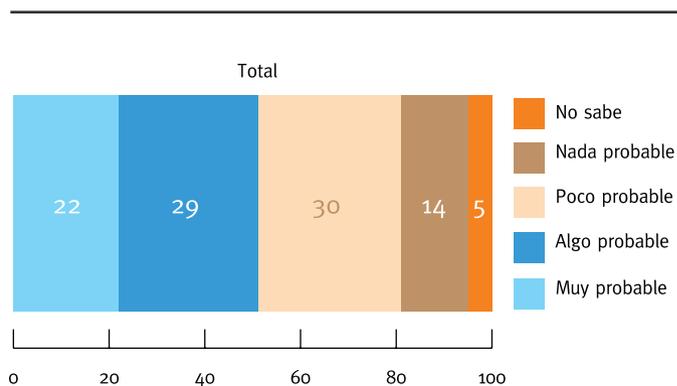
- El 65 % de los jóvenes preferirían ser trabajadores independientes antes que empleados si pudieran elegir. Esta preferencia no presenta diferencias significativas por zonas del país, edad o sexo.
- El 30 % de los jóvenes realiza el tipo de trabajo que prefiere. El 42 % desarrolla lo contrario a lo que desearía, en especial los empleados que preferirían ser independientes.
- Los jóvenes que actualmente están sin actividad mantienen las preferencias del resto: un tercio prefieren ser empleados y dos tercios escogerían ser independientes.
- La preferencia por el trabajo independiente se vincula principalmente a la autorrealización/independencia personal. Esta motivación no presenta diferencias por edad, sexo, nivel educativo o lugar en donde residen los jóvenes. Otros motivos, como la libertad de elegir el lugar y momento para trabajar, aumentan con la educación y son especialmente importantes entre las mujeres. La expectativa de lograr mejores ingresos es una motivación que cobra mayor importancia relativa en las personas con menores niveles de formación, y en especial en los hombres. Esto sugiere una priorización de las mujeres por compatibilizar diferentes roles, mientras que los hombres presentan un mayor interés por mejorar sus ingresos.
- La preferencia por ser empleado se explica fundamentalmente por la seguridad del trabajo en todos los segmentos (edad, nivel educativo, sexo, región). La regularidad de los ingresos es más importante a mayor educación y mayor edad. La falta de capital es más relevante a menor educación y menor edad.

4. Percepción sobre la posibilidad de convertirse en trabajador independiente

Más allá de las preferencias indicadas, se consultó a los entrevistados sobre la probabilidad de convertirse en trabajador independiente en los próximos 5 años.

Más de la mitad de los jóvenes que no son independientes consideran probable comenzar un emprendimiento propio en los próximos 5 años, el 30 % lo creen poco probable y el 14 % nada probable.

Gráfico 9.
Probabilidad de convertirse en trabajador independiente (%).

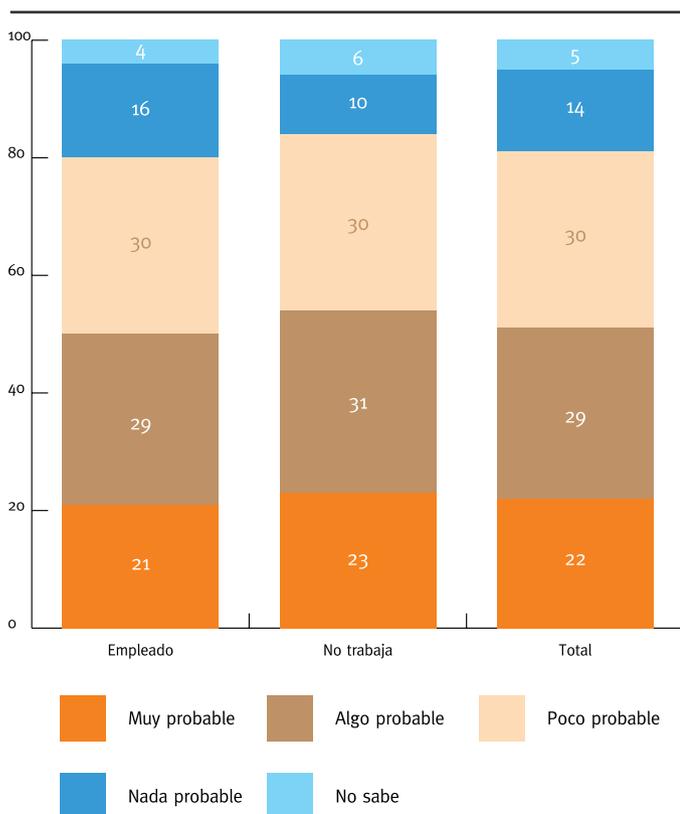


Base: Entrevistados no independientes (1.484).

P: Más allá de que le interese o no serlo, ¿cuán probable es que en los próximos 5 años usted se convierta en un trabajador independiente?

Emprender un negocio propio es percibido como más probable entre quienes hoy no están trabajando (54 %) que entre quienes son empleados (50 %). Entre estos últimos, el 21 % consideran muy probable convertirse en trabajadores independientes, el 29 % algo probable, el 30 % poco probable y el 16 % nada probable. Entre quienes no trabajan, el 23 % creen muy probable convertirse en trabajadores independientes, el 31 % algo probable, el 30 % poco probable y el 10 % nada probable.

Gráfico 10.
Probabilidad de convertirse en trabajador independiente según ocupación (%).



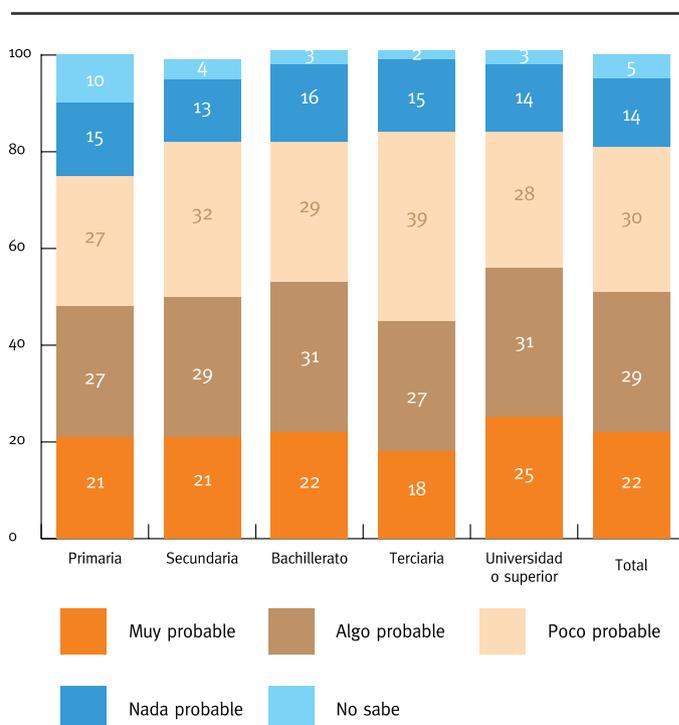
Base: Entrevistados no independientes (1.484).

P.: Más allá de que le interese o no serlo, ¿cuán probable es que en los próximos 5 años usted se convierta en un trabajador independiente?

Convertirse en trabajador independiente se percibe como más probable entre quienes tienen educación universitaria y superior (56 %) y el porcentaje es menor entre quienes tienen educación terciaria (45 %). En los otros segmentos, la percepción de convertirse en trabajadores independientes está presente en el 48 % de los que tienen educación primaria, el 50 % de los que finalizaron el ciclo básico de secundaria y el 53 % de los que completaron bachillerato.

Se observa que a mayor nivel educativo alcanzado, mayor es la probabilidad de convertirse en trabajador independiente, con la excepción del segmento de formación terciaria (incluye formación docente, tecnicaturas, etc.).

Gráfico 11.
Probabilidad de convertirse en trabajador independiente según nivel educativo (%).

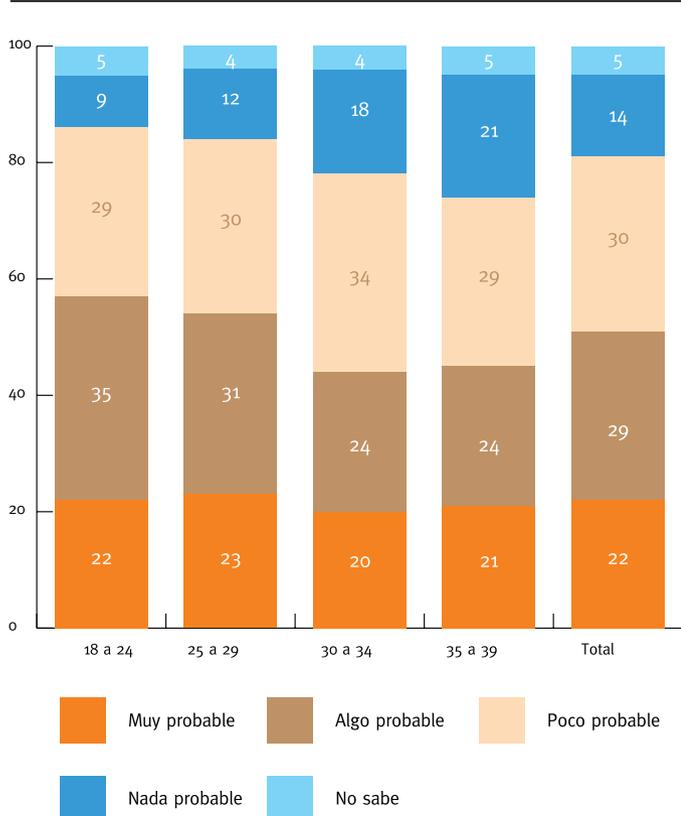


Base: Entrevistados no independientes (1.484).

P.: Más allá de que le interese o no serlo, ¿cuán probable es que en los próximos 5 años usted se convierta en un trabajador independiente?

A mayor edad bajan las expectativas respecto a desarrollar actividades independientes. La probabilidad es percibida como más importante entre los jóvenes que tienen entre 18 y 24 años: el 22 % responden que es muy probable que se conviertan en trabajadores independientes en los próximos 5 años, el 35 % lo consideran algo probable, el 29 % poco probable y el 9 % nada probable.

Gráfico 12.
Probabilidad de convertirse en trabajador independiente según edad (%).

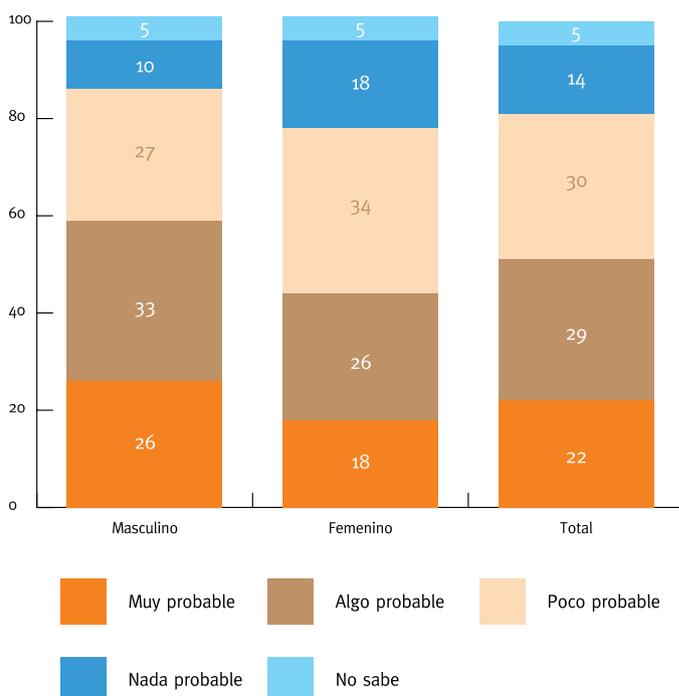


Base: Entrevistados no independientes (1.484).

P.: Más allá de que le interese o no serlo, ¿cuán probable es que en los próximos 5 años usted se convierta en un trabajador independiente?

Los hombres perciben mayores probabilidades de convertirse en trabajadores independientes que las mujeres: el 59 % de los primeros manifiestan que es muy probable o algo probable, y solo el 44 % de las mujeres consideran probable convertirse en trabajadoras independientes en los próximos 5 años.

Gráfico 13.
Probabilidad de convertirse en trabajador independiente según sexo (%).

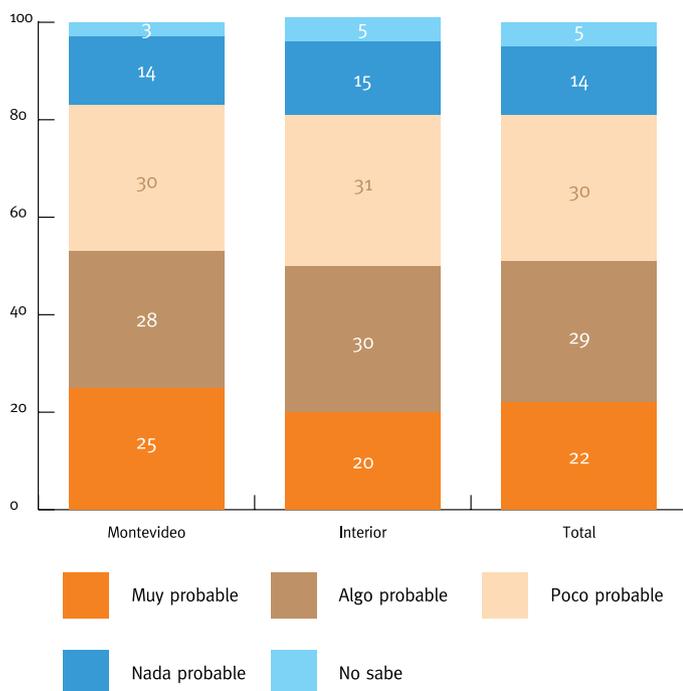


Base: Entrevistados no independientes (1.484).

P.: Más allá de que le interese o no serlo, ¿cuán probable es que en los próximos 5 años usted se convierta en un trabajador independiente?

Las diferencias según región no son importantes: la expectativa de convertirse en trabajador independiente en el futuro es levemente superior en Montevideo que en el interior, con un 53 % y 50 % respectivamente.

Gráfico 14.
Probabilidad de convertirse en trabajador independiente según región (%).



Base: Entrevistados no independientes (1.484).

P.: Más allá de que le interese o no serlo, ¿cuán probable es que en los próximos 5 años usted se convierta en un trabajador independiente?

Se les consultó a los jóvenes que asignan poca o ninguna probabilidad de iniciar un emprendimiento en los próximos 5 años sobre los principales motivos para no emprender. El principal argumento es la falta de capital suficiente o de recursos (37 %), no tener una idea para un negocio (8 %) y no tener habilidades para ser un trabajador independiente (4 %), entre otros.

Gráfico 15.
Motivos para no ser trabajador independiente (%).

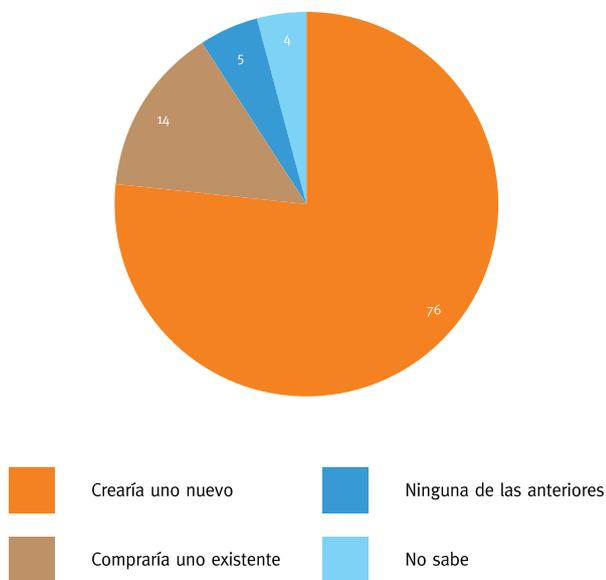


Base: Entrevistados con poca o ninguna probabilidad de convertirse en trabajadores independientes en los próximos 5 años (663).

P.: ¿Por qué cree que NO es probable que sea un trabajador independiente en los próximos 5 años?

A todos los jóvenes entrevistados, independientemente del tipo de ocupación actual, se les consultó si en caso de disponer de los recursos para iniciar un negocio propio, incluyendo financiamiento, preferirían crear uno nuevo o comprarían uno existente. Tres de cada cuatro jóvenes preferirían crear uno nuevo (76%), el 14% comprarían uno existente y el 5% declararon que no les interesa.

Gráfico 16.
Preferencia por tipo de negocio: nuevo versus existente (%).

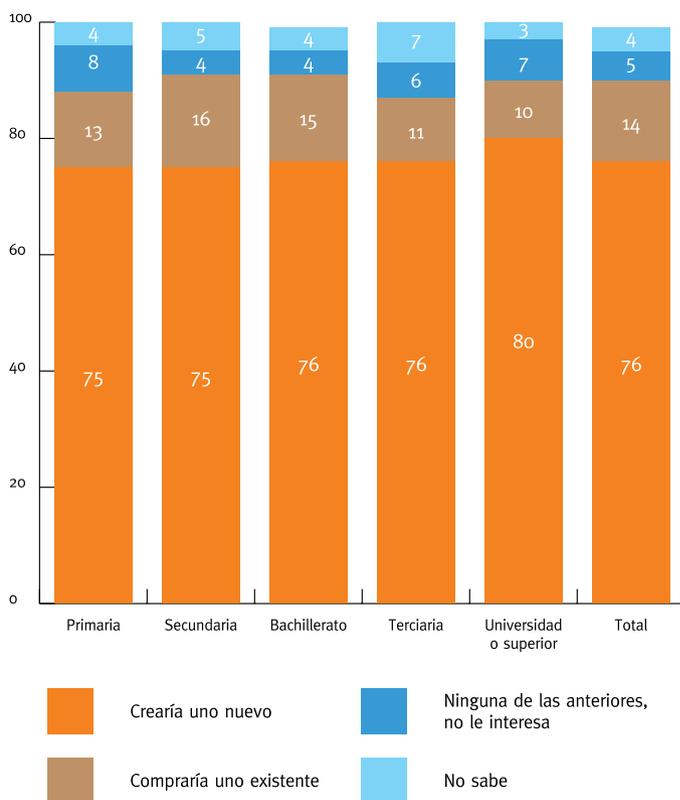


Base: Total de entrevistados.

P.: Si tuviera todos los recursos para iniciar su propio negocio, incluyendo financiamiento, ¿usted crearía un nuevo negocio o compraría uno existente?

Las respuestas son relativamente similares por nivel educativo; se aprecia una leve diferencia entre los más educados: 4 de cada 5 universitarios (80%) afirman que preferirían crear un nuevo negocio.

Gráfico 17.
Preferencia por tipo de negocio nuevo versus existente, según nivel educativo (%).

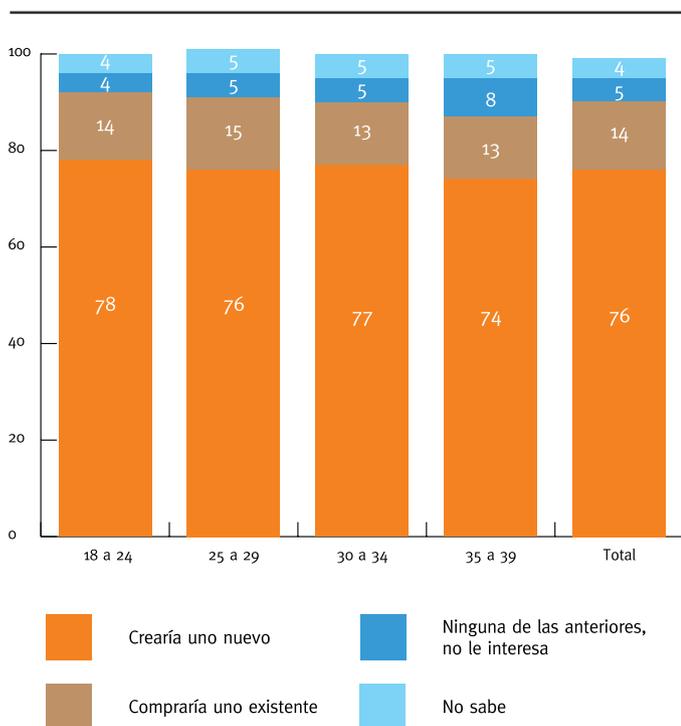


Base: Total de entrevistados.

P.: Si tuviera todos los recursos para iniciar su propio negocio, incluyendo financiamiento, ¿usted crearía un nuevo negocio o compraría uno existente?

Los segmentos por edad, sexo y región geográfica no muestran diferencias significativas en cuanto a las preferencias de los jóvenes a la hora de crear un negocio nuevo o comprar uno existente (ver gráficos 18 a 20).

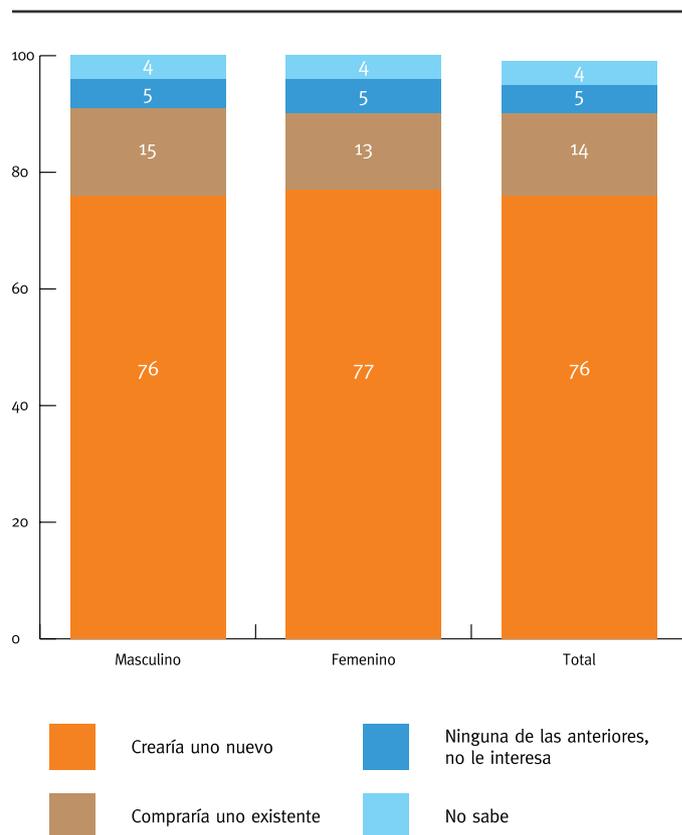
Gráfico 18.
Preferencia por tipo de negocio nuevo versus existente, según edad (%).



Base: Total de entrevistados.

P: Si tuviera todos los recursos para iniciar su propio negocio, incluyendo financiamiento, ¿usted crearía un nuevo negocio o compraría uno existente?

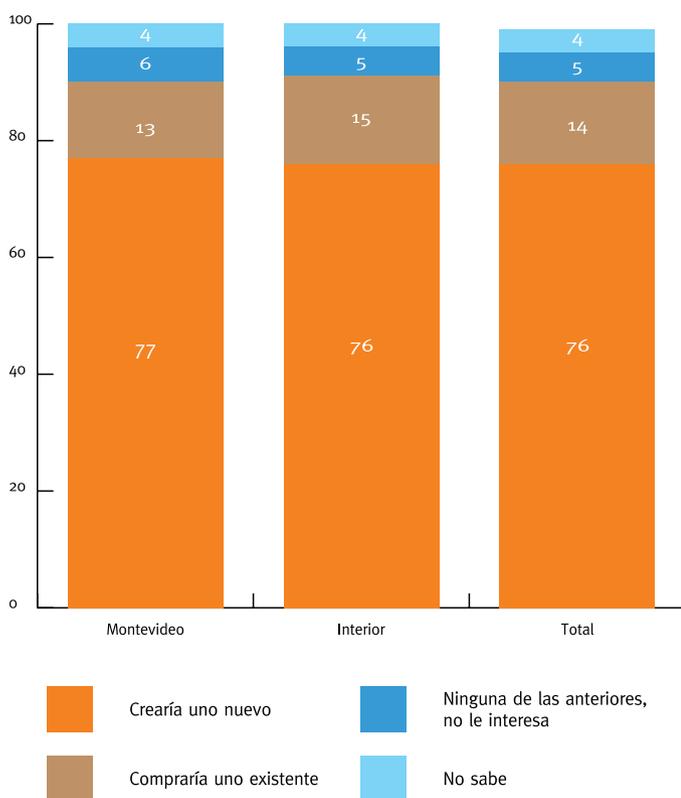
Gráfico 19.
Preferencia por tipo de negocio nuevo versus existente, según sexo (%).



Base: Total de entrevistados.

P: Si tuviera todos los recursos para iniciar su propio negocio, incluyendo financiamiento, ¿usted crearía un nuevo negocio o compraría uno existente?

Gráfico 20.
Preferencia por tipo de negocio nuevo versus existente, según región geográfica (%).



Base: Total de entrevistados.

P.: Si tuviera todos los recursos para iniciar su propio negocio, incluyendo financiamiento, ¿usted crearía un nuevo negocio o compraría uno existente?

Probabilidad de convertirse en trabajador independiente: resumen de resultados

- Más de la mitad de los jóvenes que no son independientes encuentran alguna posibilidad en convertirse en independientes en los próximos 5 años, el 30 % lo consideran poco probable y el 14 % nada probable.
- A mayor nivel educativo alcanzado, mayor es la probabilidad de convertirse en trabajador independiente, con la excepción del segmento de formación terciaria (incluye formación docente, tecnicaturas, etc.).
- A mayor edad, bajan las expectativas de desarrollar actividades independientes. La probabilidad es percibida como más importante entre los jóvenes que tienen entre 18 y 24 años.
- El 59 % de los hombres consideran muy probable o algo probable convertirse en trabajadores independientes en los próximos 5 años. En las mujeres la proporción es del 44 %.
- Entre los entrevistados, 3 de cada 4 preferirían crear un negocio nuevo si contaran con todos los recursos para ello. Solo uno de cada 4 preferirían comprar un negocio existente.

5. Experiencias previas de los jóvenes en algún negocio

Se consultó a los jóvenes sobre sus experiencias previas en el desarrollo de un emprendimiento. La mayoría no ha tenido una experiencia de negocio (62 %). El 34 % tienen o han tenido alguna experiencia porque comenzaron o compraron un negocio (11 %), se hicieron cargo de un negocio familiar (12 %) o están dando los primeros pasos para comenzar uno (11 %). El 5 % de los jóvenes no tienen ninguna experiencia previa aunque están pensando en iniciar un negocio.

Gráfico 21.
Experiencia con algún negocio (%)



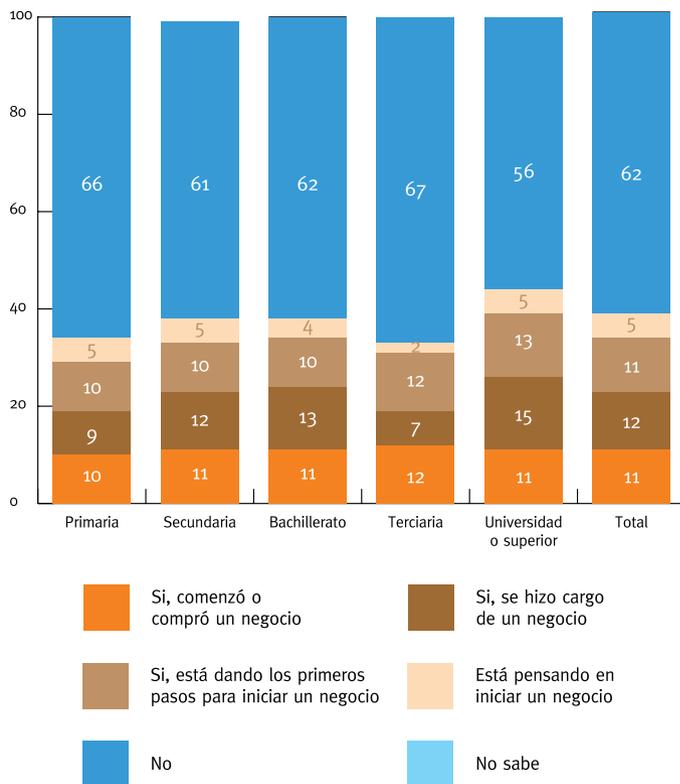
Base: Total de entrevistados.

P.: ¿Ha comenzado algún negocio alguna vez, compró uno, se hizo cargo de un negocio familiar o está dando los primeros pasos para realizarlo?

Por nivel educativo, quienes tienen una mayor experiencia en negocios son aquellos que alcanzaron educación universitaria (44 %). De estos, el 11 % comenzaron o compraron un negocio, el 15 % se hicieron cargo de un negocio familiar, el 13 % están dando los primeros pasos para iniciar un negocio y el 5 % están pensando en comenzar uno.

El 67 % de quienes alcanzaron educación terciaria no tienen experiencia ni están pensando en iniciar su propio negocio. En una situación similar se encuentran quienes solo tienen educación primaria (66 %), aunque en este caso es mayor la proporción de jóvenes que están pensando en iniciar un negocio.

Gráfico 22.
Experiencia con algún negocio según nivel educativo (%).

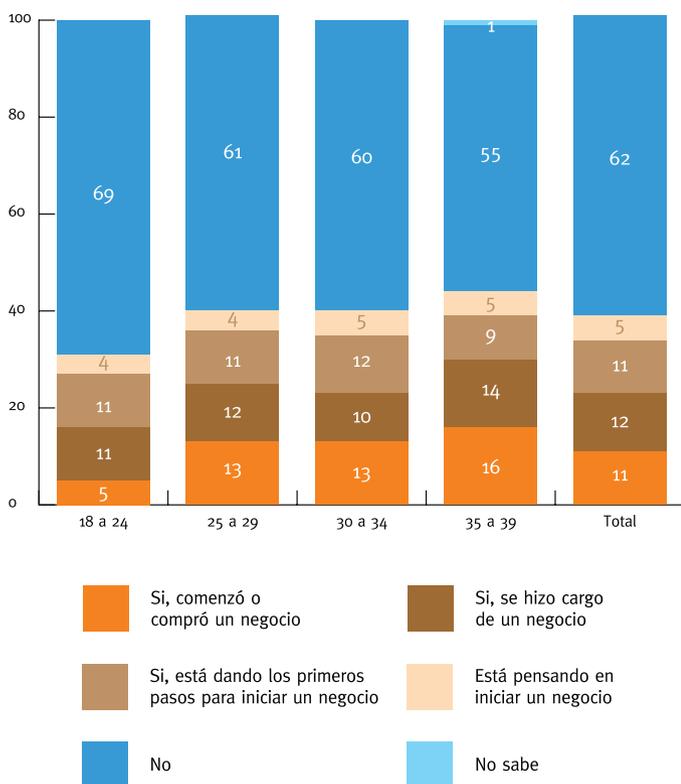


Base: Total de entrevistados.

P.: ¿Ha comenzado algún negocio alguna vez, compró uno, se hizo cargo de un negocio familiar o está dando los primeros pasos para realizarlo?

El gráfico a continuación muestra la experiencia en negocios por tramos de edad. A mayor edad, mayor es la proporción de jóvenes que han tenido alguna experiencia como empresarios.

Gráfico 23.
Experiencia con algún negocio según edad (%).

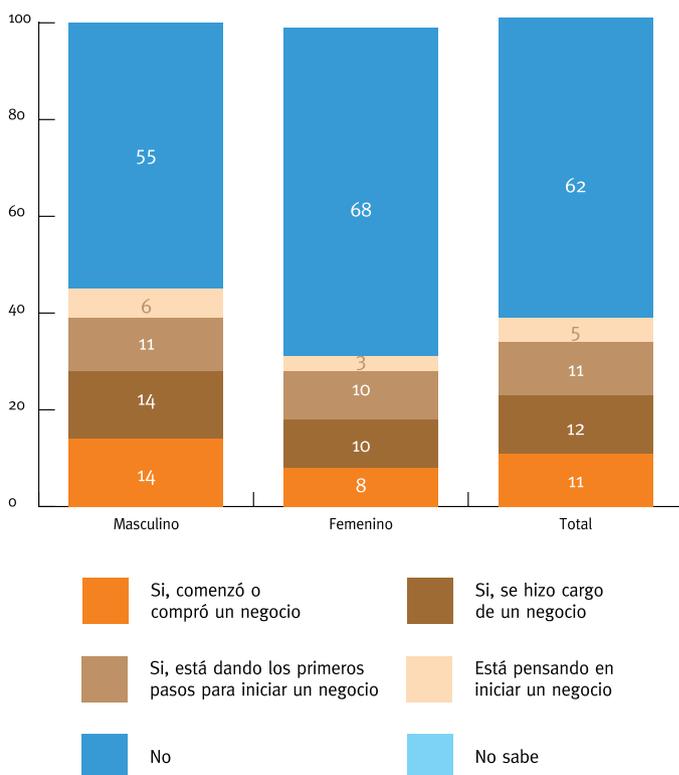


Base: Total de entrevistados.

P.: ¿Ha comenzado algún negocio alguna vez, compró uno, se hizo cargo de un negocio familiar o está dando los primeros pasos para realizarlo?

En cuanto a las diferencias por sexo, las mujeres han tenido menos experiencias de negocios que los hombres: 68 % de las primeras no han tenido ninguna, en tanto este guarismo se reduce al 55 % de los hombres. Se observa además que el 17 % de los hombres y el 13 % de las mujeres están pensando en iniciar un negocio o están dando los primeros pasos para iniciar uno.

Gráfico 24.
Experiencia con algún negocio según sexo (%).

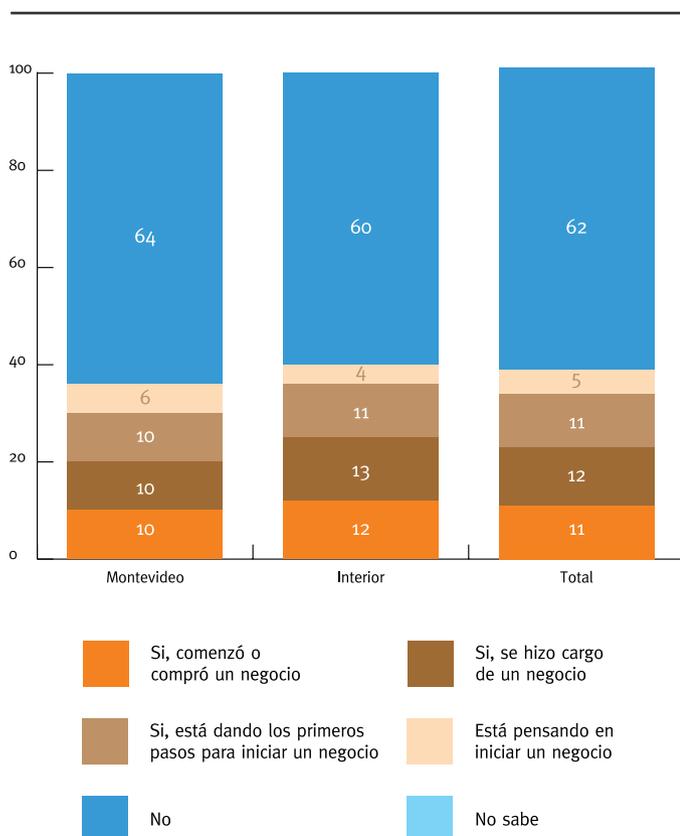


Base: Total de entrevistados.

P.: ¿Ha comenzado algún negocio alguna vez, compró uno, se hizo cargo de un negocio familiar o está dando los primeros pasos para realizarlo?

También se observan diferencias por región: en el interior del país los jóvenes tienen mayor experiencia como empresarios que en Montevideo. En sentido inverso, en el interior el 60 % de los jóvenes afirman no tener ningún tipo de experiencia ni estar pensando en iniciar un negocio, mientras que en la capital son el 64%.

Gráfico 25.
Experiencia con algún negocio según región (%).



Base: Total de entrevistados.

P.: ¿Ha comenzado algún negocio alguna vez, compró uno, se hizo cargo de un negocio familiar o está dando los primeros pasos para realizarlo?

Al relacionar la experiencia de los jóvenes con algún negocio y la ocupación de sus padres, surgen algunas variaciones. Esto podría dar pistas de la influencia que tiene la familia en la generación de emprendimientos.

En los cuadros 10 y 11 se observa que los jóvenes cuyo padre o madre han desarrollado actividades independientes son los que proporcionalmente tienen mayor experiencia en negocios (43 %), en comparación con el 33 % de los jóvenes cuyos padres son empleados.

No se observan diferencias significativas en la experiencia empresarial que puedan tener los hijos de empleados del sector público y del sector privado. Los hijos de los obreros del sector privado tienen relativamente menor experiencia: el 71 % de los jóvenes hijos de padre o madre obreros no tienen experiencia como empresarios. Los resultados son similares según la ocupación del padre o de la madre.

Cuadro 10.
Ocupación del padre (%).

Experiencia	Independiente	Empleado del sector privado	Obrero del sector privado	Empleado público	TOTAL
Sí, comenzó o compró un negocio	14	11	7	11	11
Sí, se hizo cargo de un negocio	18	11	6	9	12
Sí, está dando los primeros pasos para iniciar un negocio	11	12	11	11	11
Está pensando en iniciar un negocio	3	6	6	4	5
No	53	61	71	65	62
TOTAL	100	100	100	100	100

Base: Total de entrevistados.

P: ¿Ha comenzado algún negocio alguna vez, compró uno, se hizo cargo de un negocio familiar o está dando los primeros pasos para realizarlo?

Cuadro 11.
Ocupación de la madre (%).

Experiencia	Independiente	Empleado del sector privado	Obrero del sector privado	Empleado público	TOTAL
Sí, comenzó o compró un negocio	12	10	5	11	11
Sí se hizo cargo de un negocio	18	8	0	12	12
Sí, está dando los primeros pasos para iniciar un negocio	13	12	5	9	11
Está pensando en iniciar un negocio	4	6	19	3	5
No	53	65	71	65	62
No sabe	0	0	0	0	0
TOTAL	100	100	100	100	100

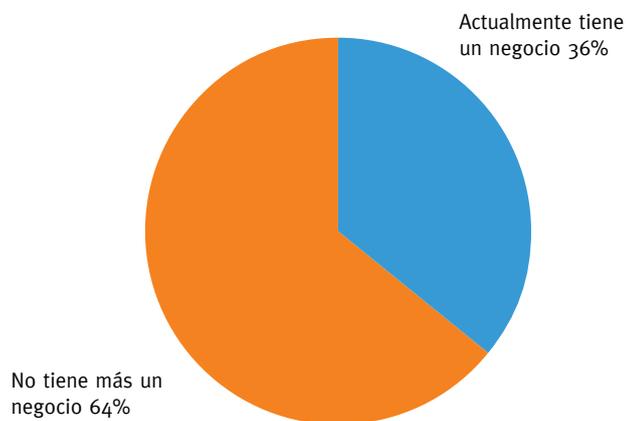
Base: Total de entrevistados.

P: ¿Ha comenzado algún negocio alguna vez, compró uno, se hizo cargo de un negocio familiar o está dando los primeros pasos para realizarlo?

A los jóvenes que alguna vez tuvieron una empresa, ya sea porque comenzaron, compraron o se hicieron cargo de un negocio, se les consultó si actualmente la mantienen, la cerraron, vendieron o traspasaron.

Como puede apreciarse en los gráficos siguientes, el 36 % de los jóvenes con experiencia empresarial tienen actualmente un negocio a cargo, mientras que el 64 % no lo conservan. El 38 % tuvieron su primer negocio hace menos de 3 años, y el 62 % hace más de 3 años.

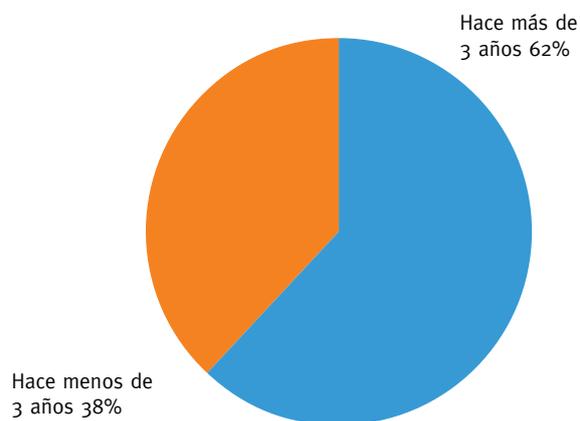
Gráfico 26.
Situación actual del negocio (%).



Base: Entrevistados que comenzaron, compraron o se hicieron cargo de un negocio (391).

P.: ¿El primer negocio que tuvo fue....? P.: ¿Y actualmente tiene un negocio o ya no lo tiene porque lo vendió, cerró o traspasó?

Gráfico 27.
Antigüedad del negocio (%).



Base: Entrevistados que comenzaron, compraron o se hicieron cargo de un negocio (391).

P.: ¿El primer negocio que tuvo fue....?

La principal fuente de ingresos para la amplia mayoría de los jóvenes que actualmente tienen un negocio son los ingresos derivados de este (83 %). En menor medida, existen otras fuentes de ingresos principales: rentas sobre inversiones, ahorros o acciones (7 %), un empleo de medio tiempo (5 %) o de tiempo completo (3 %).

Cuadro 12.
Principal fuente de ingresos de las personas que se definen como independientes (%).

Principal fuente de ingresos	Total
Su negocio / Trabajar en su empresa	83
Un empleo medio tiempo	5
Un empleo de tiempo completo	3
Renta sobre inversiones, ahorros, acciones	7
No sabe	2
Total	100

Los datos por nivel educativo muestran que, si bien en todos los niveles los trabajadores independientes tienen como principal fuente de ingresos el trabajo en su propia empresa, esto es menor entre los universitarios (74 %). A su vez, la renta como principal fuente de ingresos, aunque no es muy alta, es mayor entre quienes tienen mayores niveles educativos (13 % de los que alcanzaron un nivel universitario o superior y de los que tienen nivel terciario).

.....
Base: Trabajadores independientes (132).

P.: De la siguiente lista, ¿cuál es su principal fuente de ingresos?

Cuadro 13.

Principal fuente de ingresos, según nivel educativo (%).

Principal fuente de ingresos	Primaria	Secundaria	Bachillerato	Terciaria	Universidad o superior	Total
Su negocio / Trabajar en su empresa	89	84	84	88	74	83
Un empleo medio tiempo	6	3	9	-	4	5
Un empleo de tiempo completo	6	3	2	-	4	3
Renta sobre inversiones, ahorros, acciones	-	6	5	13	13	7
No sabe	-	3	-	-	4	2
Total	100	100	100	100	100	100

Base: Trabajadores independientes (132).

P.: De la siguiente lista, ¿cuál es su principal fuente de ingresos?

Por otra parte, los datos por edad evidencian que el 72 % de los más jóvenes (18 a 24 años) obtienen su principal ingreso a partir de su negocio, mientras que el 22 % lo hacen de un empleo de medio tiempo y el 6 % de un empleo de tiempo completo. En sentido inverso, los ingresos por rentas como fuente principal se registran, en mayor proporción, a mayores edades.

Cuadro 14.

Principal fuente de ingresos, según edad (%).

Principal fuente de ingresos	18 a 24	25 a 29	30 a 34	35 a 39	Total	Total
Su negocio / Trabajar en su empresa	72	91	82	84	83	83
Un empleo medio tiempo	22	3	5	-	5	5
Un empleo de tiempo completo	6	-	3	5	3	3
Renta sobre inversiones, ahorros, acciones	-	6	8	9	7	7
No sabe	-	-	3	2	2	2
Total	100	100	100	100	100	100

Base: Trabajadores independientes (132).

P.: De la siguiente lista, ¿cuál es su principal fuente de ingresos?

Entre los trabajadores independientes, el porcentaje de hombres cuyo principal ingreso se origina por el trabajo en su propia empresa es mayor que el de las mujeres (90 % contra 75 %). En sentido inverso, la renta y el empleo como principales fuentes de ingresos son mayores entre las mujeres que entre los hombres. La renta sobre inversiones, ahorros y acciones son el ingreso principal para el 10 % de las mujeres que trabajan de forma independiente, pero solo para el 4 % de los hombres. El empleo de medio tiempo o de tiempo completo, es el ingreso principal del 13 % de las mujeres que trabajan de forma independiente, y solo del 4 % de los hombres.

Cuadro 15.
Principal fuente de ingresos, según sexo (%).

Principal fuente de ingresos	Masculino	Femenino	Total
Su negocio/ Trabajar en su empresa	90	75	83
Un empleo medio tiempo	3	8	5
Un empleo de tiempo completo	1	5	3
Renta sobre inversiones, ahorros, acciones	4	10	7
No sabe	1	2	2
Total	100	100	100

.....
Base: Trabajadores independientes (132).
.....

P.: De la siguiente lista, ¿cuál es su principal fuente de ingresos?

Al analizar las respuestas por región geográfica del país, se observa que el negocio propio es la principal fuente de ingreso del 86 % de los trabajadores independientes del interior y del 78 % de radicados en Montevideo.

Cuadro 16.
Principal fuente de ingresos, según región geográfica (%).

Principal fuente de ingresos	Montevideo	Interior	Total
Su negocio/ Trabajar en su empresa	78	86	83
Un empleo medio tiempo	4	6	5
Un empleo de tiempo completo	4	2	3
Renta sobre inversiones, ahorros, acciones	9	6	7
No sabe	4	-	2
Total	100	100	100

.....
Base: Trabajadores independientes (132).
.....

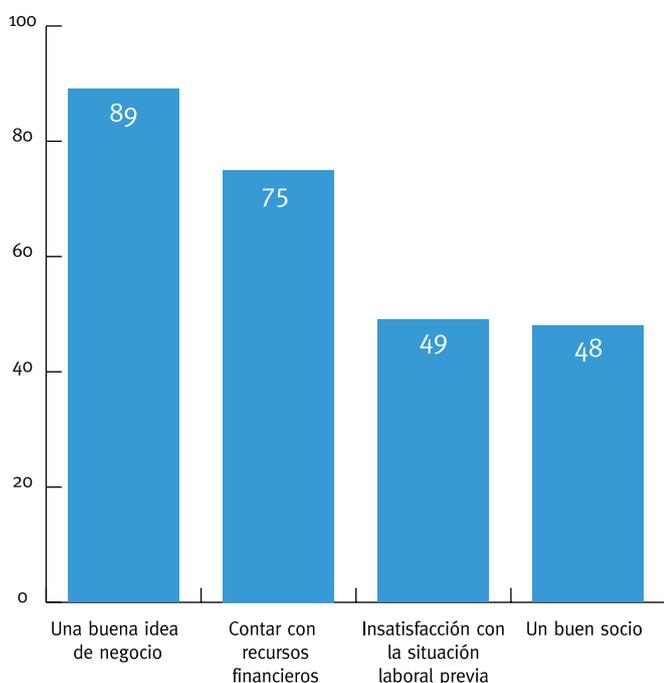
P.: De la siguiente lista, ¿cuál es su principal fuente de ingresos?

6. Principales aspectos que influyen en la decisión de comenzar un emprendimiento

A los jóvenes que alguna vez comenzaron o se hicieron cargo de un negocio se les pidió su opinión sobre una lista de factores que pueden haber influido en su decisión de emprender.

Dentro de los aspectos que parecen tener mayor influencia al comenzar un emprendimiento, se destaca contar con una buena idea de negocio (89 %). El 75 % de los jóvenes afirman que contar con los recursos financieros influyó positivamente a la hora de comenzar el emprendimiento. Otros aspectos influyentes son la insatisfacción con la situación laboral previa (49 %) y contar con un buen socio (48 %).

Gráfico 28.
Aspectos que influyen para iniciar negocio (%).



Base: Entrevistados que comenzaron, compraron, se hicieron cargo de un negocio o tienen la oportunidad de hacerse cargo de un negocio familiar (391).

P.: Ahora le voy a leer una lista de aspectos que pueden haber influido para dar los primeros pasos para iniciar un negocio o hacerse cargo de él, y le voy a pedir que me diga si los considera aspectos importantes o no.

Cuando se consulta a los jóvenes si comenzaron su emprendimiento por necesidad o por oportunidad, casi la mitad de los entrevistados consideran que el principal motivo para iniciar el negocio es que se le presentó la oportunidad (47 %). Casi 1 de cada 3 considera que lo inició por su vinculación con un negocio familiar (30 %) y solo 1 de cada 5 manifiesta que comenzó por necesidad (20 %).

Gráfico 28.
Motivo por el cual inició o está iniciando su negocio (%).



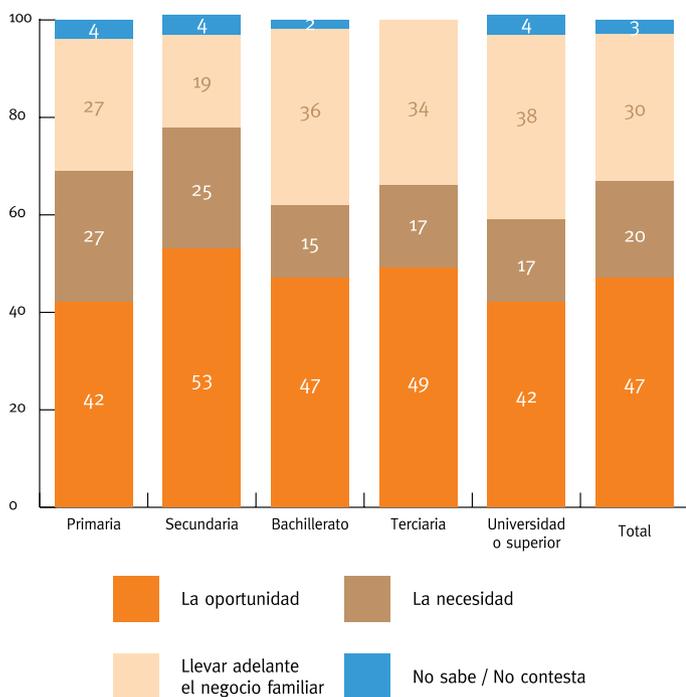
Base: Entrevistados que comenzaron, compraron o se hicieron cargo de un negocio (391).

P.: En definitiva, ¿usted inició o está iniciando su negocio por...?

En todos los niveles educativos el motivo principal para comenzar un emprendimiento es que se presentó una oportunidad. La necesidad u oportunidad de llevar adelante un negocio familiar está más presente entre los jóvenes que cuentan con educación universitaria o superior (38 %). La necesidad es un factor más importante entre los que solo han completado la educación primaria.

Gráfico 30.

Motivo por el cual inició o está iniciando su negocio, según nivel educativo (%).



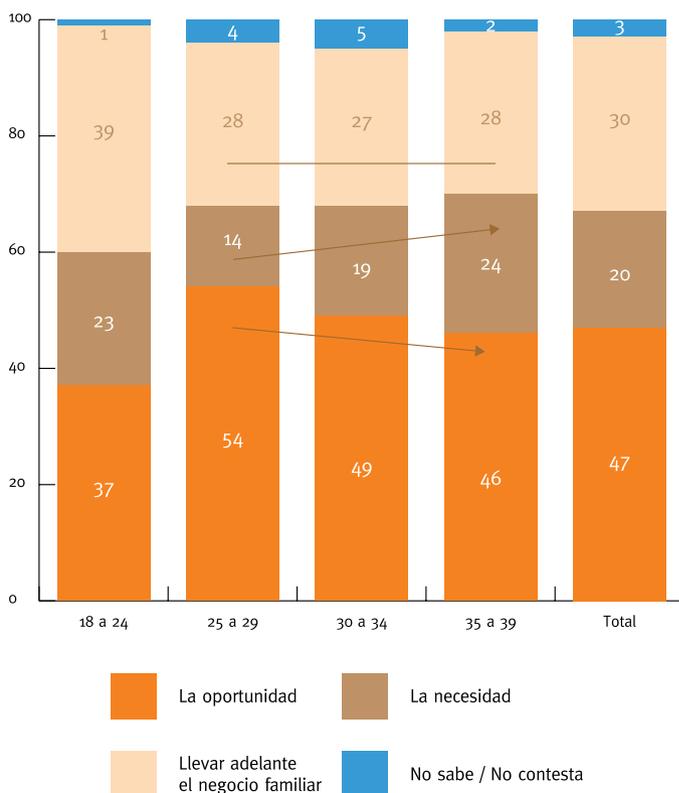
Base: Entrevistados que comenzaron, compraron o se hicieron cargo de un negocio (391).

P.: En definitiva, ¿usted diría que inició o está iniciando su negocio por...?

Entre los más jóvenes (18 a 24 años) las motivaciones para emprender varían en relación al conjunto de los entrevistados: la mayoría señala que el principal motivo es la necesidad u oportunidad de llevar adelante un negocio familiar (39 %), opción seguida porque se le presentó la oportunidad (37 %) y porque tuvo la necesidad (23 %). Para los demás tramos etarios, si bien se cumple que el principal motivo para comenzar un negocio es que se presentó una oportunidad, se observa que el factor oportunidad disminuye con la edad, en tanto que el factor necesidad aumenta.

Gráfico 31.

Motivo por el cual inició o está iniciando su negocio, según la edad (%).



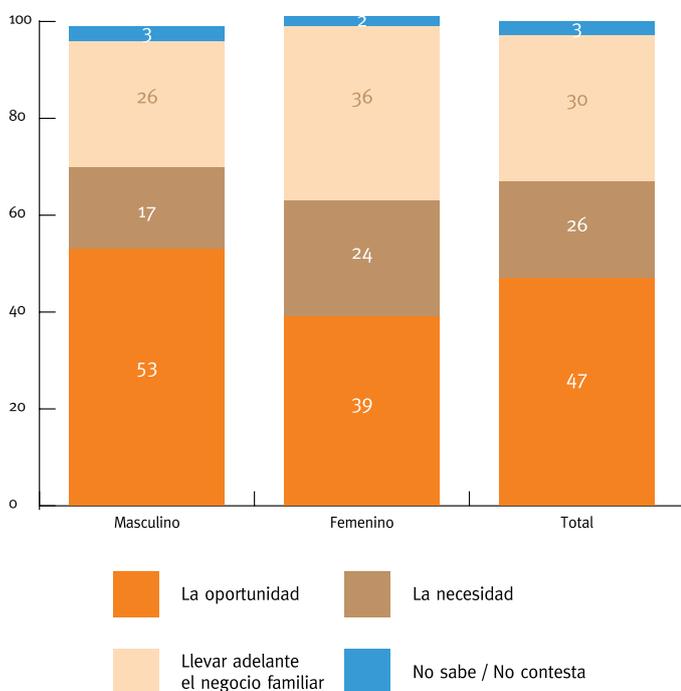
Base: Entrevistados que comenzaron, compraron o se hicieron cargo de un negocio (391).

P.: En definitiva, ¿usted diría que inició o está iniciando su negocio por...?

Las diferencias por género en los jóvenes son notorias a la hora de iniciar o hacerse cargo de un negocio. Los motivos relacionados con la oportunidad están más presentes en los hombres, mientras que en las mujeres cobra mayor importancia relativa hacerse cargo de la empresa familiar o la necesidad.

Gráfico 32.

Motivo por el cual inició o está iniciando su negocio, según sexo (%).



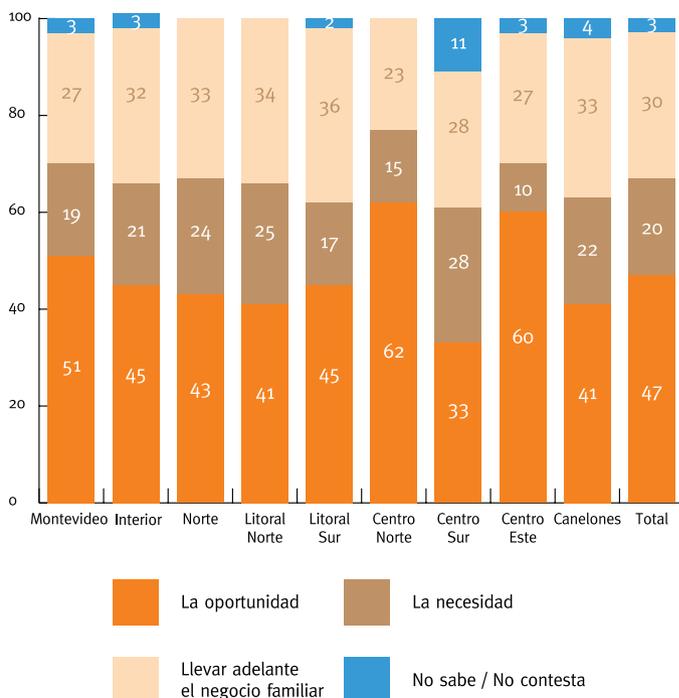
Base: Entrevistados que comenzaron, compraron o se hicieron cargo de un negocio (391).

P: En definitiva, ¿usted diría que inició o está iniciando su negocio por...?

Los datos según región geográfica muestran que el factor oportunidad tiene mayor peso en la zona centro norte (Durazno y Tacuarembó, 62 %), la costa este (Maldonado y Rocha, 60 %) y Montevideo (51 %). Por su parte, el factor necesidad como motivo para emprender es más relevante en los departamentos de las zonas centro sur (Flores, Florida y Lavalleja, 28 %), litoral norte (Paysandú, Salto y Río Negro, 25 %) y norte (Artigas, Rivera, Cerro Largo y Treinta y Tres, 24 %). Tener la necesidad u oportunidad de llevar adelante un negocio familiar presenta un mayor peso relativo en el litoral sur (Soriano, Colonia y San José, 36 %).

Gráfico 33.

Motivo por el cual inició o está iniciando su negocio, según región geográfica (%).

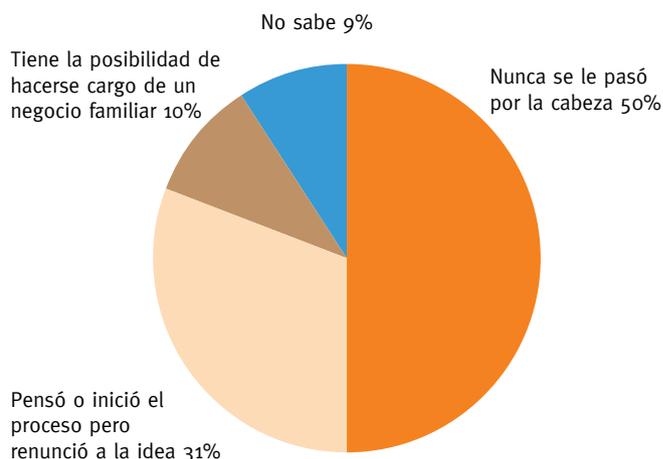


Base: Entrevistados que comenzaron, compraron o se hicieron cargo de un negocio (391).

P: En definitiva, ¿usted diría que inició o está iniciando su negocio por...?

A los jóvenes que nunca comenzaron un negocio se les pidió que profundizaran sus motivos. A la mitad de los que no iniciaron, compraron ni se hicieron cargo de un negocio “nunca se les pasó por la cabeza” la posibilidad de ser empresario. Casi la tercera parte (31 %) pensó en hacerlo o inició el proceso pero renunció a la idea, y 1 de cada 10 tiene la oportunidad de hacerse cargo de un negocio familiar.

Gráfico 34.
Situación respecto a la posibilidad de ser empresario (%).



Base: Entrevistados que no comenzaron, compraron ni se hicieron cargo de un negocio (1061).

P.: ¿Cómo describiría su situación?

A mayor nivel educativo, mayores son las perspectivas de pensar en iniciar un negocio; en contraposición, a menor nivel de educación, menor es la conciencia de desarrollar un emprendimiento como una alternativa imaginable.

Cuadro 17.
Situación respecto a la posibilidad de ser empresario, según nivel educativo (%).

Situación	Primaria	Secundaria	Bachillerato	Terciaria	Universidad o superior	Total
Nunca se le pasó por la cabeza	56	53	48	45	48	50
Pensó o inició el proceso pero renunció a la idea	28	28	34	29	33	31
Tiene la oportunidad de hacerse cargo de un negocio familiar	9	9	9	14	10	10
No sabe	7	11	9	12	9	9
Total	100	100	100	100	100	100

Base: Entrevistados que no comenzaron, compraron ni se hicieron cargo de un negocio (1061).

P.: ¿Cómo describiría su situación?

Al 56 % de los entrevistados de 18 a 24 años “nunca se les pasó por la cabeza” ser empresarios. En el resto de los jóvenes, a mayor edad son mayores las posibilidades de imaginarse como tales.

Cuadro 18.

Situación respecto a la posibilidad de ser empresario, según edad (%).

Situación	18 a 24	25 a 29	30 a 34	35 a 39	Total	Total
Nunca se le pasó por la cabeza	56	45	52	46	50	50
Pensó o inició el proceso pero renunció a la idea	24	32	33	37	31	31
Tiene la oportunidad de hacerse cargo de un negocio familiar	10	12	9	6	10	10
No sabe	10	11	5	11	9	9
Total	100	100	100	100	100	100

Base: Entrevistados que no comenzaron, compraron ni se hicieron cargo de un negocio (1061).

P: ¿Cómo describiría su situación?

Al 53 % de las mujeres que no están llevando adelante un emprendimiento propio “nunca se les pasó por la cabeza” la perspectiva de ser empresarias, mientras que en el caso de los hombres esta cifra alcanza el 47 %. Pensaron o iniciaron el proceso y renunciaron a la idea el 32 % de los hombres y el 29 % de las mujeres, y tienen la oportunidad de hacerse cargo de un negocio familiar el 12 % y el 8 %, respectivamente.

Cuadro 19.

Situación respecto a la posibilidad de ser empresario, según sexo (%).

Situación	Masculino	Femenino	Total
Nunca se le pasó por la cabeza	47	53	50
Pensó o inició el proceso pero renunció a la idea	32	29	31
Tiene la oportunidad de hacerse cargo de un negocio familiar	12	8	10
No sabe	9	9	9
Total	100	100	100

Base: Entrevistados que no comenzaron, compraron ni se hicieron cargo de un negocio (1061).

P: ¿Cómo describiría su situación?

Según la distribución de las respuestas por región geográfica, las oportunidades de hacerse cargo de un negocio familiar son similares en Montevideo y en el interior (9 % y 10 % respectivamente). En Montevideo es mayor la proporción de jóvenes que pensaron o iniciaron el proceso y renunciaron a la idea (36 %, contra el 27 % en el interior) y menor la proporción de jóvenes a los que “nunca se les pasó por la cabeza” (46 %, frente al 54 % en el interior). Los jóvenes de la capital que no llevan adelante emprendimientos propios estarían más predispuestos a ello.

Cuadro 20.
Situación respecto a la posibilidad de ser empresario, según región geográfica (%).

Situación	Montevideo	Interior	Total
Nunca se le pasó por la cabeza	46	54	50
Pensó o inició el proceso pero renunció a la idea	36	27	31
Tiene la oportunidad de hacerse cargo de un negocio familiar	9	10	10
No sabe	9	10	9
Total	100	100	100

Base: Entrevistados que no comenzaron, compraron ni se hicieron cargo de un negocio (1061).

P: ¿Cómo describiría su situación?

Experiencias previas de los jóvenes en la actividad empresarial: principales resultados

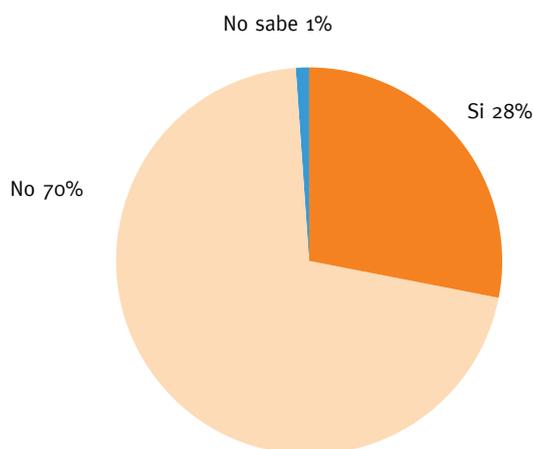
- El 11 % de los jóvenes comenzaron o compraron un negocio, el 12 % se hicieron cargo de uno, el 11 % están dando los primeros pasos, y el 5 % lo están pensando.
- El 62 % de los jóvenes no empezaron ni se hicieron cargo de un negocio. A la mitad de estos nunca se les pasó por la cabeza. Un tercio pensaron e iniciaron el proceso pero renunciaron a la idea.
- Los que comenzaron un negocio destacan como elementos fundamentales para dar este paso tener una buena idea y contar con los recursos financieros.
- Solo el 30 % de los que iniciaron un negocio lo hacen por necesidad, el 50 % lo iniciaron para aprovechar una oportunidad y el 20 % por la oportunidad de hacerse cargo de un negocio familiar.

7. Rol de la educación y de los empresarios

Los entrevistados fueron consultados sobre si en su educación formal tuvieron algún curso o actividad que tuviera que ver con emprendedurismo (llevar a cabo ideas o desarrollar su propio proyecto).

Del total de jóvenes, el 28 % afirman que en su educación formal tuvieron actividades de este tipo, en tanto el 70 % dicen no haber participado de ningún curso relacionado.

Gráfico 35.
Vínculo entre la educación formal recibida y actividades sobre emprendedurismo (%).



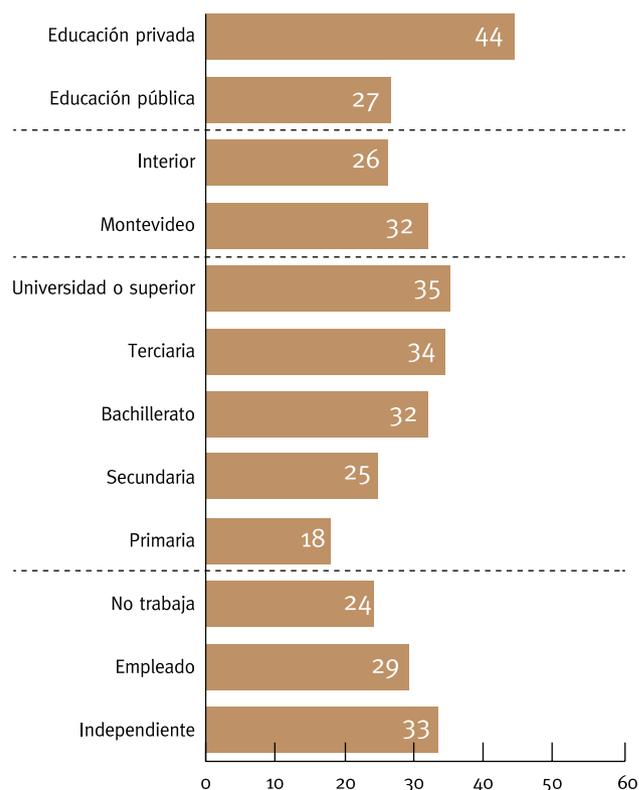
Base: Total de entrevistados.

P.: ¿En su educación formal tuvo algún curso o actividad que tuviera que ver con emprendedurismo (llevar a cabo ideas o desarrollar su propio proyecto)?

Al considerar la educación recibida por los jóvenes, se observa que a mayor nivel educativo aumenta la probabilidad de haber tomado parte de actividades o cursos vinculados al emprendedurismo. Esto es más notorio cuando se compara a aquellos jóvenes que alcanzaron bachillerato o educación terciaria (entre el 32 % y el 35 % han participado de actividades) con los que alcanzaron la educación primaria o ciclo básico de secundaria (la participación en actividades de emprendedurismo ronda entre el 18 % y el 25 %, ver gráfico 36).

Entre quienes manifestaron haber realizado la mayor parte de su educación en instituciones privadas, el 44 % afirman haber tenido actividades sobre emprendedurismo. Este guarismo se reduce al 27 % entre quienes dicen haber desarrollado la mayor parte de su educación en instituciones públicas.

Gráfico 36.
Vínculo entre la educación formal recibida y actividades sobre emprendedurismo según variables de corte (%).



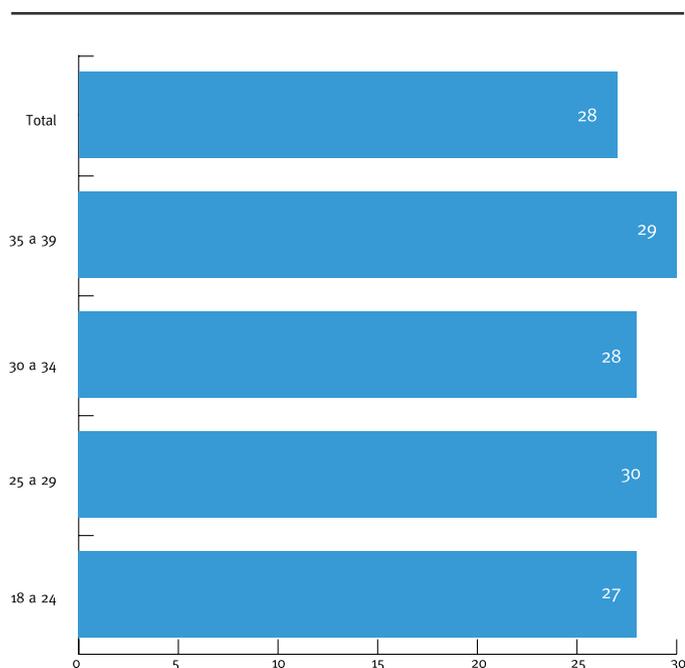
Base: Total de entrevistados.

P.: ¿En su educación formal tuvo algún curso o actividad que tuviera que ver con emprendedurismo (llevar a cabo ideas o desarrollar su propio proyecto)?

En Montevideo la presencia de actividades vinculadas al emprendedurismo es un poco mayor que en el interior, en lo cual seguramente incide la mayor participación de la educación privada en la capital.

Al considerar la edad de los entrevistados, no hay diferencias significativas respecto a la participación en actividades vinculadas al emprendedurismo.

Gráfico 37.
Vínculo entre la educación formal recibida y actividades sobre emprendedurismo según edad (%).

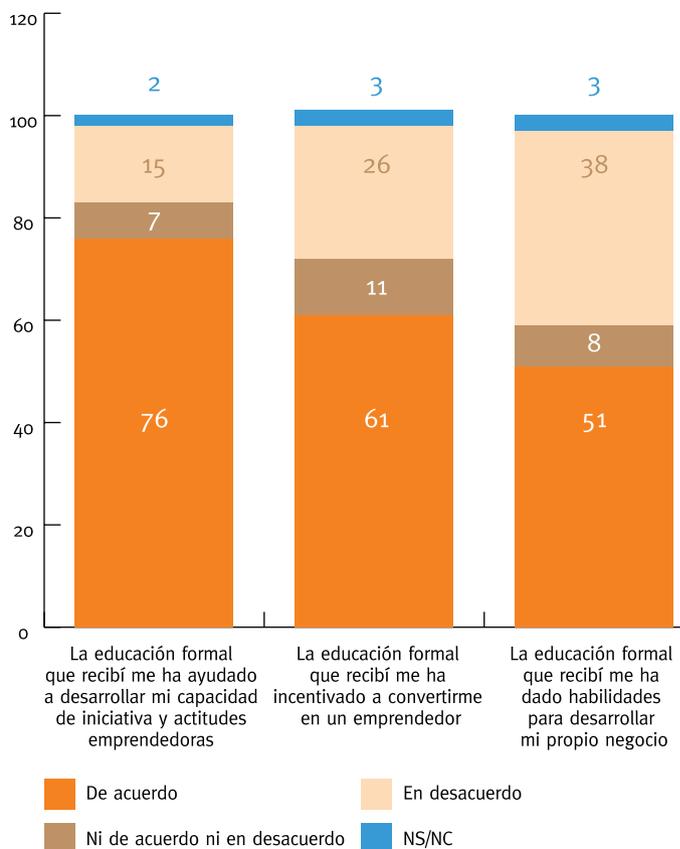


Base: Total de entrevistados.

P.: ¿En su educación formal tuvo algún curso o actividad que tuviera que ver con emprendedurismo (llevar a cabo ideas o desarrollar su propio proyecto)?

A todos los jóvenes entrevistados se les consultó acerca del rol de la educación formal en sus capacidades emprendedoras. Ante la pregunta de si la educación formal recibida lo ayudó a desarrollar su capacidad de iniciativa y actitudes emprendedoras, el 76 % afirmaron estar de acuerdo. El 61 % opinaron que los ha incentivado a convertirse en emprendedores. El 51 % afirman que la educación formal les ha dado habilidades para desarrollar su propio negocio. No se encontraron diferencias ni por edad ni por nivel educativo.

Gráfico 38.
Rol de la educación formal en el emprendedurismo (%).

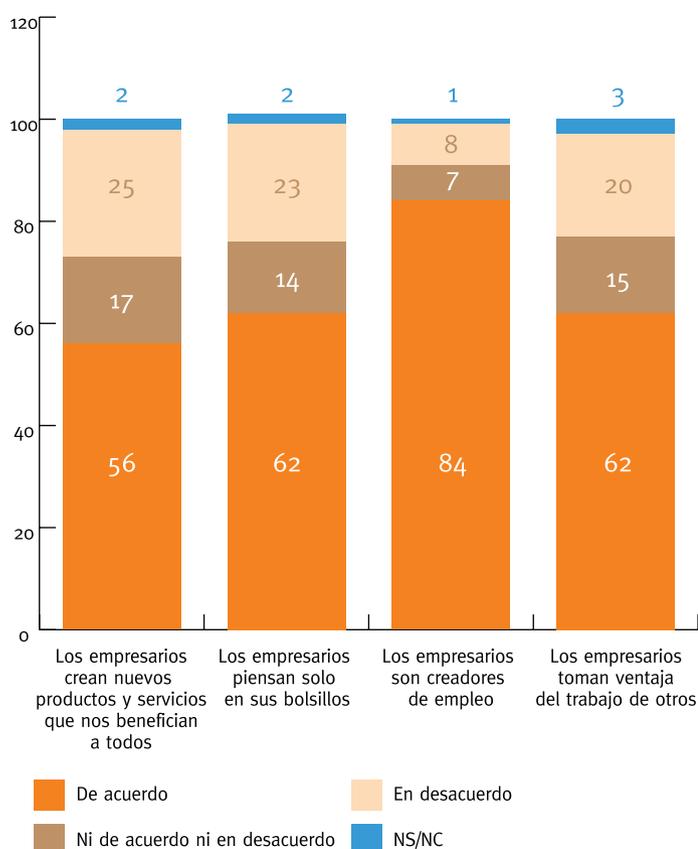


Base: Total de entrevistados.

P.: Le voy a leer una serie de frases y le voy a pedir que me diga si está de acuerdo o no con cada una de ellas.

Por otro lado, se consultó a los jóvenes si estaban de acuerdo o en desacuerdo con una serie de afirmaciones acerca de los empresarios. El 84 % perciben que los empresarios son creadores de empleo. Coexisten otras visiones: el 62 % opinan que los empresarios toman ventaja del trabajo de otros, y también el 62 % consideran que solo piensan en sus bolsillos. El 56 % de los jóvenes están de acuerdo en que los empresarios crean nuevos productos y servicios que benefician a todos. No se encontraron diferencias ni por nivel educativo ni por los rangos de edad.

Gráfico 39.
Opinión sobre los empresarios (%)



Base: Total de entrevistados.

P.: Ahora le voy a leer otra serie de frases y le voy a pedir que me diga nuevamente si está de acuerdo o no con cada una de ellas.

Rol de la educación y de los empresarios: resumen de resultados

- El 28 % del total de jóvenes entrevistados en su educación formal tuvieron algún curso o actividad vinculada con el emprendedurismo.
- A mayor nivel educativo, aumenta la probabilidad de haber tomado parte de actividades o cursos vinculados al emprendedurismo.
- Entre quienes realizaron mayoritariamente su educación en instituciones privadas, el 44 % tuvieron algún curso o actividad sobre emprendedurismo dentro de su educación formal, mientras que la cifra baja al 27 % entre quienes la cursaron en instituciones públicas.
- El 76 % de los jóvenes entrevistados están de acuerdo en que la educación formal recibida los ayudó a desarrollar su capacidad de iniciativa y actitudes emprendedoras.
- El 61 % afirman que su educación formal los ha incentivado a convertirse en emprendedores.
- El 51 % están de acuerdo en que la educación formal les ha dado habilidades para desarrollar su propio negocio, pero el 38 % están en desacuerdo. No se encontraron diferencias relevantes por edad ni por el nivel de instrucción alcanzado.
- El 84 % de los jóvenes consideran que los empresarios son creadores de empleo, pero el 62 % afirman que solo piensan en sus bolsillos y que toman ventaja del trabajo de otros.

B. Caracterización de los jóvenes empresarios y emprendedores de Uruguay

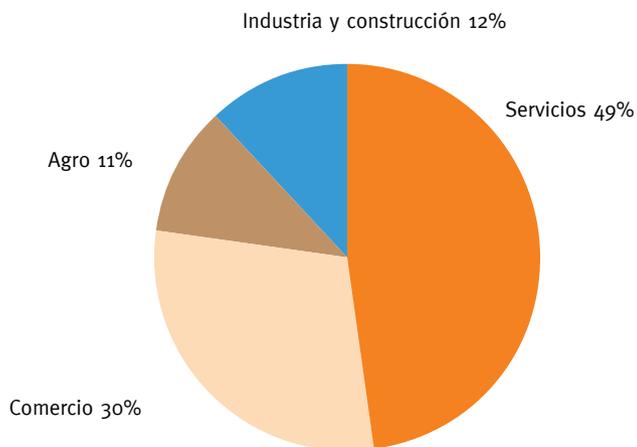
A continuación se presentan los resultados de la caracterización de los jóvenes que son empresarios en la actualidad. Se utilizó una submuestra de 200 casos de jóvenes de entre 18 y 39 años de edad que son titulares y/o directores de empresas que no tienen más de 99 empleados, cualquiera sea el sector de actividad. En esta sección se consultó a los jóvenes empresarios sobre la situación global de sus empresas, el acceso al financiamiento, el uso de tecnologías de la información y comunicación, las actividades de innovación, la demanda de capacitación y asistencia técnica, la capacidad exportadora y la pertenencia a cadenas productivas y redes empresariales. Los datos son presentados de acuerdo al perfil de los empresarios (sexo, edad, nivel educativo y región del país) y por características de la empresa (tamaño, antigüedad, rubro de actividad).

1. Características generales

Casi la mitad de las empresas desarrollan actividades de servicios (49 %); les siguen el comercio (30 %), la industria y construcción (12 %) y el agro (11 %). Estas proporciones son muy similares a las actividades de las empresas presentes en el mercado en su conjunto.³ Los jóvenes no desarrollan áreas diferentes a las del total de los empresarios.

Gráfico 40.

Actividad que desarrolla la empresa.



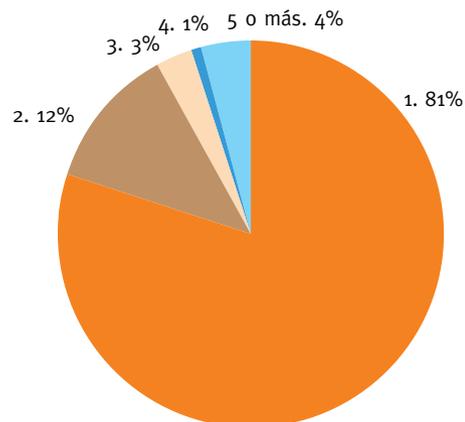
Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Qué actividad desarrolla la empresa?

Al igual que para el total de los empresarios, la mayoría de los jóvenes que desempeñan esta actividad participan solamente en una empresa (81 %), en tanto que el 27 % participaron de otra empresa aparte de la actual.

Gráfico 41.

Cantidad actual de empresas en las que participa (%).

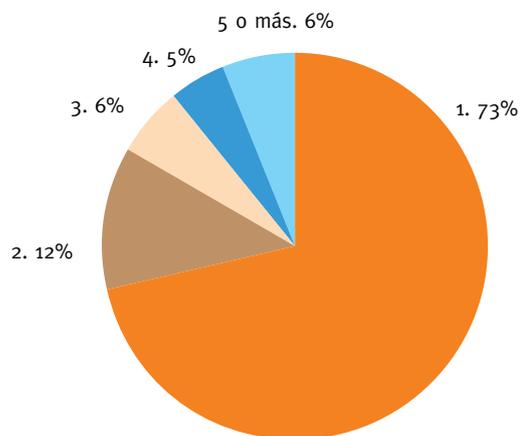


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿De cuántas empresas participa usted actualmente?

Gráfico 42.

Cantidad de empresas en las que participa desde sus inicios como independiente (%).



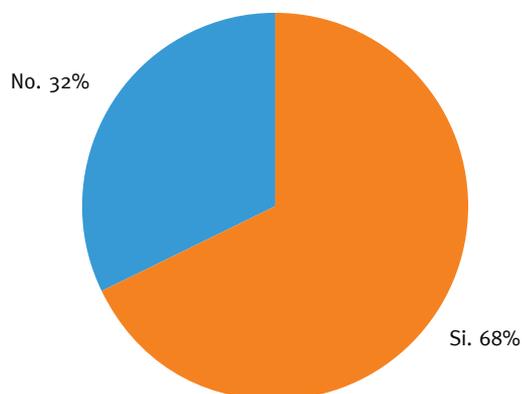
Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿De cuántas empresas participó usted desde sus inicios como independiente?

3. Encuesta Nacional de Mipymes Edición 2012 (cuadro 4, pág. 19).

El 68 % de estas empresas funcionan en un local independiente de la vivienda: exactamente el mismo porcentaje presente en el total de las mipymes. Es decir que una de cada 3 empresas comparte espacio físico con la vivienda del joven empresario.

Gráfico 43.
Local independiente de la vivienda (%).

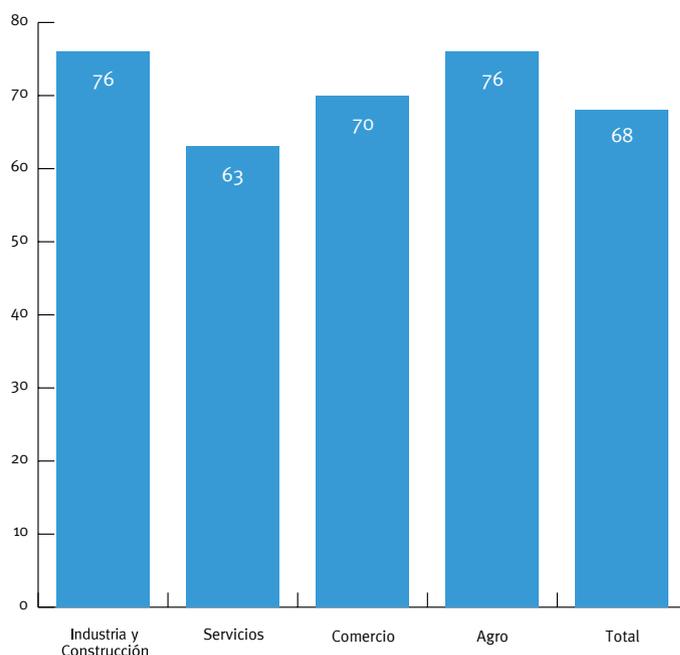


Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿La empresa funciona en un local independiente de la vivienda?

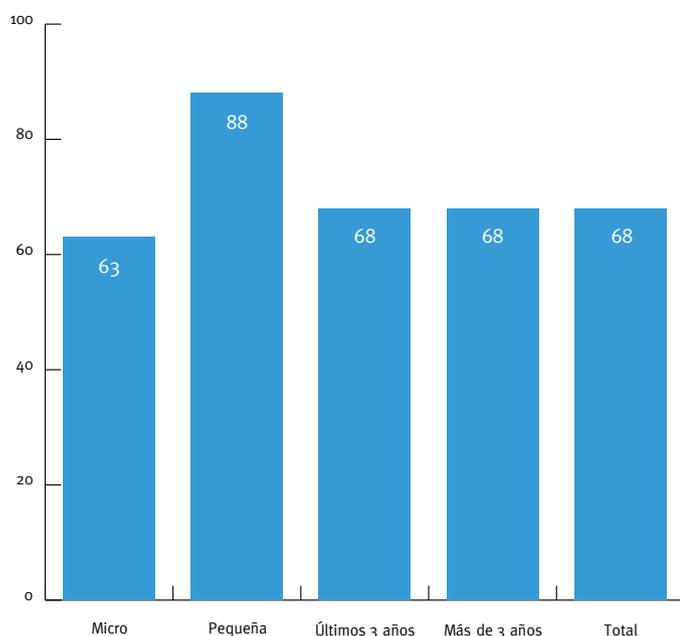
Esto varía principalmente de acuerdo al sector de actividad y el tamaño de la empresa, no tanto en relación a su antigüedad. El sector servicios presenta menor proporción de locales independientes de la vivienda. Las pequeñas empresas funcionan en locales independientes en mayor proporción que las microempresas. No existen diferencias entre las empresas creadas en los últimos 3 años y las que tienen mayor antigüedad. Las diferencias por antigüedad y sector de actividad son idénticas a las presentes en el conjunto de las mipymes⁴.

Gráfico 44.
Local independiente de la vivienda según rubro (%).



4. Encuesta Nacional de Mipymes Edición 2012 (cuadro 33, pág. 42).

Gráfico 45.
Local independiente de la vivienda según tamaño y antigüedad (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿La empresa funciona en un local independiente de la vivienda?

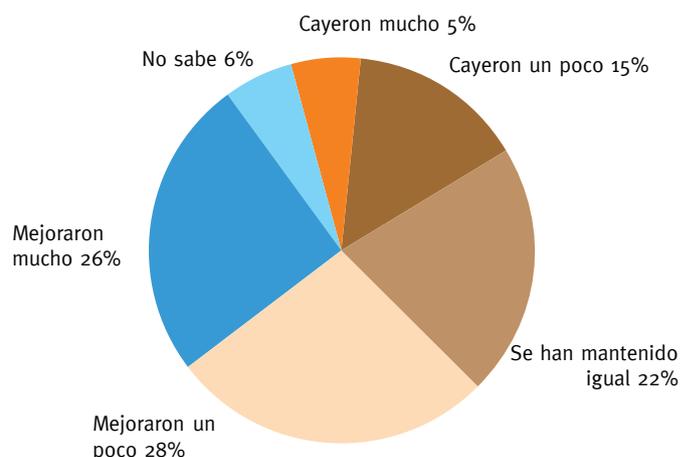
Nota: Se excluyen los que no contestan antigüedad (2 casos).

2. Resultados de la empresa

En referencia a la situación global de la empresa, se consultó la opinión de los jóvenes empresarios sobre los últimos 3 años y su visión a futuro para los próximos 3. En términos generales, creen que los resultados han sido buenos y van a ser buenos para los próximos años. Más de la mitad consideran que los resultados de su empresa mejoraron. En particular: el 26 % perciben que los resultados de su empresa mejoraron mucho en los últimos 3 años y el 28 % que mejoraron un poco. Al consultar sobre los próximos 3 años se observa mucho optimismo: el 31 % afirman que los resultados mejorarán mucho y el 29 % que mejorarán poco.

Los jóvenes parecen ser un poco más optimistas que el conjunto de los empresarios. En la evaluación global de 2013 solo el 6 % de los empresarios creían que su negocio había mejorado mucho en los últimos 3 años, y el 34 % creían que mejoraron un poco⁵. Es decir que los que realizan una evaluación positiva de sus resultados son mayoría absoluta entre los jóvenes (54 %), mientras que en el conjunto de los empresarios son el 40 %. Los que creen que les fue igual en el total de jóvenes representan el 22 %, en tanto que en el conjunto de los empresarios llegan al 38 %. La proporción de empresarios a los que les ha ido peor en los últimos 3 años y la de los que piensan que les va a ir peor en los próximos 3 años es muy similar para los jóvenes y para el total de empresarios. Los optimistas respecto al futuro en el conjunto de los empresarios son aproximadamente el 41 %, y entre los jóvenes el 60 %.

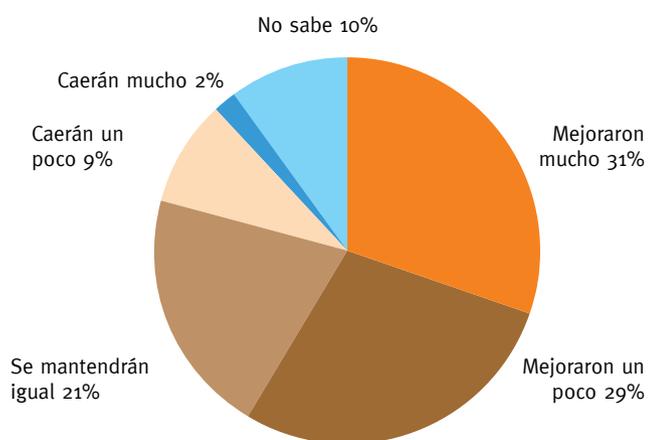
Gráfico 46.
Resultados de la empresa en los últimos 3 años (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P: Durante los últimos 3 años, ¿usted diría que los resultados de su empresa...?

Gráfico 47.
Resultados de la empresa en los próximos 3 años (%).



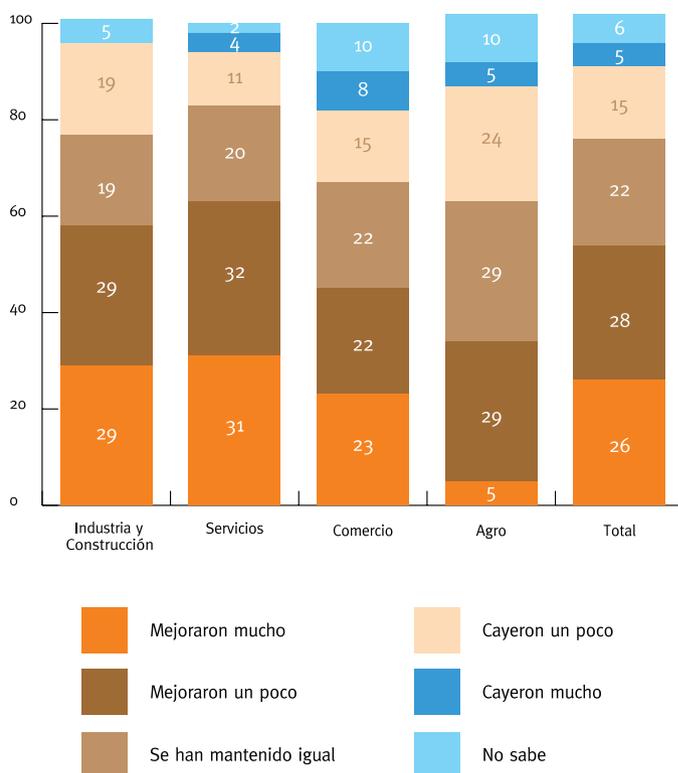
Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Y cómo cree que serán los resultados de su empresa en los próximos 3 años?

Las evaluaciones que hacen los empresarios de los resultados obtenidos varían según el rubro del negocio. Los empresarios del sector servicios hacen una evaluación más positiva: el 63 % consideran que mejoraron los resultados (para el 31 % mejoraron mucho y para el 32 % mejoraron un poco).

Los empresarios del agro tienen una visión más negativa: solo el 34 % opinan que los resultados mejoraron (5 % que mejoraron mucho y 29 % que mejoraron poco) y el 39 % evalúan que la situación ha empeorado (5 % que cayeron mucho y 34 % que cayeron un poco).

Gráfico 48.
Resultados de la empresa en los últimos 3 años, según rubro (%).

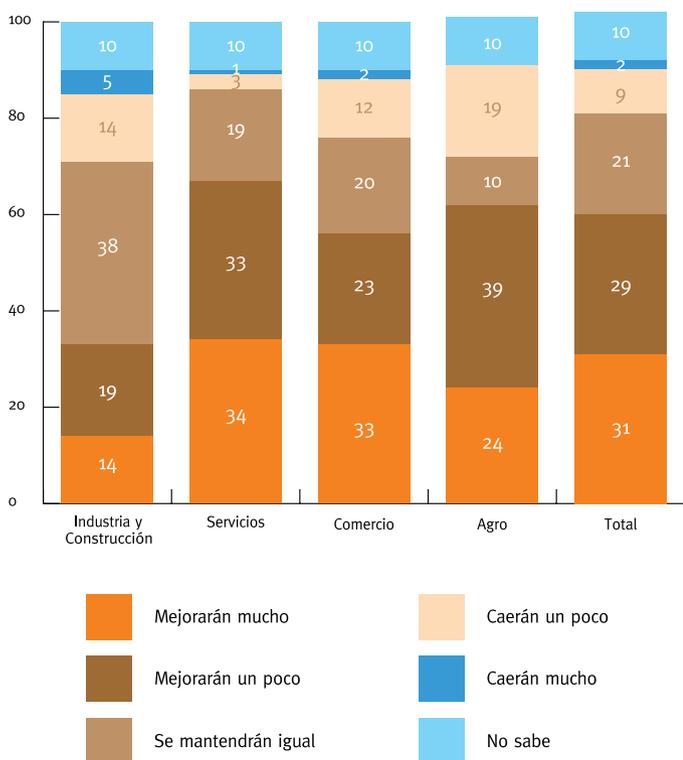


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: Durante los últimos 3 años, ¿usted diría que los resultados de su empresa...?

Las visiones a futuro son optimistas salvo para el sector de la industria y construcción, que muestra, mayoritariamente, expectativas similares a la situación actual (38%). Esto no puede considerarse negativo, ya que parten de una evaluación favorable sobre el pasado (el 58% consideran que la situación mejoró en los últimos 3 años).

Gráfico 49.
Resultados de la empresa en los próximos 3 años, según rubro (%).

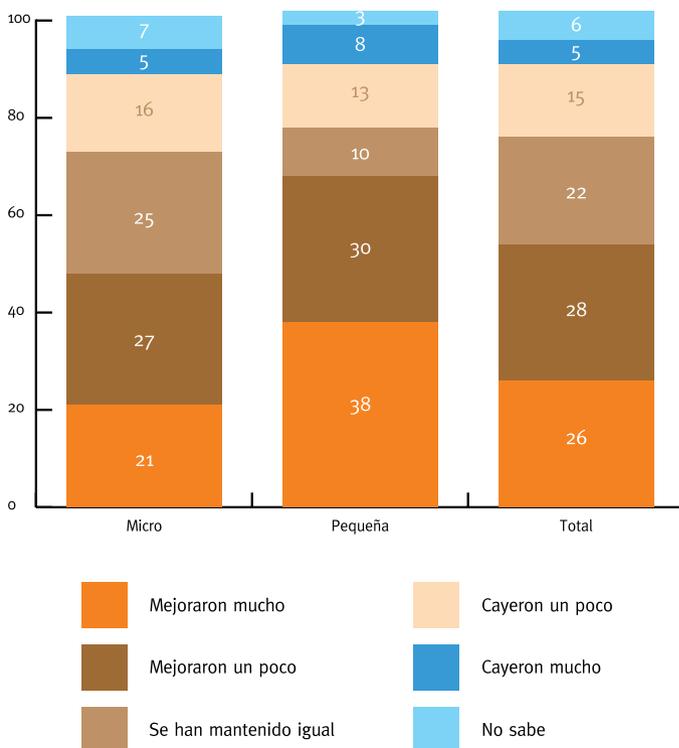


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Y cómo cree que serán los resultados de su empresa en los próximos tres años?

En cuanto a la opinión de los jóvenes sobre los resultados de sus empresas, tomando en cuenta su tamaño, el pasado parece haber favorecido a los empresarios más grandes, pero estos son los más pesimistas respecto al futuro. El 68 % de las pequeñas empresas hacen una evaluación favorable de los resultados obtenidos: el 38 % afirman que mejoraron mucho y el 30 % que mejoraron un poco. Entre los empresarios de microempresas, la valoración de los resultados obtenidos no es tan alta (21 % afirman que mejoraron mucho y 27 % que mejoraron un poco). Estos se muestran más optimistas sobre el futuro: 30 % consideran que mejorarán mucho y otro tanto que mejorarán un poco.

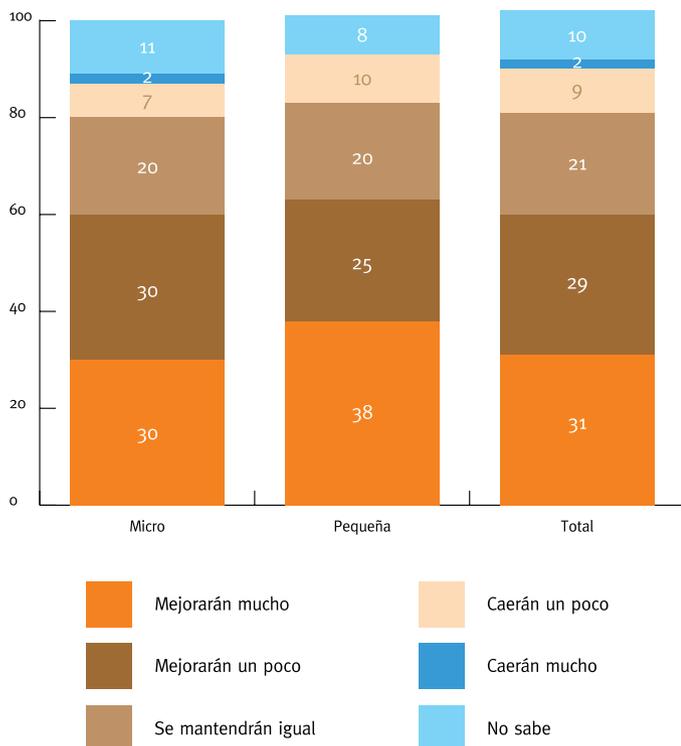
Gráfico 50.
Resultados de la empresa en los últimos 3 años, según tamaño (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: Durante los últimos 3 años, ¿usted diría que los resultados de su empresa...?

Gráfico 51.
Resultados de la empresa en los próximos 3 años, según tamaño (%).

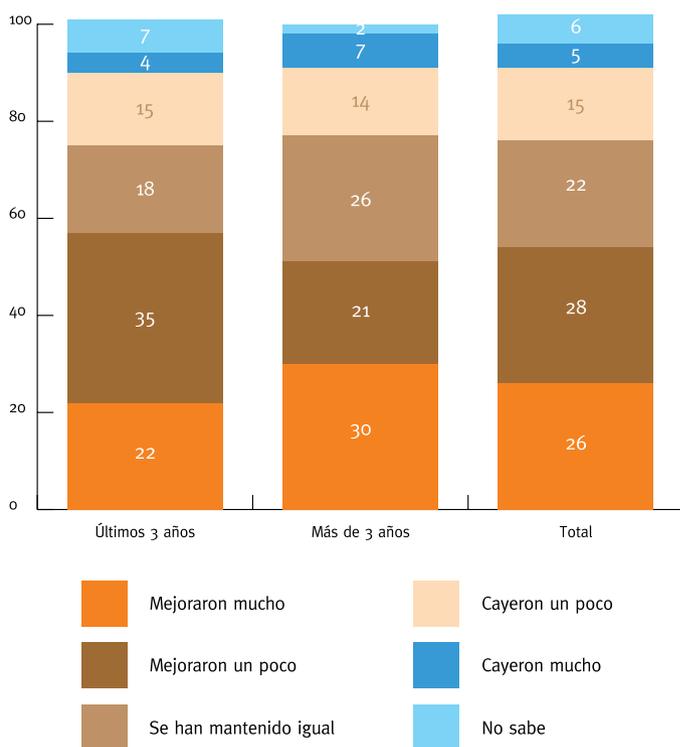


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Y cómo cree que serán los resultados de su empresa en los próximos tres años?

Los jóvenes empresarios son mucho más optimistas en el marco de empresas nuevas que iniciaron sus actividades en los últimos 3 años, que en las que lo hicieron hace más de 3 años. Dentro de los nuevos emprendimientos el 57 % de los empresarios consideran que la situación mejoró en el último período (22 % que mejoró mucho y 35 % que mejoró un poco) y el 70 % opinan que la situación mejorará en los próximos años (39 % que mejorará mucho y 31 % que mejorará un poco). Entre las empresas que tienen más de 3 años, si bien el 51 % tienen una opinión favorable sobre los resultados obtenidos (30 % que mejoraron mucho y 21 % que mejoraron un poco), solo el 47 % perciben que la situación mejorará en los próximos 3 años (20 % que mejorará mucho y 27 % que mejorará un poco).

Gráfico 52.
Resultados de la empresa en los últimos 3 años, según antigüedad (%).

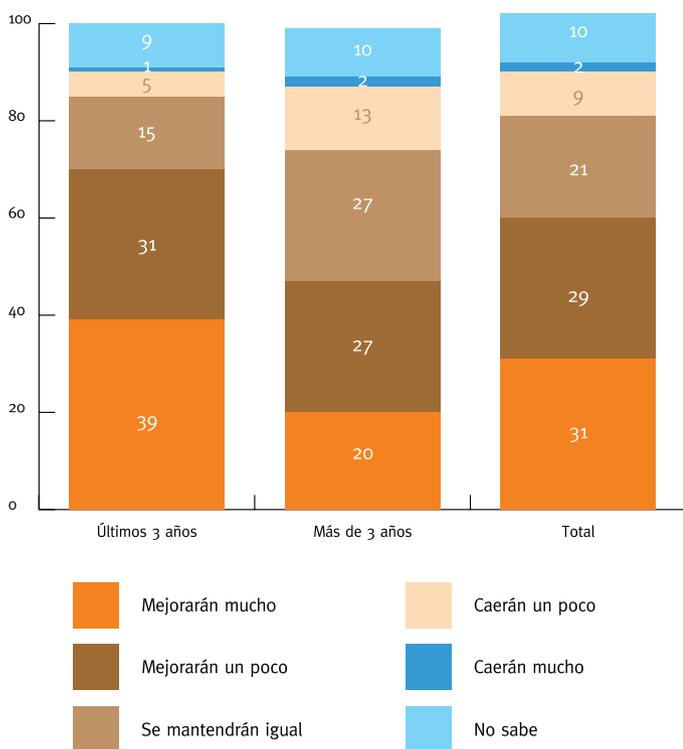


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: Durante los últimos 3 años, ¿usted diría que los resultados de su empresa...?

NOTA: Se excluyen los que no contestan antigüedad (2 casos).

Gráfico 53.
Resultados de la empresa en los próximos 3 años, según antigüedad (%).



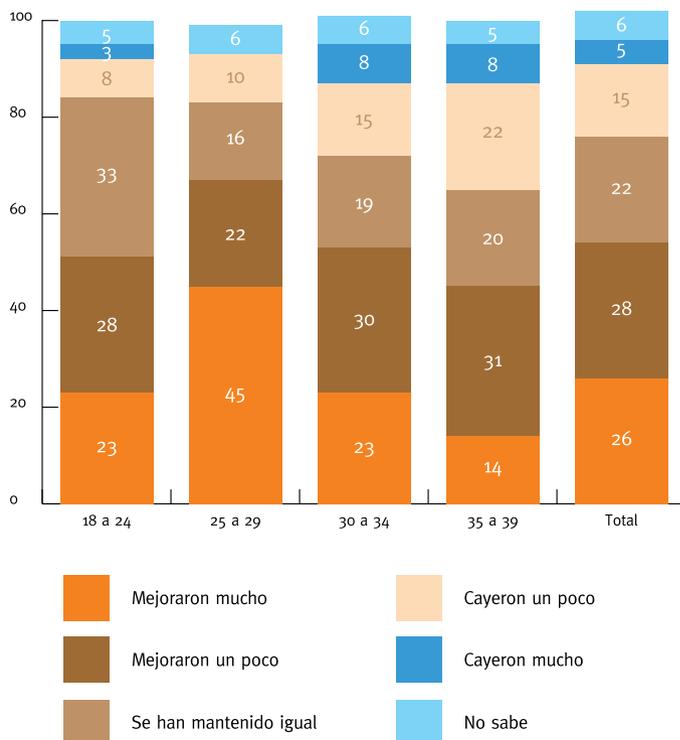
Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Y cómo cree que serán los resultados de su empresa en los próximos tres años?

NOTA: Se excluyen los que no contestan antigüedad (2 casos)

Entre los empresarios más jóvenes (18 a 24 años), el 23 % consideran que los resultados mejoraron mucho en los últimos tres años, el 28 % que mejoraron un poco, el 33 % que se mantuvieron igual, el 8 % que cayeron un poco y el 3 % que cayeron mucho. Idénticos valores se obtienen sobre los próximos 3 años. En el resto de los tramos se observa que a mayor edad bajan la expectativa y la evaluación de los resultados de los últimos 3 años. Mientras el 67 % de los jóvenes de 25 a 29 años afirman que los resultados mejoraron y mejorarán, esta opinión disminuye al 53 % entre los que tienen de 30 a 34 años y a 44-45 % entre los que tienen de 35 a 39 años.

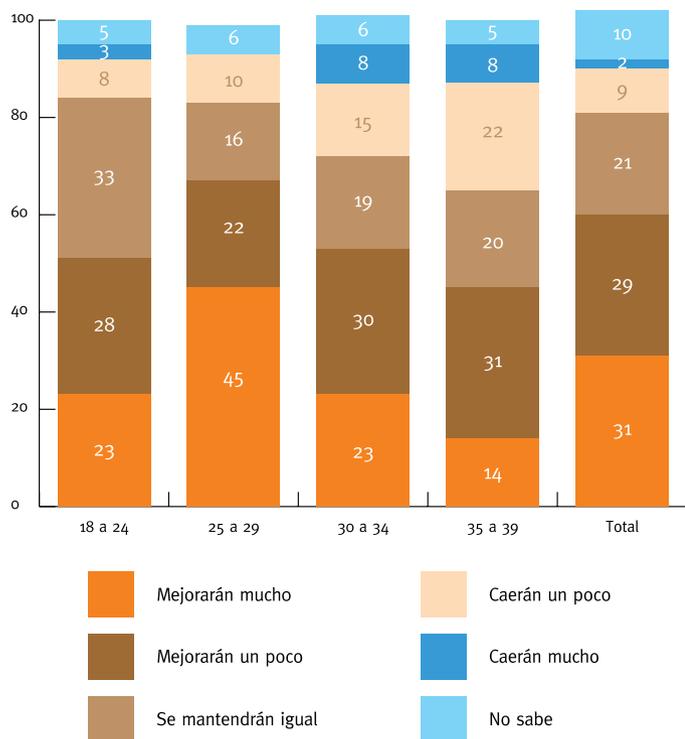
Gráfico 54.
Resultados de la empresa en los últimos 3 años, según edad de los empresarios (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: Durante los últimos 3 años, ¿usted diría que los resultados de su empresa...?

Gráfico 55.
Resultados de la empresa en los próximos 3 años, según edad de los empresarios (%).

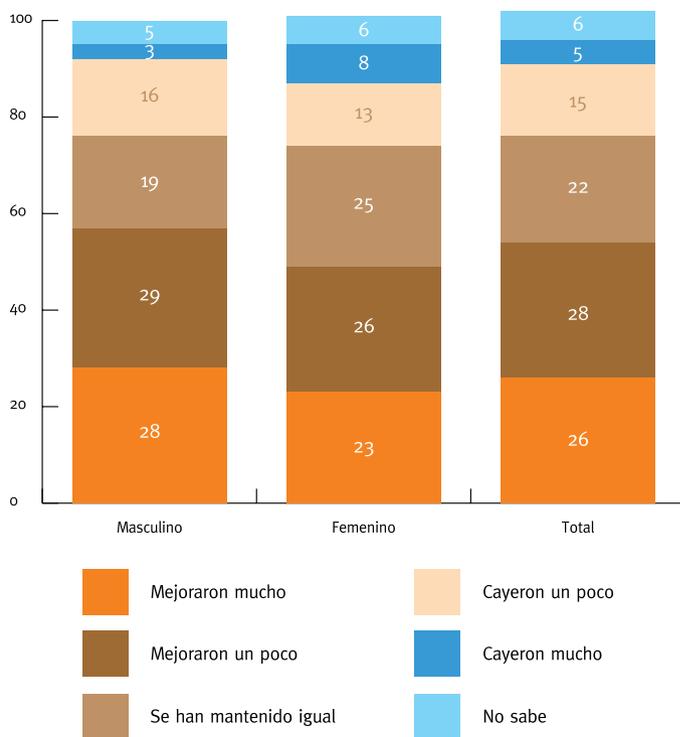


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Y cómo cree que serán los resultados de su empresa en los próximos 3 años?

Las mujeres tienen una visión más negativa de los resultados obtenidos y una visión más optimista sobre el futuro. Entre los hombres, el 57 % evalúan que los resultados de su empresa mejoraron en los últimos 3 años, el 19 % que se mantuvieron igual y el 19 % que cayeron. En relación al futuro, el 58 % de los hombres opinan que los resultados serán mejores, el 23 % que se mantendrán iguales y el 11 % que caerán. Entre las mujeres, el 49 % afirman que los resultados de sus empresas mejoraron, el 25 % que se mantuvieron iguales y el 21 % que cayeron. El 62 % de las mujeres consideran que mejorarán en los próximos 3 años, el 18 % que se mantendrán iguales y el 9 % que caerán.

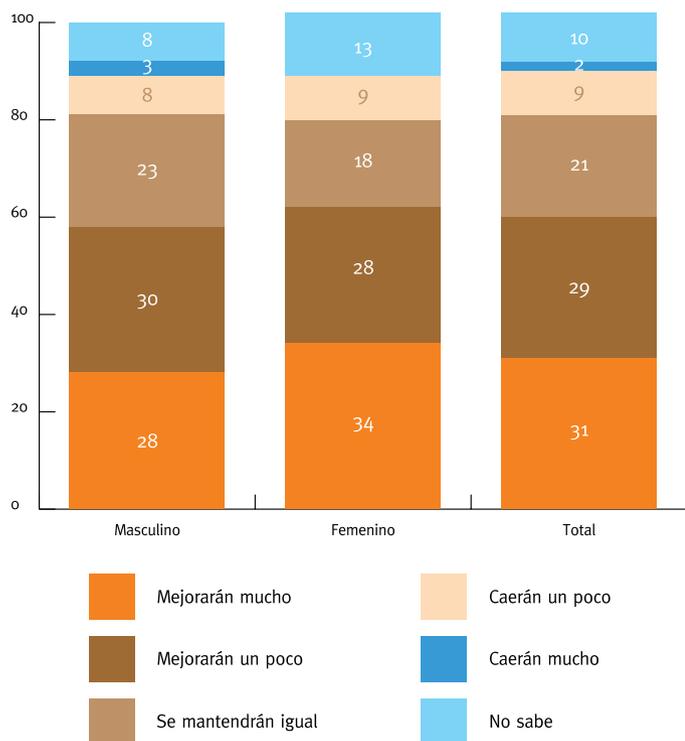
Gráfico 56.
Resultados de la empresa en los últimos 3 años, según sexo de los empresarios (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: Durante los últimos 3 años, ¿usted diría que los resultados de su empresa...?

Gráfico 57.
Resultados de la empresa en los próximos 3 años, según sexo de los empresarios (%).



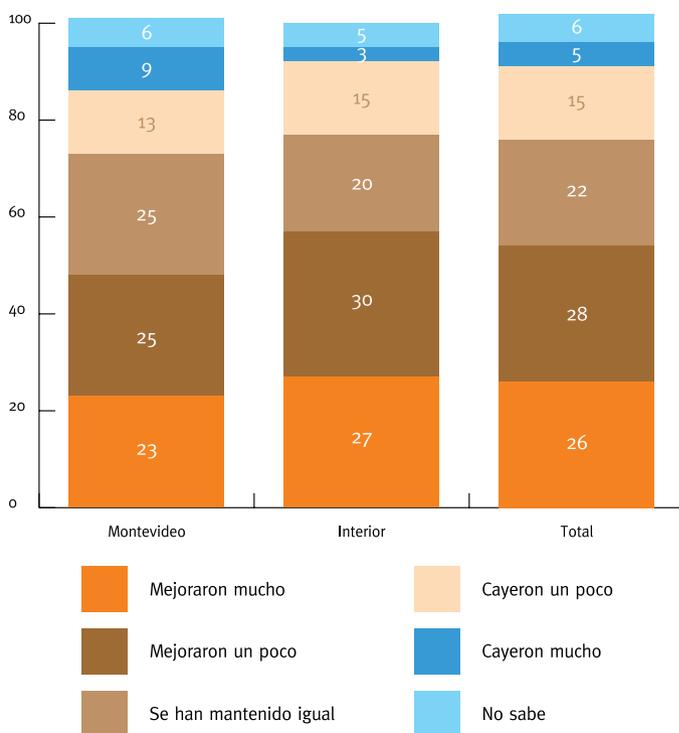
Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Y cómo cree que serán los resultados de su empresa en los próximos 3 años?

Los datos por región del país muestran que en el interior los resultados mejoraron más que en Montevideo en los últimos 3 años, según los entrevistados. En Montevideo el 23 % de los empresarios afirman que los resultados mejoraron mucho, el 25 % que mejoraron un poco, el 25 % que se mantuvieron iguales, el 13 % que cayeron un poco y el 9 % que cayeron mucho. En el interior el 27 % de los empresarios sostienen que los resultados mejoraron mucho, el 30 % que mejoraron un poco, el 20 % que se mantuvieron iguales, el 15 % que cayeron un poco y el 3 % que cayeron mucho.

Las visiones sobre los próximos 3 años son más optimistas en Montevideo que en el interior. Para ese período, en la capital el 29 % de los empresarios consideran que los resultados mejorarán mucho, el 33 % que mejorarán un poco, el 25 % que se mantendrán iguales, el 7 % que caerán un poco y el 1 % que caerán mucho. El 31 % de los empresarios del interior señalan que los resultados mejorarán mucho, el 27 % que mejorarán un poco, el 18 % que se mantendrán iguales, el 9 % que caerán un poco y el 2 % que caerán mucho.

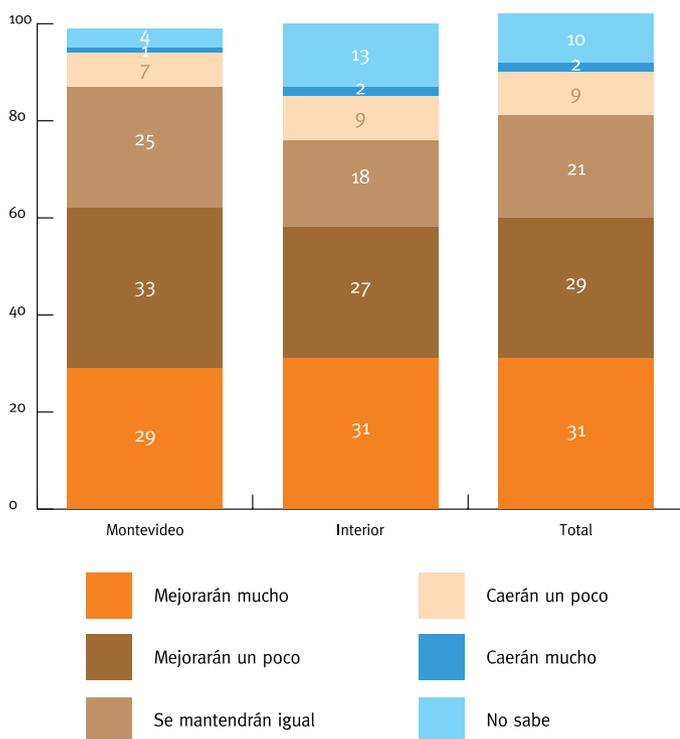
Gráfico 58.
Resultados de la empresa en los últimos 3 años, según región geográfica (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: Durante los últimos 3 años, ¿usted diría que los resultados de su empresa...?

Gráfico 59.
Resultados de la empresa en los próximos 3 años, según región geográfica (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Y cómo cree que serán los resultados de su empresa en los próximos 3 años?

Resultado de la empresa: resumen de resultados

- La mitad de los empresarios jóvenes se dedican al rubro servicios (49 %), seguido del comercio (30 %). El resto se dividen entre el agro, la industria y la construcción, al igual que el conjunto de los empresarios.
- El 81 % actualmente tienen una sola empresa y el 27 % han tenido al menos otra empresa además de la actual.
- Los empresarios jóvenes realizan una evaluación positiva respecto a lo que han sido los últimos 3 años y son optimistas en cuanto a las perspectivas para los próximos 3. Los que tienen negocios más nuevos y las mujeres son más optimistas respecto al futuro. La mayoría de los jóvenes empresarios tienen opiniones positivas respecto al pasado y al futuro mientras el conjunto de los empresarios suelen mostrar opiniones más neutras.
- En el interior los resultados mejoraron más que en Montevideo en los últimos 3 años. Las visiones sobre el próximo período son más optimistas en la capital que en el interior.

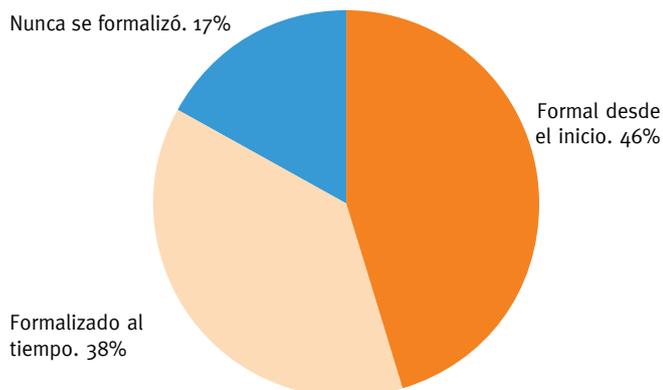
3. El inicio de las actividades

Para caracterizar el inicio de las actividades de las empresas se consultó a los jóvenes empresarios sobre el momento de la formalización, el tiempo desde el inicio de actividades hasta su formalización y las principales dificultades encontradas. Los resultados se presentan según: i) rubro, tamaño y antigüedad de la empresa y ii) nivel educativo, edad, sexo y región de los empresarios.

3.a Formalización de la empresa

Casi la mitad de los empresarios (46 %) afirman que sus actividades fueron formales desde el inicio, el 38 % que las formalizaron al tiempo y el 17 % que nunca las formalizaron. Entre las empresas que lo hicieron, el 42 % lo llevaron a cabo antes del año y casi una de cada 3 (29 %) lo hizo entre uno y 2 años después de iniciar sus actividades. El resto se formalizaron a partir de 2 años o no recuerdan en qué momento lo hicieron. El 11 % opinan que llevó entre 2 y 3 años, el 5 % entre 3 y 5 años, el 7 % más de 5 años y el 11 % no lo sabe o no recuerda.

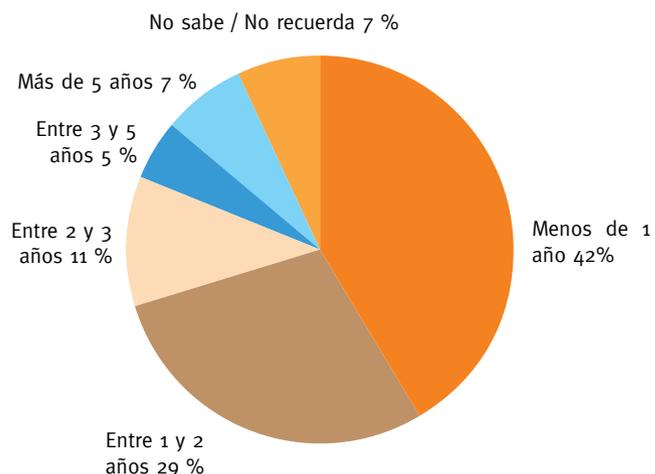
Gráfico 60.
Momento de formalización de la empresa (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Sus actividades fueron formales desde el inicio o se formalizaron al tiempo de comenzarlas?

Gráfico 61.
Tiempo transcurrido hasta la formalización de la empresa (%).

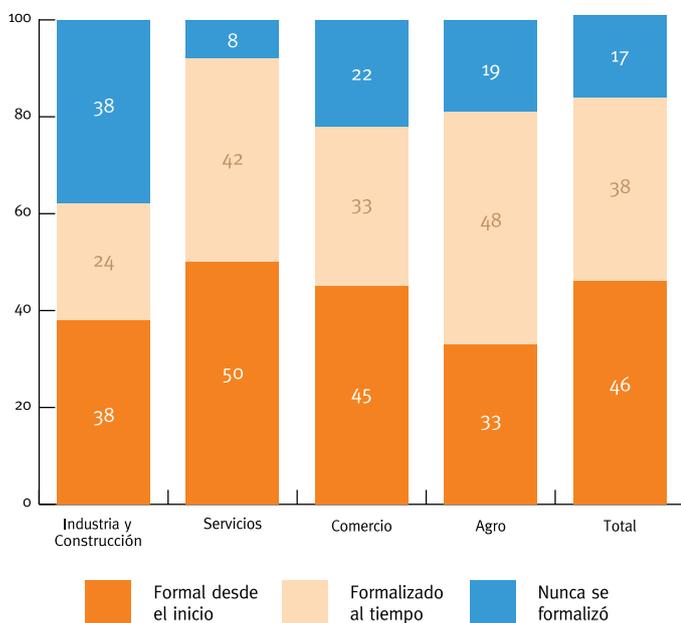


Base: Empresas que se formalizaron (167).

P.: ¿Cuánto tiempo pasó entre el inicio de las actividades y la formalización? (En años).

Al considerar la formalización según rubros, el sector servicios presenta un mayor nivel de formalización: la mitad de las empresas se formalizaron desde el inicio de sus actividades, el 42 % lo hicieron al tiempo y el 8 % nunca lo llevaron a cabo. En el otro extremo, el 38 % de las empresas del rubro de la industria y construcción nunca se formalizaron. En ese rubro el 38 % lo hicieron desde el inicio y el 24 % al tiempo. El agro es el único rubro en el que la cantidad de empresas que se formalizaron al tiempo (48 %) superan a las que lo hicieron desde sus inicios (33 %). El 19 % de las empresas del agro nunca formalizaron sus actividades. El nivel es similar al del comercio, que muestra un 22 % de empresas sin formalizarse. Dentro de las empresas del sector comercio, casi la mitad se formalizaron desde sus inicios (45 %) y una de cada 3 lo hizo al tiempo (33 %).

Gráfico 62.
Momento de formalización de la empresa (%).

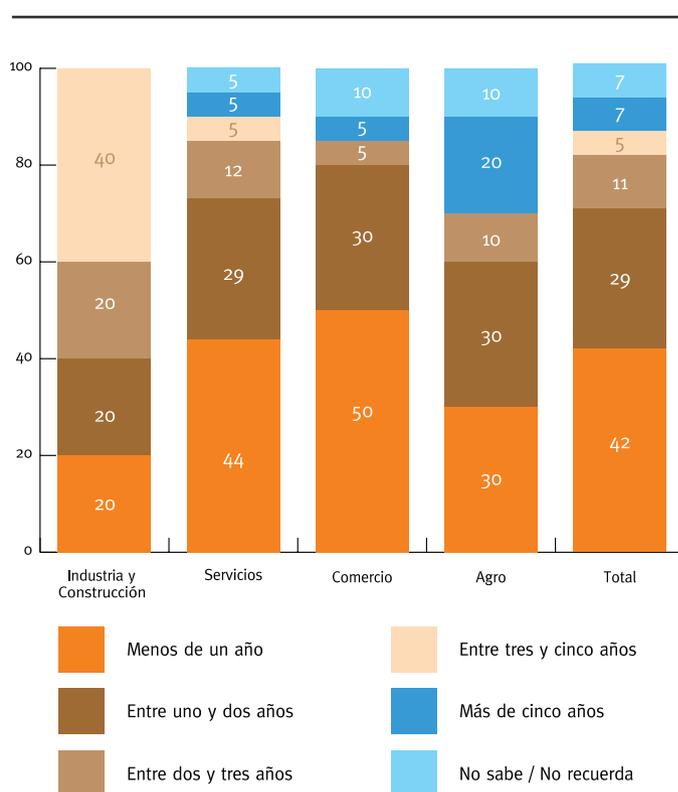


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Sus actividades fueron formales desde el inicio o se formalizaron al tiempo de comenzarlas?

Las empresas que se formalizan más rápidamente son las del rubro comercio. El 50 % lo hicieron en menos de un año y el 30 % en entre uno y 2 años después de iniciar sus actividades. En el sector servicios el 44 % se formalizaron en menos de un año y al 29 % les demandó en entre uno y 2 años. Le sigue el agro con el 30 % de empresas formalizadas en menos de un año y otro 30 % en entre uno y dos años. En el sector de la industria y construcción solo el 20 % se formalizaron en menos de un año y el 20 % en entre uno y 2 años. El 40 % de las empresas de industria y construcción demoraron entre 3 y 5 años su formalización, y el 20 % entre 2 y 3 años.

Gráfico 63.
Tiempo hasta formalización de la empresa, según rubro (%).



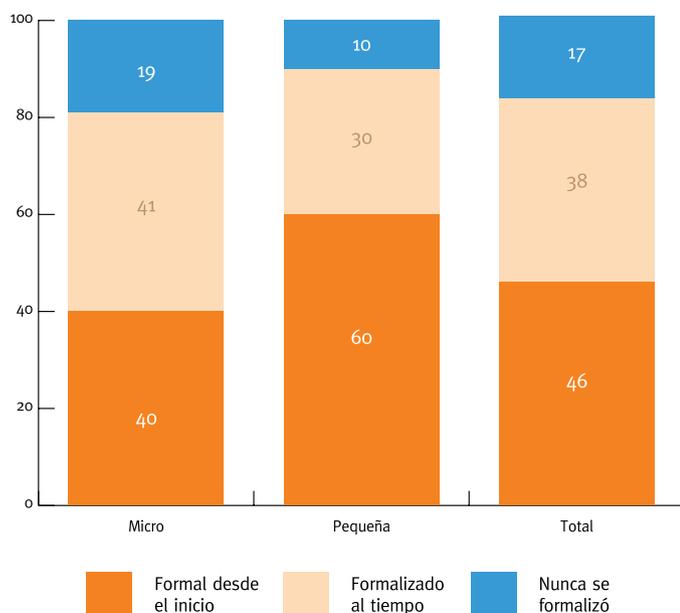
Base: Empresas que se formalizaron (167).

P.: ¿Cuánto tiempo pasó entre el inicio de las actividades y la formalización? (En años).

De acuerdo al tamaño de las empresas, las pequeñas tienen un mayor nivel de formalización que las micro. En las pequeñas, el 60 % son formales desde sus inicios, el 30 % se formalizaron al tiempo y el 10 % nunca lo hicieron. Entre las microempresas, el 40 % se formalizaron desde sus inicios, el 41 % al tiempo y el 19 % nunca lo hicieron.

El tiempo transcurrido hasta la formalización es menor en las empresas pequeñas que en las micro: el 58 % de las pequeñas empresas se formalizaron en menos de un año y el 25 % lo llevaron a cabo entre el primer y segundo año, mientras que en las microempresas los guarismos son del 40 % y 30 %, respectivamente.

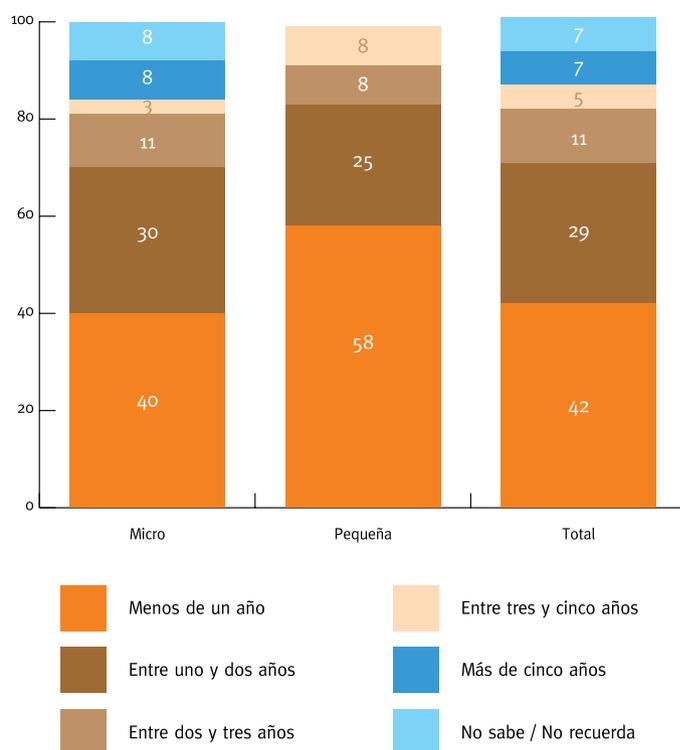
Gráfico 64.
Momento de formalización de la empresa (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Sus actividades fueron formales desde el inicio o se formalizaron al tiempo de comenzarlas?

Gráfico 65.
Tiempo hasta formalización de la empresa, según tamaño (%).



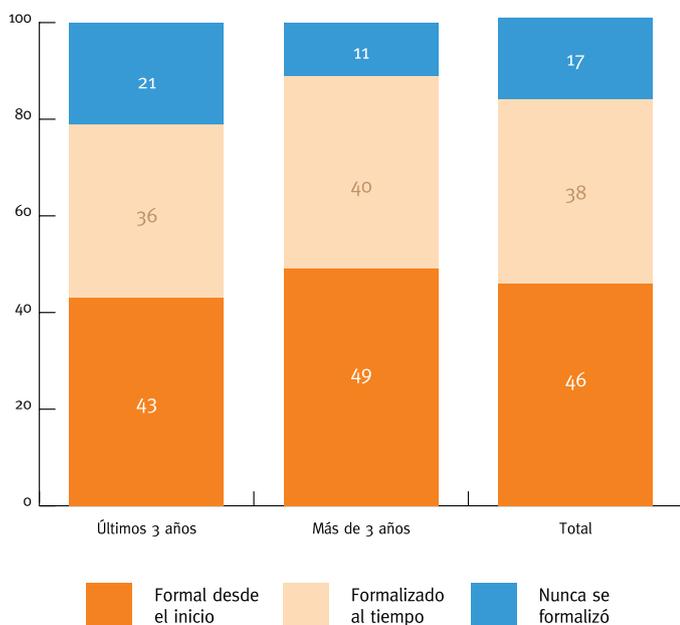
Base: Empresas que se formalizaron (167).

P.: ¿Cuánto tiempo pasó entre el inicio de las actividades y la formalización? (En años).

Al analizar el nivel de formalización de las empresas según su antigüedad, se observa que las más nuevas presentan un poco menos de formalización que las más antiguas. Entre las empresas creadas en los últimos 3 años, el 43 % se formalizaron desde el inicio, el 36 % lo hicieron al tiempo y el 21 % nunca lo llevaron a cabo. Entre las empresas que tienen más de 3 años de actividad, el 49 % se formalizaron desde el comienzo, el 40 % al tiempo y el 11 % nunca lo hicieron.

Las diferencias sobre el tiempo transcurrido hasta la formación de la empresa son más notorias al analizar su antigüedad. El 62 % de las empresas creadas en los últimos 3 años que se formalizaron demoraron menos de un año en hacerlo, mientras que al 26 % les llevaron entre uno y 2 años. El 19 % de las empresas de más de 3 años que se formalizaron lo hicieron en menos de 12 meses y el 33 % demoró entre uno y 2 años.

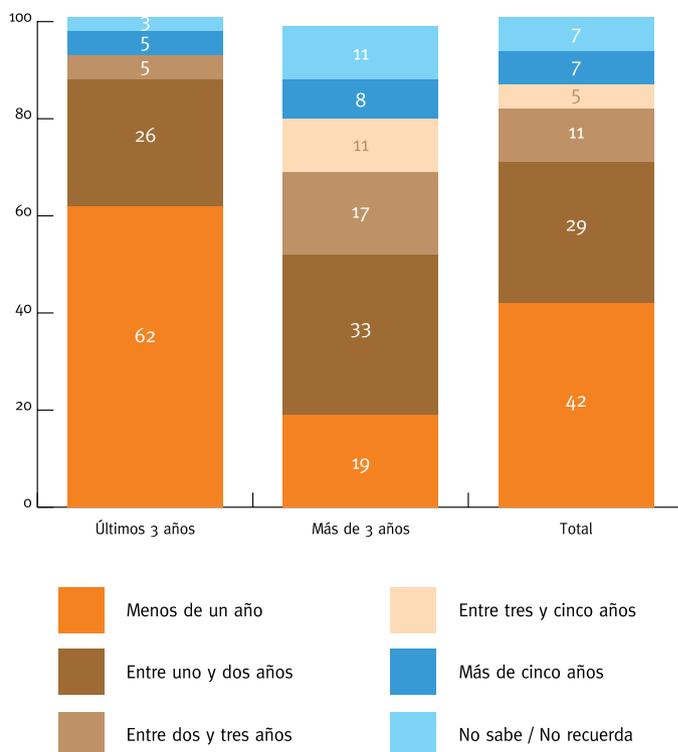
Gráfico 66.
Momento de formalización de la empresa, según antigüedad (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Sus actividades fueron formales desde el inicio o se formalizaron al tiempo de comenzarlas?

Gráfico 67.
Tiempo transcurrido hasta formalizar la empresa, según antigüedad (%).



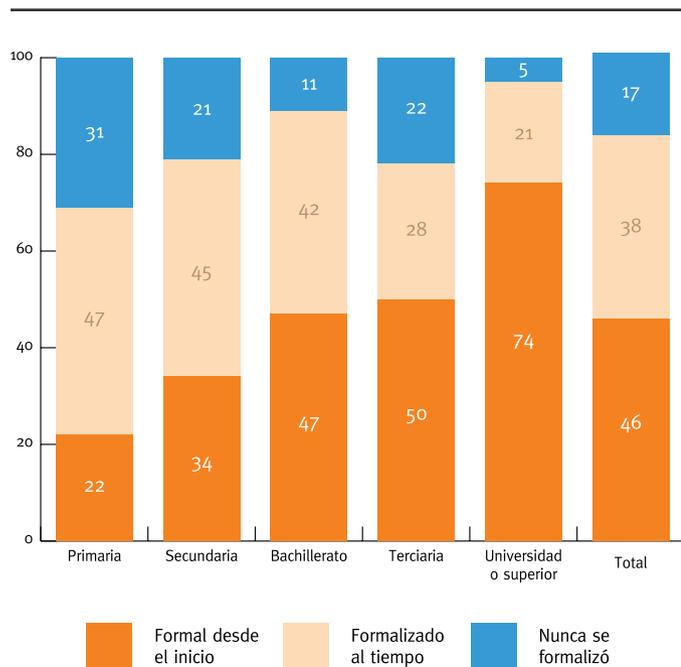
Base: Empresas que se formalizaron (167).

P.: ¿Cuánto tiempo pasó entre el inicio de las actividades y la formalización? (En años).

Al analizar los datos de formalización de las empresas según el perfil de los jóvenes empresarios, se pueden observar variaciones. En términos generales, a mayor nivel educativo alcanzado, mayor nivel de formalización. Entre los empresarios universitarios, 3 de cada 4 (74 %) formalizaron sus empresas desde el inicio y uno de cada 5 (21 %) lo hicieron al tiempo, mientras que solamente el 5 % nunca las formalizaron. Entre los que completaron solo educación primaria, la mayoría formalizó sus empresas: solo uno de cada 5 (22 %) lo hicieron desde el comienzo, casi la mitad al tiempo (47 %) y casi uno de cada tres (31 %) empresarios nunca las formalizaron.

Dentro de las empresas formalizadas, en general, a mayor nivel educativo de los empresarios, más rápidamente se formalizan las actividades de sus empresas.

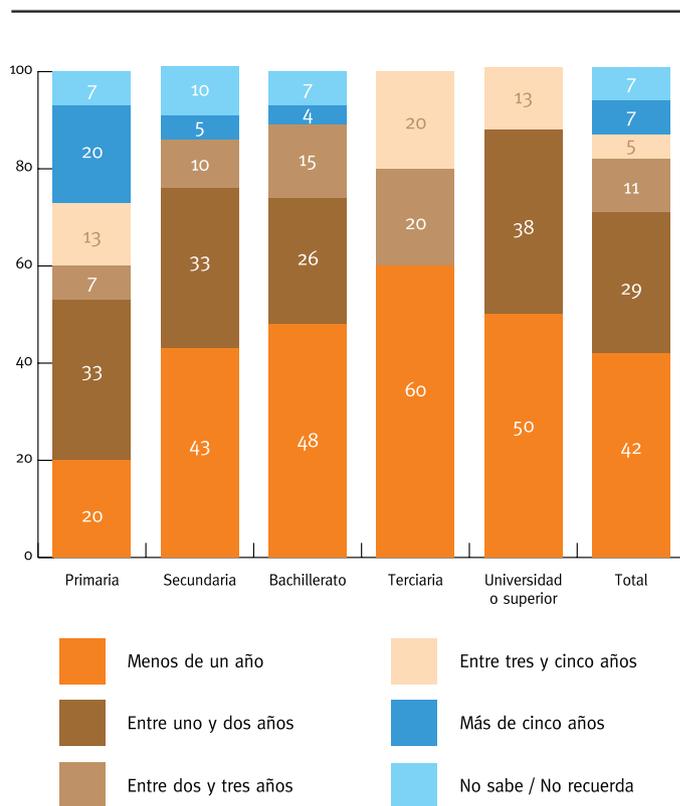
Gráfico 68.
Momento de formalización de la empresa, según nivel educativo (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Sus actividades fueron formales desde el inicio o se formalizaron al tiempo de comenzarlas?

Gráfico 69.
Momento de formalización de la empresa, según nivel educativo (%).



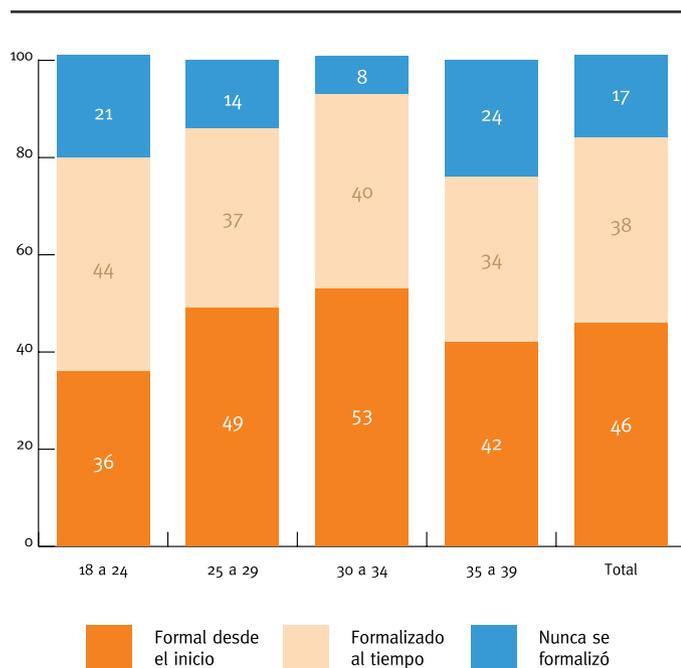
Base: Empresas que se formalizaron (167).

P.: ¿Cuánto tiempo pasó entre el inicio de las actividades y la formalización? (En años).

Los mayores niveles de formalización de las empresas se dan entre los jóvenes empresarios que tienen de 30 a 34 años: el 53 % lo hicieron desde el inicio, el 40 % al tiempo y el 8 % nunca.

En cuanto al tiempo para la formalización de actividades de la empresa, los empresarios de 30 a 34 años lo llevaron a cabo con mayor rapidez (el 57 % lo hizo en menos de un año). Los que formalizaron más lentamente fueron los de 35 a 39 años (el 20 % lo concretaron en el primer año, aunque al 50 % les llevó entre uno y 2 años).

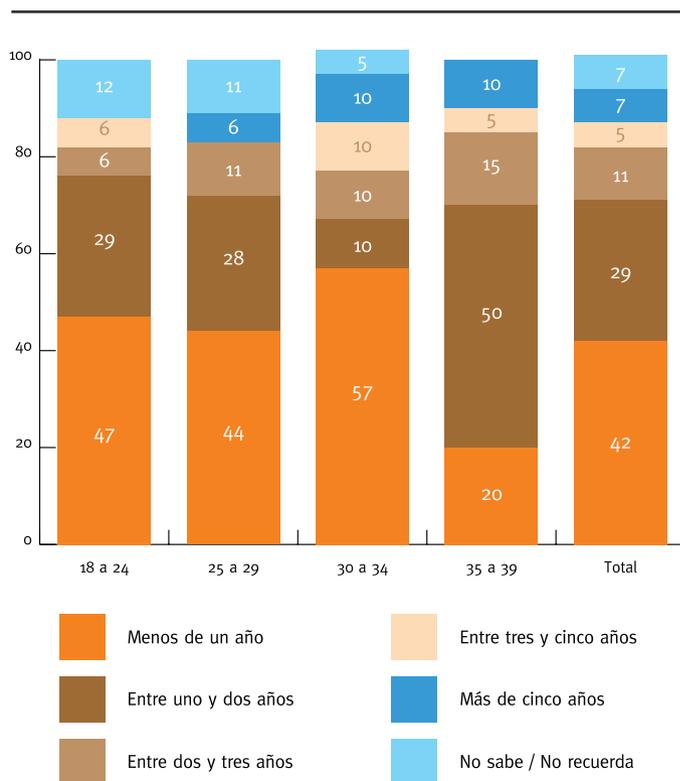
Gráfico 70.
Momento de formalización de la empresa, según edad de los empresarios (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Sus actividades fueron formales desde el inicio o se formalizaron al tiempo de comenzarlas?

Gráfico 71.
Tiempo transcurrido hasta formalizar la empresa, según edad de los empresarios (%).

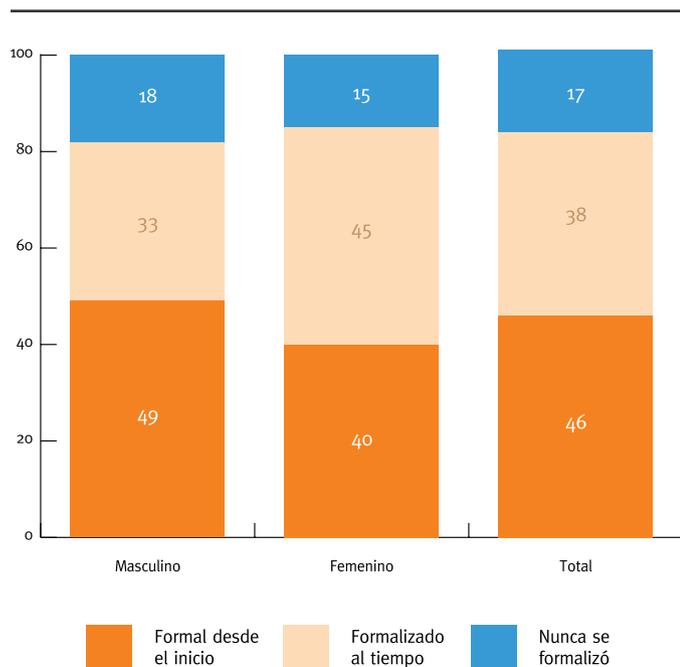


Base: Empresas que se formalizaron (167).

P.: ¿Cuánto tiempo pasó entre el inicio de las actividades y la formalización? (En años).

El nivel de formalización de las empresas lideradas por mujeres es levemente superior al que presentan los hombres (85 % y 82 %, respectivamente). Sin embargo, los hombres formalizaron antes sus emprendimientos: el 49 % lo hicieron desde el inicio y el 33 % al tiempo, mientras que estas cifras son del 40 % y del 45 % entre las mujeres. Al consultar por el tiempo de formalización de las empresas, el 43 % de los hombres realizaron este proceso en menos de un año, el 25 % en entre uno y 2 años, el 10 % en entre 2 y 3 años, el 8 % en entre 3 y 5 años y el 13 % en más de 5 años. Entre las mujeres, el 42 % formalizaron en menos de un año, el 33 % en entre uno y 2 años, el 11 % en entre 2 y 3 años y el 3 % en entre 3 y 5 años.

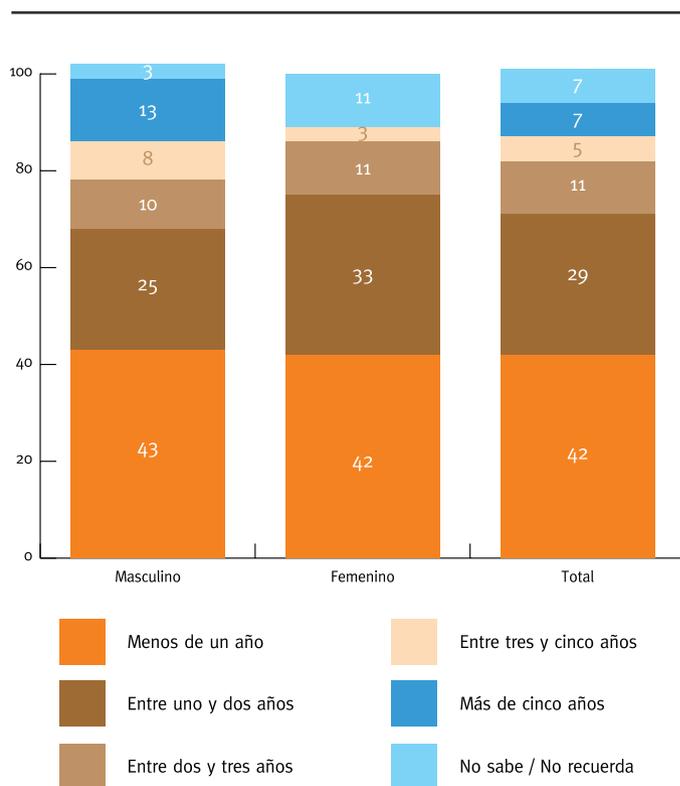
Gráfico 72.
Momento de formalización de la empresa, según sexo (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Sus actividades fueron formales desde el inicio o se formalizaron al tiempo de comenzarlas?

Gráfico 73.
Tiempo transcurrido hasta formalizar la empresa, según sexo (%).

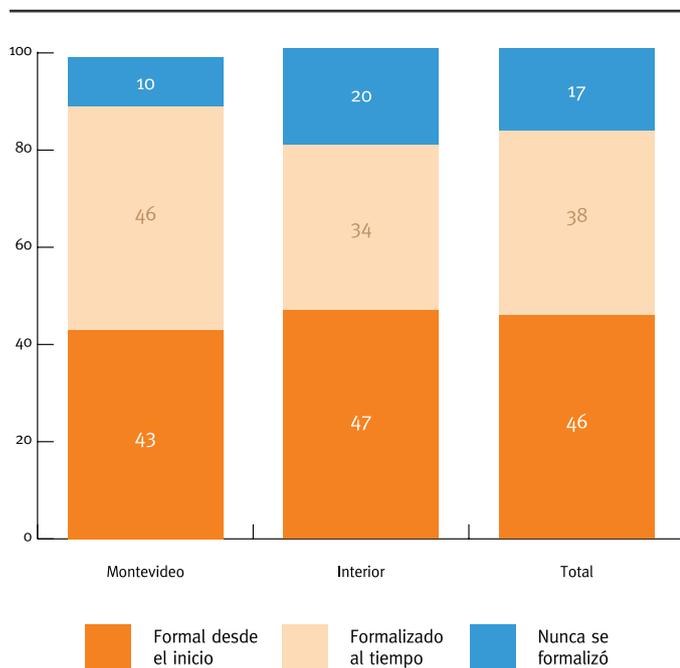


Base: Empresas que se formalizaron (167).

P.: ¿Cuánto tiempo pasó entre el inicio de las actividades y la formalización? (En años).

En cuanto a la región, en el interior el grado de informalidad es mayor: el 10 % de los jóvenes empresarios de Montevideo nunca formalizaron su empresa, cifra que alcanza el 20 % en el resto del país.

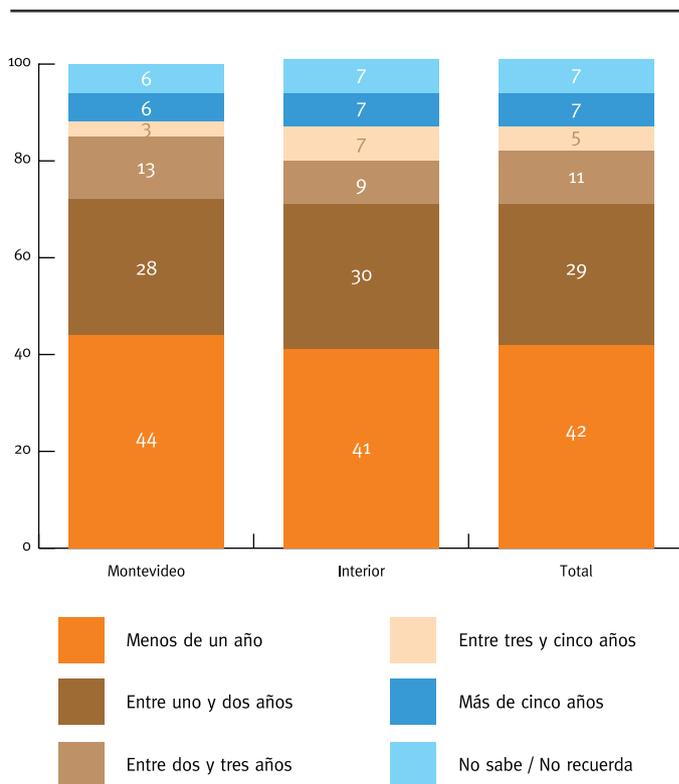
Gráfico 74.
Momento de formalización de la empresa, según región geográfica (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Sus actividades fueron formales desde el inicio o se formalizaron al tiempo de comenzarlas?

Gráfico 75.
Tiempo transcurrido hasta formalizar la empresa, según región geográfica (%).



Base: Empresas que se formalizaron (167).

P.: ¿Cuánto tiempo pasó entre el inicio de las actividades y la formalización? (En años).

Con respecto al tiempo transcurrido para la formalización, los valores resultan similares según las regiones. Entre las empresas que se formalizaron, en Montevideo el 44 % lo hicieron en menos de un año, el 28 % en entre uno y 2 años, el 13 % en entre 2 y 3 años. En el interior del país, el 41 % formalizaron sus actividades en menos de un año, el 30 % en entre uno y 2 años, y el 9 % en entre 2 y 3 años.

A continuación se presentan los valores aproximados en cantidad de meses hasta la formalización de la empresa, para el total de jóvenes empresarios y, en particular, para los jóvenes que formalizaron al tiempo sus actividades. Los resultados se presentan según distintas variables de estudio: tamaño de las empresas, sexo, edad y nivel educativo de los empresarios, así como el tiempo que hace que desarrollan esta actividad y su región.

El tiempo transcurrido para la formalización de las empresas es en promedio de 10 meses. En los casos en que tardaron en formalizarse, el promedio llega a 20 meses. El proceso lleva más tiempo en el caso de las microempresas, los hombres, los empresarios que tienen entre 35 y 39 años, quienes presentan menor nivel educativo, aquellos que tienen un negocio hace más de 3 años y los radicados en el interior.

Cuadro 21.
Duración aproximada de la formalización en meses, según tamaño de la empresa.

Tamaño de la empresa	Duración promedio en meses (total de jóvenes empresarios)	Duración promedio en meses (jóvenes que formalizaron al tiempo)
Micro	11	21
Pequeña	6	15
Total	10	20

Cuadro 22.
Duración aproximada de la formalización en meses, según sexo del empresario.

Sexo del empresario	Duración promedio en meses (total de jóvenes empresarios)	Duración promedio en meses (jóvenes que formalizaron al tiempo)
Masculino	10	23
Femenino	9	17
Total	10	20

Cuadro 23.
Duración aproximada de la formalización en meses, según edad del empresario.

Edad del empresario	Duración promedio en meses (total de jóvenes empresarios)	Duración promedio en meses (jóvenes que formalizaron al tiempo)
18 a 24	10	16
25 a 29	8	18
30 a 34	9	20
35 a 39	13	26
Total	10	20

Cuadro 24.

Duración aproximada de la formalización en meses, según educación del empresario.

Educación alcanzada	Duración promedio en meses (total de jóvenes empresarios)	Duración promedio en meses (jóvenes que formalizaron al tiempo)
Primaria	22	30
Secundaria	13	20
Bachillerato	7	16
Terciaria	7	17
Universidad o superior	5	19
Total	10	20

Cuadro 25.

Duración aproximada de la formalización en meses, según antigüedad de la empresa.

Antigüedad de la empresa	Duración promedio en meses (total de jóvenes empresarios)	Duración promedio en meses (jóvenes que formalizaron al tiempo)
Últimos 3 años	7	14
Más de 3 años	13	28
Total	10	20
Terciaria	7	17
Universidad o superior	5	19
Total	10	20

Cuadro 26.

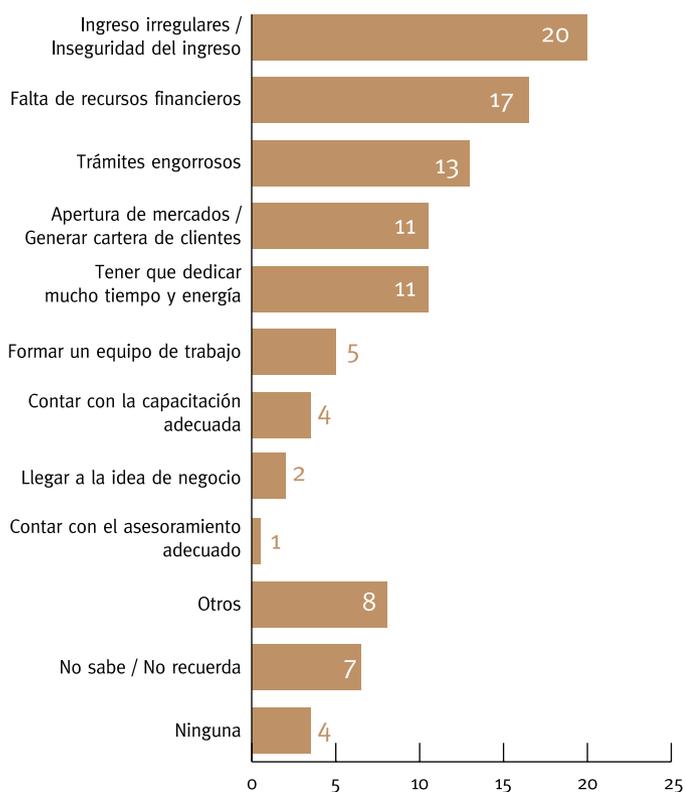
Duración aproximada de la formalización en meses, según región geográfica.

Región geográfica	Duración promedio en meses (total de jóvenes empresarios)	Duración promedio en meses (jóvenes que formalizaron al tiempo)
Montevideo	9	19
Interior	10	21
Total	10	20
Terciaria	7	17
Universidad o superior	5	19
Total	10	20

3.b Principales dificultades al momento de iniciar actividades

Las principales dificultades que encuentran los jóvenes empresarios al momento de iniciar sus actividades son tener que enfrentar la irregularidad o inseguridad de ingresos (20 %) y la falta de recursos financieros para comenzar las actividades (17 %). Les siguen los trámites engorrosos (13 %), la apertura de mercados o la necesidad de generar una cartera de clientes (11 %) y tener que dedicar tiempo y energía (11 %). Otras menciones son: formar un equipo de trabajo, contar con capacitación adecuada, llegar a una idea de negocio y contar con el asesoramiento adecuado.

Gráfico 76.
Principales dificultades al momento de iniciar la actividad empresarial (%)



Los datos por rubro de actividad muestran matices en las principales dificultades. Para el sector de la industria y la construcción son la inseguridad de ingresos, la falta de recursos y la conformación de un equipo de trabajo. En el sector servicios la principal dificultad refiere a los ingresos, y en el comercio a la falta de recursos financieros. En el agro se agregan como factor relevante, los trámites engorrosos.

Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: En el momento de iniciar sus actividades, ¿cuáles fueron las principales dificultades que enfrentó?

Cuadro 27.

Principales dificultades al momento de iniciar actividades según rubro (%).

Principales dificultades	Industria y construcción	Servicios	Comercio	Agro	Total
Ingresos irregulares / Inseguridad del ingreso	19	27	12	14	20
Falta de recursos financieros	19	12	18	29	17
Trámites engorrosos	5	14	10	24	13
Tener que dedicar mucho tiempo y energía	10	11	12	5	11
Apertura de mercados / Generar cartera de clientes	10	12	12	-	11
Formar un equipo de trabajo	19	4	3	-	5
Contar con la capacitación adecuada	5	3	3	10	4
Llegar a la idea de negocio	5	2	2	-	2
Otros	3	7	15	3	6
No sabe / No recuerda	-	5	10	10	7
Ninguna	5	3	3	5	4
Total	100	100	100	100	

Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: En el momento de iniciar sus actividades, ¿cuáles fueron las principales dificultades que enfrentó?

En las microempresas se destacan los temas asociados a lo económico: el 22 % mencionan la inseguridad de ingresos y el 18 % la falta de recursos financieros. Les siguen en importancia los trámites engorrosos (14 %), la dedicación necesaria (11 %) y las dificultades para abrir mercados y generar clientes (10 %). En las

pequeñas empresas las principales dificultades mencionadas son la falta de recursos financieros (15 %) y la formación de un equipo de trabajo (15 %), la irregularidad de ingresos (13 %), los trámites engorrosos (13 %), tener que dedicar mucho tiempo y energía (10 %) y la necesidad de contar con la capacitación adecuada (8 %).

Cuadro 28.

Principales dificultades al momento de iniciar actividades según tamaño (%).

Principales dificultades	Micro	Pequeña	Total
Ingresos irregulares / Inseguridad del ingreso	22	13	20
Falta de recursos financieros	18	15	17
Trámites engorrosos	14	13	13
Tener que dedicar mucho tiempo y energía	11	10	11
Apertura de mercados / Generar cartera de clientes	10	8	11
Formar un equipo de trabajo	1	15	5
Contar con la capacitación adecuada	3	8	4
Llegar a la idea de negocio	3	-	2
Otros	7	10	6
No sabe / No recuerda	8	3	7
Ninguna	3	5	4
Total	100	100	100

Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: En el momento de iniciar sus actividades, ¿cuáles fueron las principales dificultades que enfrentó?

Uno de cada 4 titulares o directores de empresas con más de 3 años de antigüedad afirma que la inseguridad del ingreso es la principal dificultad al momento de iniciar sus actividades. Para las empresas que comenzaron en los últimos 3 años, los trámites engorrosos son el aspecto más mencionado, porque uno de cada 5 empresarios afirma que es la principal adversidad que ha enfrentado. La proporción es bastante similar a las dificultades económicas.

Las personas que tienen la empresa desde hace menos tiempo recuerdan más claramente las dificultades de los trámites. Esto hace suponer que, con el paso del tiempo, este tipo de experiencia se deja de recordar.

Cuadro 29.

Principales dificultades al momento de iniciar actividades según antigüedad (%).

Principales dificultades	Últimos 3 años	Más de 3 años	Total
Ingresos irregulares / Inseguridad del ingreso	16	25	20
Falta de recursos financieros	18	15	17
Trámites engorrosos	20	5	13
Tener que dedicar mucho tiempo y energía	8	13	11
Apertura de mercados / Generar cartera de clientes	8	13	11
Formar un equipo de trabajo	5	5	5
Contar con la capacitación adecuada	5	3	4
Otros	9	13	8
No sabe / No recuerda	7	5	7
Ninguna	4	3	4
Total	100	100	100

Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: En el momento de iniciar sus actividades, ¿cuáles fueron las principales dificultades que enfrentó?

Al observar la información por nivel educativo de los empresarios, se confirma que la inseguridad de ingresos es la principal dificultad. La proporción es mayor entre quienes tienen educación terciaria (39 %) o universitaria (33 %).

Al aumentar la edad de los jóvenes empresarios, la inseguridad de ingresos cobra mayor importancia y los factores asociados a la dedicación de tiempo y energía pierden peso.

Cuadro 30.

Principales dificultades al momento de iniciar actividades según nivel educativo (%).

Principales dificultades	Primaria	Secundaria	Bachillerato	Terciaria	Universidad o superior	Total
Ingresos irregulares / Inseguridad del ingreso	22	17	8	39	33	20
Falta de recursos financieros	19	15	22	11	10	17
Trámites engorrosos	16	11	16	-	15	13
Tener que dedicar mucho tiempo y energía	13	9	14	11	5	11
Apertura de mercados / Generar cartera de clientes	3	11	11	6	18	11
Formar un equipo de trabajo	-	11	6	-	3	5
Contar con la capacitación adecuada	6	4	2	11	3	4
Otros	6	11	10	16	8	8
No sabe / No recuerda	9	11	3	6	5	7
Ninguna	6	-	8	-	-	4
Total	100	100	100	100	100	100

.....
Base: Entrevistados empresarios (200).
.....

P: En el momento de iniciar sus actividades, ¿cuáles fueron las principales dificultades que enfrentó?

Cuadro 31.

Principales dificultades al momento de iniciar actividades según edad (%).

Principales dificultades	18 a 24	25 a 29	30 a 34	35 a 39	Total
Ingresos irregulares / Inseguridad del ingreso	10	16	23	27	20
Falta de recursos financieros	15	16	19	15	17
Trámites engorrosos	15	14	17	7	13
Tener que dedicar mucho tiempo y energía	18	10	8	8	11
Apertura de mercados / Generar cartera de clientes	10	10	9	12	11
Formar un equipo de trabajo	8	4	2	7	5
Contar con la capacitación adecuada	3	6	4	3	4
Otros	8	12	8	14	8
No sabe / No recuerda	8	10	4	5	7
Ninguna	5	2	6	2	4
Total	100	100	100	100	100

Base: Entrevistados empresarios (200).

P: En el momento de iniciar sus actividades, ¿cuáles fueron las principales dificultades que enfrentó?

La irregularidad de los ingresos es la principal dificultad al momento de iniciar las actividades, tanto para hombres como para mujeres (20 %). La falta de recursos financieros y la dificultad de formar un equipo de trabajo son aspectos relativamente más importantes para los hombres. En cambio, para las mujeres cobran mayor relevancia los trámites engorrosos y las dificultades asociadas al tiempo y la dedicación.

Cuadro 32.
Principales dificultades al momento de iniciar actividades según sexo (%).

Principales dificultades	Masculino	Femenino	Total
Ingresos irregulares / Inseguridad del ingreso	20	20	20
Falta de recursos financieros	18	14	17
Trámites engorrosos	11	16	13
Tener que dedicar mucho tiempo y energía	8	15	11
Apertura de mercados/ Generar cartera de clientes	10	11	11
Formar un equipo de trabajo	7	3	5
Contar con la capacitación adecuada	4	4	4
Otros	10	10	8
No sabe / No recuerda	7	6	7
Ninguna	5	1	4
Total	100	100	100

Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: En el momento de iniciar sus actividades, ¿cuáles fueron las principales dificultades que enfrentó?

La irregularidad e inseguridad de ingresos es la principal dificultad encontrada independientemente de la región. En el interior la falta de recursos financieros tiene similar nivel de importancia, mientras que en Montevideo la otra gran dificultad son los trámites engorrosos.

Cuadro 33.
Principales dificultades al momento de iniciar actividades según región (%).

Principales dificultades	Montevideo	Interior	Total
Ingresos irregulares / Inseguridad del ingreso	19	21	20
Falta de recursos financieros	12	19	17
Trámites engorrosos	19	10	13
Tener que dedicar mucho tiempo y energía	10	11	11
Apertura de mercados/ Generar cartera de clientes	12	10	11
Formar un equipo de trabajo	3	6	5
Contar con la capacitación adecuada	4	4	4
Otros	13	8	8
No sabe / No recuerda	7	6	7
Ninguna	1	5	4
Total	100	100	100

Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: En el momento de iniciar sus actividades, ¿cuáles fueron las principales dificultades que enfrentó?

El inicio de las actividades: resumen de resultados

- Aproximadamente la mitad de los empresarios jóvenes dicen haber formalizado sus actividades desde el inicio. El proceso de formalización lleva en promedio 10 meses aproximadamente en el total de las empresas, y 20 meses entre los que tardaron en formalizarse.
- El sector servicios es el rubro de actividad que presenta mayor nivel de formalización (92 %), mientras que el menor nivel se presenta en el sector de la industria y construcción, con el 64 %.
- En el interior el grado de informalidad es mayor: el 10 % de los jóvenes empresarios de Montevideo nunca formalizaron su empresa, cifra que alcanza el 20 % en el resto del país.
- Las principales dificultades manifestadas son los ingresos irregulares al inicio y la falta de recursos financieros. En un segundo nivel aparecen los trámites engorrosos y el tiempo y la energía requeridos al inicio de la actividad y al abrir mercados.
- Las personas que hace menos tiempo que tienen la empresa recuerdan más claramente las dificultades de los trámites. Se supone que, con el paso del tiempo, este tipo de experiencia se deja de recordar.

4. Acceso al financiamiento

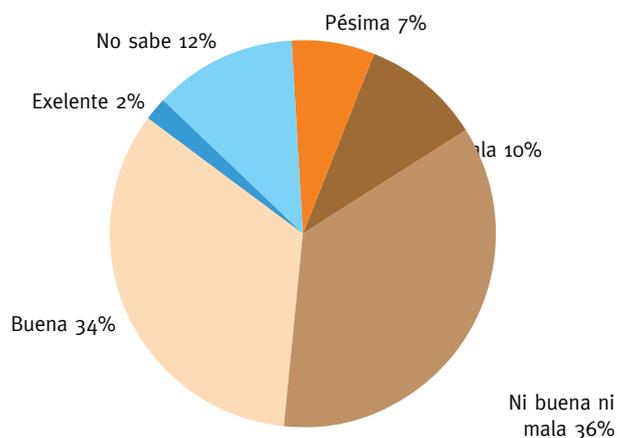
Según los datos presentados en el apartado anterior, una de las principales dificultades para iniciar un emprendimiento es el acceso al financiamiento. La información recogida en este capítulo permite profundizar, al menos parcialmente, en la vinculación y el ajuste entre oferta y demanda de productos financieros orientados a jóvenes empresarios.

Se indagó acerca de la oferta y demanda de productos financieros. Se consultó sobre la evaluación de la oferta existente de productos financieros, la tenencia de créditos, el interés en el acceso o ampliación de créditos, las dificultades para acceder a créditos y el origen del capital obtenido para iniciar el negocio.

(a) Evaluación de oferta actual de productos financieros

En referencia a la oferta actual de productos financieros, el 36 % de los jóvenes empresarios entrevistados consideran que la oferta no es ni buena ni mala, otro 36 % la consideran buena o excelente, el 17 % señalan que es mala o pésima y el 12 % no sabe. La opinión es más positiva que negativa y existe una amplia proporción de jóvenes que tienen una percepción neutra ante la oferta existente.

Gráfico 77.
Evaluación de oferta actual de productos financieros (%).

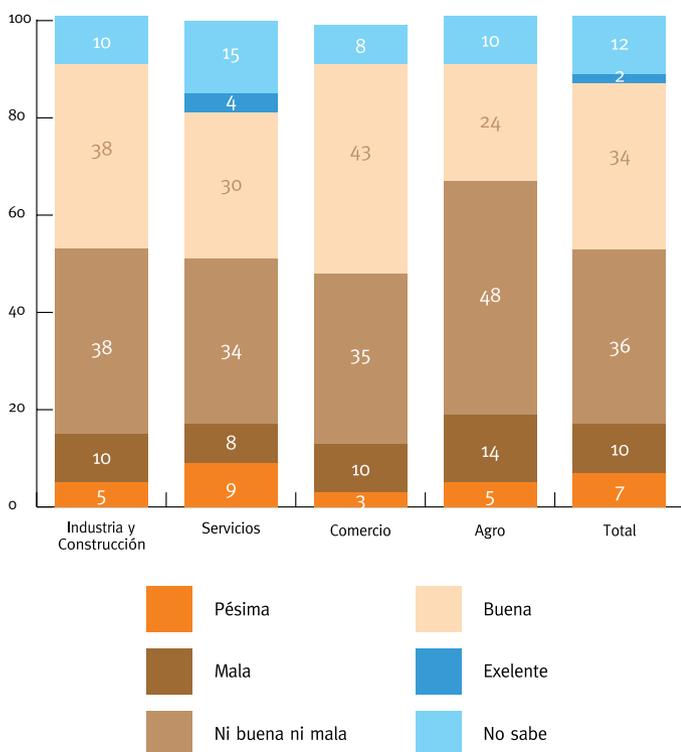


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: Hablemos ahora de productos financieros. ¿Cómo evaluaría la oferta actual de productos financieros para empresas como la suya?

Al distinguir esta evaluación por rubro de actividad, el sector más crítico es el del agro. Casi la mitad de los jóvenes empresarios del agro consideran que la oferta no es ni buena ni mala, y uno de cada 4 entiende que es buena. Casi uno de cada 5 empresarios no está conforme con los productos financieros ofrecidos: 14 % opinan que la oferta es mala y 5 % que es pésima. El sector más satisfecho con la oferta disponible es el comercio. El 43 % de los empresarios de ese sector consideran que la oferta es buena, el 35 % dicen que no es ni buena ni mala, el 10 % que es mala y el 3 % que es pésima. Aun en el sector de mayor nivel de satisfacción, existen niveles altos de indiferencia o no conformidad. En el sector servicios está la mayor proporción de empresarios que no evalúan la oferta existente (15 %).

Gráfico 78.
Evaluación de oferta actual de productos financieros según rubro (%).

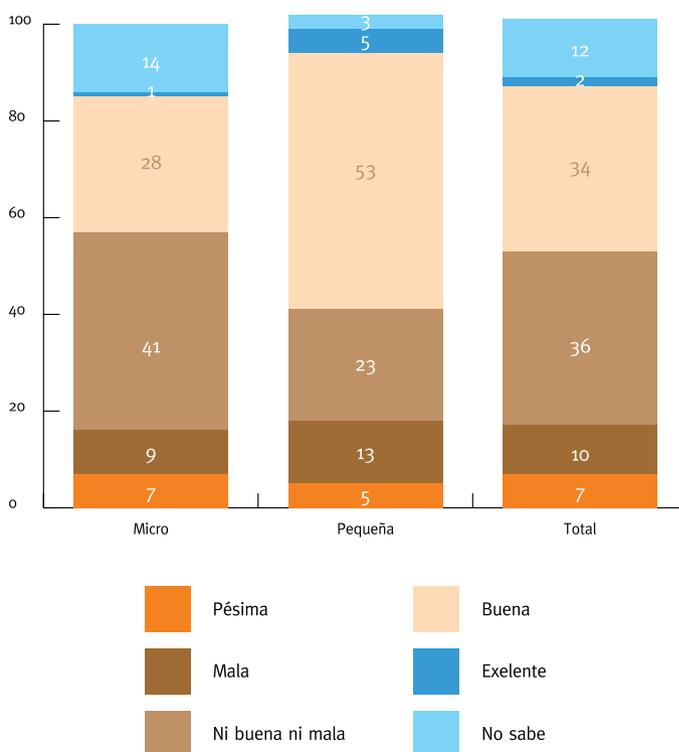


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: Hablemos ahora de productos financieros. ¿Cómo evaluaría la oferta actual de productos financieros para empresas como la suya?

Existen diferencias por tamaño de las empresas. Las pequeñas presentan mayores niveles de satisfacción y de insatisfacción. Entre las microempresas el nivel de indiferencia es mayor. Más de la mitad de los empresarios de pequeñas empresas afirman que la oferta de productos financieros es buena (53 %), el 5 % la consideran excelente, el 23 % dicen que no es ni buena ni mala, el 13 % que es mala y el 5 % que resulta pésima. Solo el 3 % no evalúan la oferta financiera. Entre los empresarios de microempresas, la amplia mayoría dicen que la oferta no es ni buena ni mala (41 %), el 28 % la consideran buena y el 1 % excelente. En el otro extremo el 9 % sostienen que es mala y el 7 % que es pésima. El 14 % de los empresarios de microempresas no evalúan la oferta existente.

Gráfico 79.
Evaluación de oferta actual de productos financieros según rubro (%).

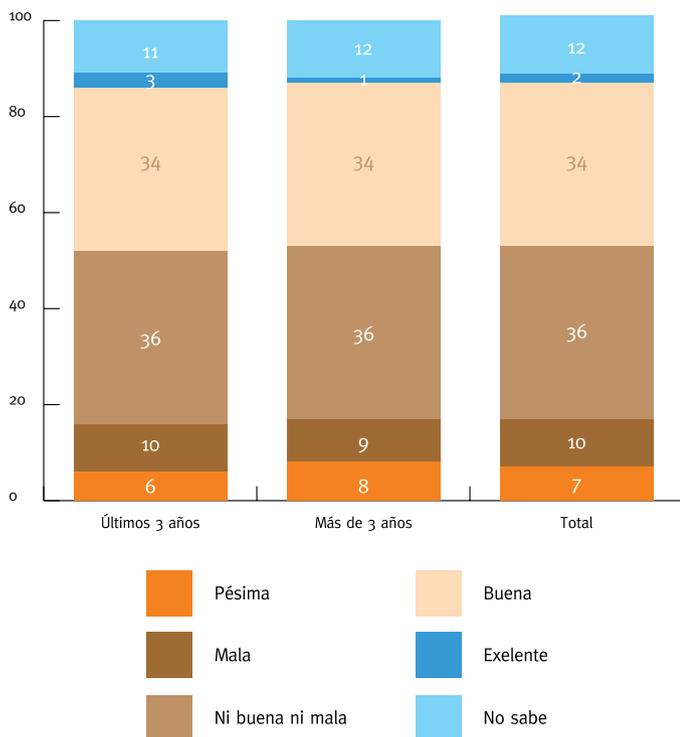


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: Hablemos ahora de productos financieros. ¿Cómo evaluaría la oferta actual de productos financieros para empresas como la suya?

La antigüedad de la empresa no parece arrojar variaciones en la evaluación de la oferta de productos financieros. La proporción de opiniones en las nuevas empresas y en las de más de 3 años son similares a las del total.

Gráfico 80.
Evaluación de oferta actual de productos financieros según antigüedad (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: Hablemos ahora de productos financieros. ¿Cómo evaluaría la oferta actual de productos financieros para empresas como la suya?

(b) Principales dificultades para acceder al crédito

Las principales dificultades manifestadas por los jóvenes empresarios para acceder al crédito son los altos costos de las tasas de interés (34 %) y la carencia de garantías reales (31 %). Les siguen los montos bajos ofrecidos (21 %), los requerimientos de formalización de la empresa (21 %), los plazos inadecuados (9 %) y la carencia de períodos de gracia adecuados (6 %). Los jóvenes hacen más hincapié en los costos que el conjunto de los empresarios, que están más preocupados por las exigencias de garantías reales. Ambos grupos de empresarios tienen similares preocupaciones respecto a los requerimientos de formalización para el acceso al crédito.

Gráfico 81.
Principales dificultades para acceder al crédito (%). Suma de menciones.



Base: Empresarios que evalúan oferta de productos financieros (181).

P.: ¿Cuáles diría usted que son las 3 principales dificultades que tiene para el acceso al crédito para su empresa? No nos estamos refiriendo a los créditos personales a los que usted pueda acceder a título personal.

Los altos costos son un factor relevante para todos los rubros. Es una de las principales dificultades mencionadas por empresarios de los distintos sectores y es la principal dificultad para los empresarios del sector servicios. Para los de la industria y construcción y del agro, la carencia de garantías reales es el mayor inconveniente. Los vinculados al comercio destacan los bajos montos ofrecidos.

Cuadro 34.

Principales dificultades para acceder al crédito según rubro (%). Suma de menciones.

Principales dificultades	Industria y construcción	Servicios	Comercio	Agro	Total
Costos (tasas de interés)	37	40	27	26	34
Carencia de garantías reales	42	33	25	32	31
Estado de formalización (tenencia de balance, certificaciones)	21	24	20	11	21
Montos bajos	26	15	30	16	21
Plazos inadecuados	11	9	11	5	9
Carencia de períodos de gracia adecuados	-	7	5	5	
Contar con la capacitación adecuada	5	3	3	10	4

Base: Empresarios que evalúan oferta de productos financieros (181).

P.: ¿Cuáles diría usted que son las 3 principales dificultades que tiene para el acceso al crédito para su empresa? No nos estamos refiriendo a los créditos personales a los que usted pueda acceder a título personal.

Para las empresas pequeñas y micro los costos y la carencia de garantías son las principales dificultades mencionadas, con mayor intensidad en las pequeñas. En estas cobra importancia los requerimientos de formalización, y en las microempresas los bajos montos de los créditos.

Cuadro 35.
Principales dificultades para acceder al crédito según tamaño (%). Suma de menciones.

Principales dificultades	Micro	Pequeña	Total
Costos (tasas de interés)	32	46	34
Carencia de garantías reales	30	38	31
Estado de formalización (tenencia de balance, certificaciones)	18	26	21
Montos bajos	22	18	21
Plazos inadecuados	8	13	9
Carencia de períodos de gracia adecuados	4	13	6

Base: Empresarios que evalúan oferta de productos financieros (181).

P: ¿Cuáles diría usted que son las 3 principales dificultades que tiene para el acceso al crédito para su empresa? No nos estamos refiriendo a los créditos personales a los que usted pueda acceder a título personal.

El cuadro a continuación muestra las principales dificultades mencionadas según la antigüedad de las empresas. Si bien los costos asociados a las tasas de interés y la carencia de garantías reales se presentan como las dificultades más mencionadas independientemente de la antigüedad de la empresa, la segunda adquiere mayor relevancia para las de reciente creación. Para estas mipymes, además, los requerimientos de formalización y los montos bajos representan una mayor dificultad.

Cuadro 36.
Principales dificultades para acceder al crédito según antigüedad (%). Suma de menciones.

Principales dificultades	Últimos 3 años	Más de 3 años	Total
Costos (tasas de interés)	33	35	34
Plazos inadecuados	10	9	9
Carencia de períodos de gracia adecuados	5	6	6
Carencia de garantías reales	35	28	31
Estado de formalización (tenencia de balance, certificaciones)	27	15	21
Montos bajos	23	18	21

Base: Empresarios que evalúan oferta de productos financieros (181).

P: ¿Cuáles diría usted que son las 3 principales dificultades que tiene para el acceso al crédito para su empresa? No nos estamos refiriendo a los créditos personales a los que usted pueda acceder a título personal.

NOTA: Se excluyen los que no contestan antigüedad (2 casos).

La preocupación por los costos de los préstamos es significativamente mayor entre los jóvenes empresarios que tienen educación universitaria o superior. Casi la mitad de ellos (44 %) mencionan esta dificultad como una de las 3 principales. Es la dificultad más mencionada entre los que tienen educación terciaria (31 %) y educación secundaria (38 %). La principal dificultad entre quienes completaron bachillerato y entre quienes solo alcanzaron la educación primaria es la carencia de garantías reales.

Cuadro 37.

Principales dificultades para acceder al crédito según nivel educativo (%). Suma de menciones.

Principales dificultades	Primaria	Secundaria	Bachillerato	Terciaria	Universidad o superior	Total
Costos (tasas de interés)	24	38	31	31	44	34
Plazos inadecuados	3	5	14	-	17	9
Carencia de períodos de gracia adecuados	-	2	7	6	11	6
Carencia de garantías reales	34	33	38	6	28	31
Estado de formalización (tenencia de balance, certificaciones)	21	21	22	6	25	21
Montos bajos	24	19	24	13	19	21

Base: Empresarios que evalúan oferta de productos financieros (181).

P: ¿Cuáles diría usted que son las 3 principales dificultades que tiene para el acceso al crédito para su empresa? No nos estamos refiriendo a los créditos personales a los que usted pueda acceder a título personal.

Los altos costos y la carencia de garantías reales son los dos factores más mencionados, independientemente de la edad y del sexo de los jóvenes empresarios. Los costos son uno de los factores principales para el 36 % de los hombres y para el 32 % de las mujeres. La carencia de garantías reales es un factor importante para el 36 % de los hombres y para el 25 % de las mujeres. Otros factores mencionados, como los plazos inadecuados, tienen mayor importancia para las mujeres que para las hombres, con el 14 % y el 6 %, respectivamente.

Cuadro 38.

Principales dificultades para acceder al crédito según edad (%). Suma de menciones.

Principales dificultades	18 a 24	25 a 29	30 a 34	35 a 39	Total	Total
Costos (tasas de interés)	39	33	39	27	34	34
Plazos inadecuados	14	9	10	6	9	9
Carencia de períodos de gracia adecuados	3	9	4	6	6	6
Carencia de garantías reales	31	33	35	27	31	31
Estado de formalización (tenencia de balance, certificaciones)	28	12	20	25	21	21
Montos bajos	28	16	22	20	21	21

Base: Empresarios que evalúan oferta de productos financieros (181).

P: ¿Cuáles diría usted que son las 3 principales dificultades que tiene para el acceso al crédito para su empresa? No nos estamos refiriendo a los créditos personales a los que usted pueda acceder a título personal.

Cuadro 39.
Principales dificultades para acceder al crédito según sexo (%). Suma de menciones.

Principales dificultades	Masculino	Femenino	Total
Costos (tasas de interés)	36	32	34
Plazos inadecuados	6	14	9
Carencia de períodos de gracia adecuados	6	4	6
Carencia de garantías reales	36	25	31
Estado de formalización (tenencia de balance, certificaciones)	22	19	21
Montos bajos	20	23	21

Base: Empresarios que evalúan oferta de productos financieros (181).

P: ¿Cuáles diría usted que son las 3 principales dificultades que tiene para el acceso al crédito para su empresa? No nos estamos refiriendo a los créditos personales a los que usted pueda acceder a título personal.

Los costos de los préstamos y la carencia de garantías reales son las principales dificultades tanto en Montevideo como en el interior. En la capital le siguen las exigencias de formalización, y en el resto del país los montos bajos.

Cuadro 40.
Principales dificultades para acceder al crédito según región (%). Suma de menciones.

Principales dificultades	Montevideo	Interior	Total
Costos (tasas de interés)	35	34	34
Plazos inadecuados	12	8	9
Carencia de períodos de gracia adecuados	5	6	6
Carencia de garantías reales	31	32	31
Estado de formalización (tenencia de balance, certificaciones)	25	19	21
Montos bajos	15	24	21

Base: Empresarios que evalúan oferta de productos financieros (181).

P: ¿Cuáles diría usted que son las 3 principales dificultades que tiene para el acceso al crédito para su empresa? No nos estamos refiriendo a los créditos personales a los que usted pueda acceder a título personal.

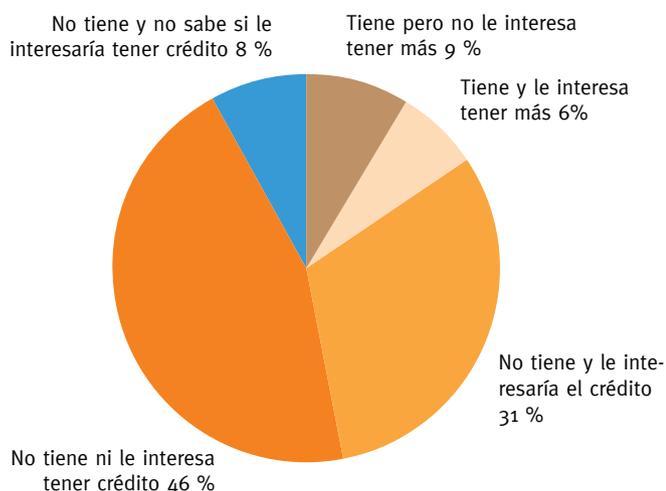
(c) Grado de utilización de financiamiento externo

El nivel de utilización de financiamiento es algo menor en los empresarios de menor edad que en el conjunto de las mipymes: las empresas lideradas por jóvenes que actualmente tienen algún tipo de crédito son el 15 %, mientras que para el conjunto de las mipymes el guarismo llega al 20 %.⁶

Al consultar a los jóvenes empresarios si les interesaría acceder a un crédito o ampliar el que tienen, casi la mitad (46 %) afirman que no cuentan con uno ni les interesa tenerlo. Este dato es muy similar al porcentaje que se observa para el total de los empresarios de las mipymes (48 %).

Casi uno de cada 3 jóvenes no tienen un crédito pero le interesaría acceder a uno, en tanto que el 6 % cuentan con algún tipo de crédito y estarían interesados en ampliarlo. Esto implica que hay un 37 % de jóvenes empresarios interesados en mejorar su acceso al crédito, sea porque no tienen uno o porque lo preferirían ampliar. En el caso de los empresarios de las mipymes en su conjunto, esta cifra alcanza el 42 %.

Gráfico 82.
Situación respecto a los créditos (%)



Variable creada con la combinación de estas 3 preguntas

Base: Entrevistados empresarios / **P:** ¿Tiene hoy la empresa algún tipo de crédito?

Base: : Entrevistados empresarios que no tienen crédito / **P:** ¿Le interesaría recibir un crédito para su empresa?

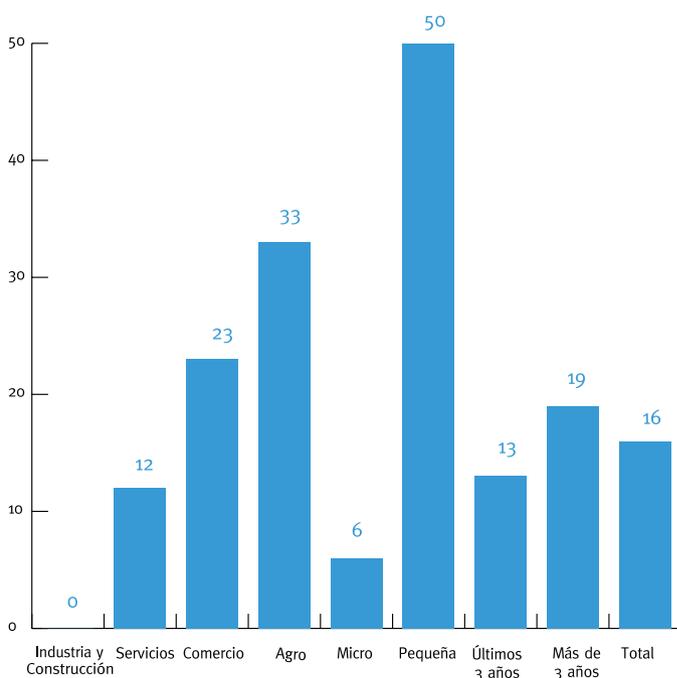
Base: : Entrevistados empresarios que tienen algún tipo de crédito / **P:** ¿Necesitaría recibir un crédito mayor al que tiene?

Por tamaño de empresa se observa que las pequeñas acceden más fácilmente al crédito que las micro (50 % y 6 %, respectivamente).

Según el sector de actividad, se aprecia que disponen de crédito una de cada 3 empresas del agro (33 %), casi una de cada 4 del comercio (23 %) y más de una de cada 10 de servicios (12 %). En la industria y la construcción no se presentan empresas que tengan algún crédito en la actualidad.

El acceso al crédito se produce en mayor medida entre las empresas con más de 3 años de antigüedad (19 %) que entre las más nuevas (13 %).

Gráfico 83.
Tenencia de crédito según rubro, tamaño y antigüedad (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

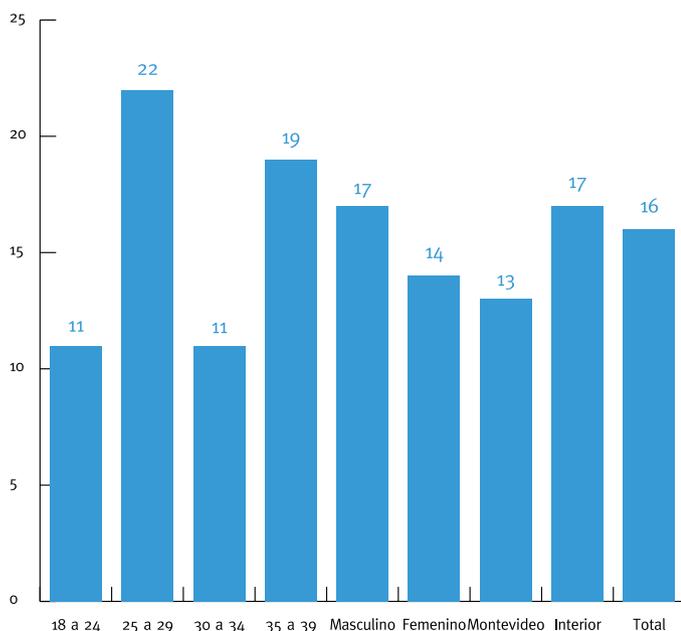
P: ¿Tiene hoy la empresa algún tipo de crédito?

Las empresas de jóvenes de 25 a 29 años disponen actualmente, en mayor medida, de algún tipo de crédito (22 %). Superan a las empresas de los jóvenes que tienen entre 35 y 39 años (19 %) y duplican la tenencia de crédito de las dirigidas por jóvenes de otras edades (11 % de 18 a 24 años y 11 % de 30 a 34 años).

Las empresas dirigidas por hombres tienen mayor acceso al crédito que las dirigidas por mujeres, aunque la diferencia es muy pequeña (17 % y 14 % respectivamente).

En el interior las empresas dirigidas por jóvenes disponen en mayor proporción acceso al crédito que las de Montevideo. Seguramente esto se deba a la fuerte presencia del sector del agro que presenta más empresas con crédito que los otros sectores de actividad.

Gráfico 84.
Tenencia de crédito según edad, sexo y región (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Tiene hoy la empresa algún tipo de crédito?

El 37 % de los empresarios entrevistados que en este momento no tienen crédito (74 casos) estarían interesados en recibir uno. Esta tendencia es un poco mayor en las empresas pequeñas (40 %) que en las microempresas (37 %). El interés se incrementa entre las empresas que iniciaron actividades en los últimos 3 años (41 %), respecto a las más antiguas (31 %).

Más de la mitad (56 %) de los jóvenes empresarios de la industria y construcción que no cuentan con créditos estarían interesados en recibir uno. Las principales dificultades de acceso a créditos mencionadas entre los empresarios del sector son la carencia de garantías reales, los altos costos, el estado de formalización de la empresa y los bajos montos de los préstamos.

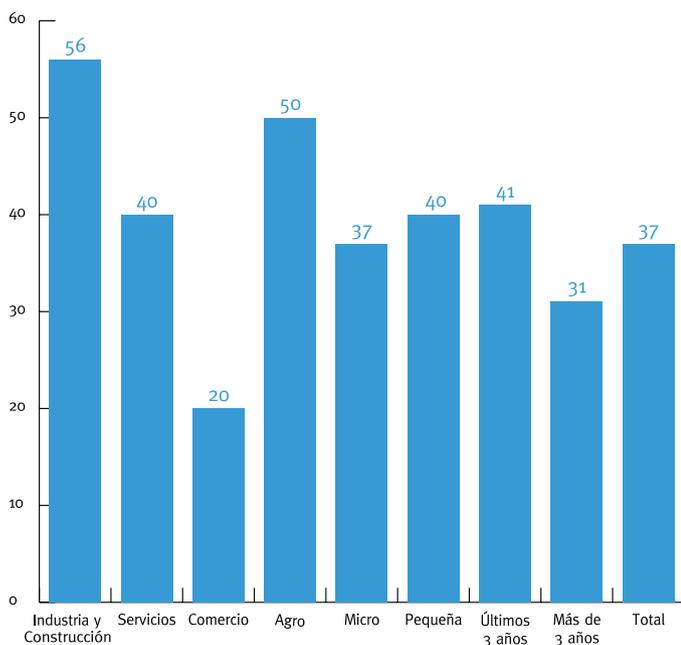
El agro es el sector que más dispone de crédito actualmente -una de cada 3 empresas cuentan con algún tipo de crédito- y la mitad de los empresarios que no lo tienen quisieran recibir uno. Quizás exista un conjunto de empresas de este rubro que no encuentra productos financieros acordes a sus necesidades actuales de crédito, por no cumplir con los requisitos necesarios -como las garantías- o por las altas tasas de interés y los bajos montos ofrecidos.

En el sector servicios, el 40 % de los empresarios que no disponen de crédito estarían interesados en acceder a uno. Es importante tener en cuenta que los altos costos son la principal dificultad de acceso a crédito del sector.

El rubro comercio es el que presenta una menor proporción de interesados en acceder a un crédito. Uno de cada 5 (20 %) jóvenes empresarios de este sector cuya empresa no ha accedido a crédito estaría interesado en hacerlo.

Gráfico 85.

Interés en recibir crédito según rubro, tamaño y antigüedad (%).



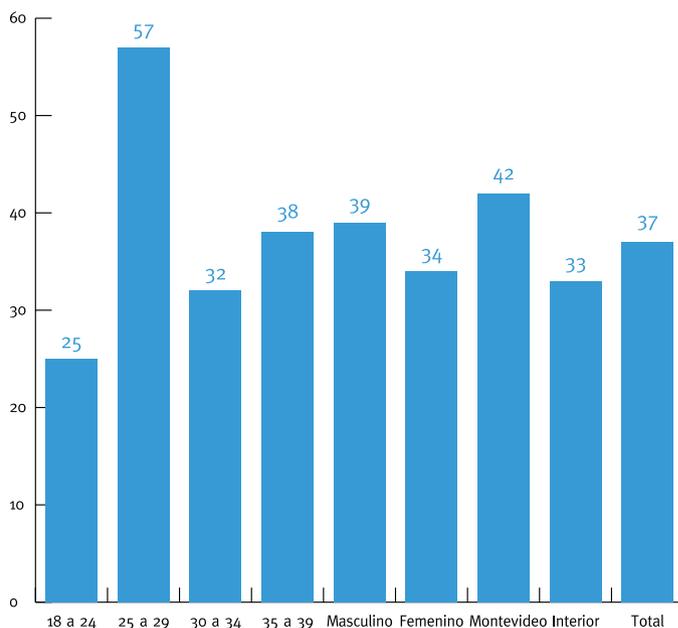
Base: Entrevistados empresarios que no tienen crédito (74).

P.: ¿Le interesaría recibir un crédito para su empresa?

Al analizar el interés por recibir un crédito para su empresa por rango de edad, quienes están más interesados son los empresarios de entre 25 y 29 años (57 %). Estos son proporcionalmente los que cuentan con más créditos. Para el resto de las edades, se verifica que a mayor edad, mayor interés. El 25 % de los empresarios de 18 a 24 años que no tienen crédito en sus empresas estarían interesados en recibir uno. Este guarismo alcanza el 32 % para los empresarios de entre 30 y 34 años, y el 38 % para los de 35 a 39 años.

Gráfico 86.

Interés en recibir crédito según edad, sexo y región (%).



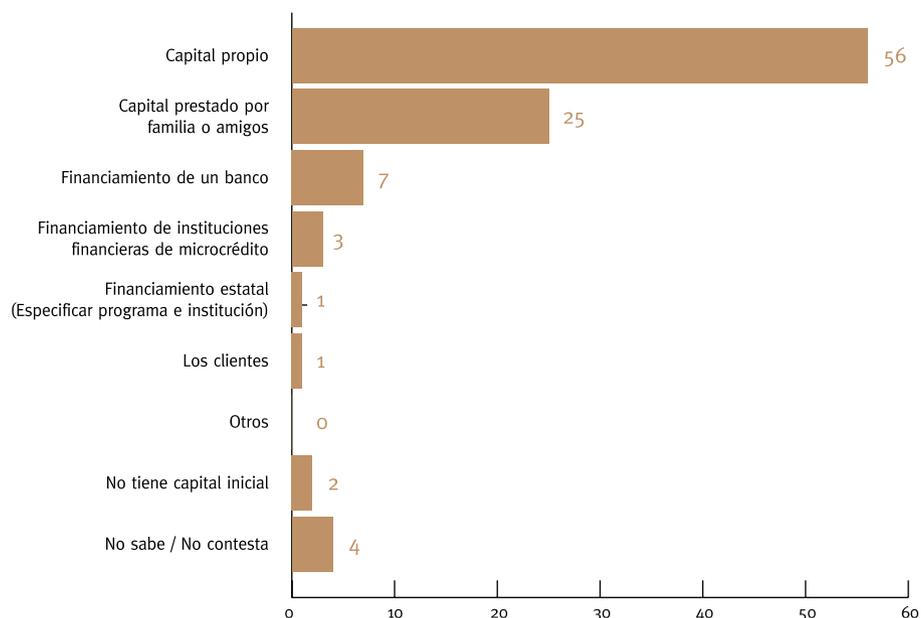
Base: Entrevistados empresarios que no tienen crédito (74).

P.: ¿Le interesaría recibir un crédito para su empresa?

(d) Capital inicial para comenzar el negocio

Más de la mitad de los jóvenes empresarios (56 %) iniciaron su negocio con capital propio, y uno de cada 4 (25 %) recurrieron a capital prestado por familiares o amigos. Solo el 7 % obtuvieron financiamiento de un banco, 3 % de instituciones financieras de microcrédito, 1 % de algún financiamiento estatal y 1 % de los clientes.⁷

Gráfico 87.
Origen del capital inicial para comenzar el negocio (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Dónde obtuvo el capital inicial para comenzar con este negocio?

7. Las diferencias entre banco e instituciones financieras de microcrédito o financiamiento estatal fueron las que entendía el entrevistado ante la pregunta, no se realizaron explicaciones de a qué instituciones se refería.

En el siguiente cuadro se muestran los datos según el rubro de actividad. En todos ellos, el capital propio es la principal forma de dar inicio al negocio, pero esta tendencia es mucho más fuerte en la industria y la construcción (71 %), mientras que en el resto de los segmentos no llega al 60 %. La segunda fuente de capital inicial en todos los sectores es el prestado por familiares o amigos, entre el 23 % y el 29 % en cada sector. En todos los segmentos resulta muy baja la proporción de empresas que inician el proyecto con capital obtenido de servicios financieros privados, y menos aún con financiamiento estatal.

Cuadro 41.

Origen del capital inicial para comenzar con el negocio, según rubro (%).

Origen del capital	Industria y construcción	Servicios	Comercio	Agro	Total
Capital propio	71	54	58	52	57
Capital prestado por familia o amigos	24	23	27	29	25
Financiamiento de un banco	0	7	8	5	7
Financiamiento de instituciones financieras de microcrédito	5	2	2	5	3
Financiamiento estatal (especificar programa e institución)	0	2	0	0	1
Los clientes	0	1	0	5	1
Otros	0	0	2	0	0
No tiene capital inicial	0	3	3	0	2
NS / NC	0	7	0	5	4
Total	100	100	100	100	100

.....
Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Dónde obtuvo el capital inicial para comenzar con este negocio?

Los microempresarios inician su negocio con capital propio (59 %) en mayor medida que los pequeños empresarios (46 %). Los dueños de empresas micro y pequeñas recurren casi por igual a la familia y a los amigos para obtener el capital inicial. El financiamiento bancario no predomina como capital inicial pero es mayor entre las pequeñas empresas (17 %) que entre las microempresas (4 %).

Cuadro 42.
Origen del capital inicial para comenzar el negocio según tamaño (%).

Origen del capital	Micro	Pequeña	Total
Capital propio	59	46	57
Capital prestado por familia o amigos	25	27	25
Financiamiento de un banco	4	17	7
Financiamiento de instituciones financieras de microcrédito	2	2	3
Financiamiento estatal	1	0	1
Los clientes	0	5	1
Otros	1	0	0
No tiene capital inicial	3	0	2
NS / NC	5	2	4
Total	100	100	100

Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Dónde obtuvo el capital inicial para comenzar con este negocio?

La utilización de capital propio para comenzar el negocio es mayor en las empresas más nuevas. El 60 % de las empresas creadas en los últimos 3 años y el 52 % de las empresas de más de 3 años comenzaron su actividad con capital propio. El capital prestado por familiares y amigos alcanza el 23 % y 27 %, respectivamente. El financiamiento bancario está menos presente en las más nuevas (4 %) que en las más antiguas (10 %).

Cuadro 43.
Origen del capital inicial para comenzar el negocio según antigüedad (%).

Origen del capital	Últimos 3 años	Más de 3 años	Total
Capital propio	60	52	57
Capital prestado por familia o amigos	23	27	25
Financiamiento de un banco	4	10	7
Financiamiento de instituciones financieras de microcrédito	2	3	3
Financiamiento estatal	2	0	1
Los clientes	1	1	1
Otros	1	0	0
No tiene capital inicial	4	1	2
NS / NC	3	5	4
Total	100	100	100

Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Dónde obtuvo el capital inicial para comenzar con este negocio?

Los empresarios que tienen entre 25 y 29 años recurrieron más al financiamiento bancario y menos al capital propio que el resto de los jóvenes. En este tramo de edad casi la mitad inician con su propio capital (48 %), el 22 % con capital prestado por familiares o amigos y el 12 % con financiamiento de un banco.

Cuadro 44.

Origen del capital inicial para comenzar el negocio según edad (%).

Origen del capital	18 a 24	25 a 29	30 a 34	35 a 39	Total
Capital propio	56	48	68	54	57
Capital prestado por familia o amigos	30	22	21	29	25
Financiamiento de un banco	2	12	2	8	7
Financiamiento de instituciones financieras de microcrédito	5	2	4	0	3
Financiamiento estatal	2	2	0	0	1
Los clientes	0	0	2	2	1
Otros	0	0	0	2	0
No tiene capital inicial	0	6	0	3	2
NS / NC	5	8	3	2	4
Total	100	100	100	100	100

Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Dónde obtuvo el capital inicial para comenzar con este negocio?

Existen diferencias por sexo en la obtención de capital inicial para comenzar el negocio. El 62 % de los hombres y el 49 % de las mujeres comienzan su actividad empresarial con capital propio. Las jóvenes mujeres empresarias recurren en mayor proporción que los hombres al préstamo de familiares y amigos: 30 % y 22 %, respectivamente.

Cuadro 45.
Origen del capital inicial para comenzar el negocio según sexo (%).

Origen del capital	Masculino	Femenino	Total
Capital propio	62	49	57
Capital prestado por familia o amigos	22	30	25
Financiamiento de un banco	6	7	7
Financiamiento de instituciones financieras de microcrédito	3	1	3
Financiamiento estatal	2	0	1
Los clientes	2	0	1
Otros	0	1	0
No tiene capital inicial	1	5	2
NS / NC	2	7	4
Total	100	100	100

Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Dónde obtuvo el capital inicial para comenzar con este negocio?

Los datos según las regiones no revelan diferencias importantes en las fuentes de capital inicial. Se distingue una mayor proporción de empresas del interior que recurren al financiamiento de un banco (8 %, contra 3 % en Montevideo). Esto se puede atribuir al mayor acceso al crédito del sector agropecuario.

Cuadro 46.
Origen del capital inicial para comenzar el negocio según región (%).

Origen del capital	Montevideo	Interior	Total
Capital propio	56	57	57
Capital prestado por familia o amigos	24	25	25
Financiamiento de un banco	3	8	7
Financiamiento de instituciones financieras de microcrédito	4	2	3
Financiamiento estatal	1	1	1
Los clientes	0	2	1
Otros	0	1	0
No tiene capital inicial	3	2	2
NS / NC	9	2	4
Total	100	100	100

Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Dónde obtuvo el capital inicial para comenzar con este negocio?

Acceso a financiamiento: principales resultados

- La evaluación que realizan los jóvenes empresarios respecto a la oferta actual de productos financieros es levemente positiva. Más de un tercio consideran que la oferta no es ni buena ni mala, lo que puede deberse a un desconocimiento de la oferta o a la falta de interés.
- Entre las principales dificultades de acceso al financiamiento mencionadas se encuentran los altos costos de las tasas de interés y la carencia de garantías reales. También se destacan como limitaciones los requerimientos de formalización y los bajos montos ofrecidos.
- El 15 % de los jóvenes empresarios disponen de un crédito. La proporción de quienes tienen acceso al crédito crece en las empresas de mayor tamaño, y en las de más de 3 años de antigüedad. Hay una mayor proporción de empresas con crédito en el sector agropecuario y en el interior con respecto a Montevideo. Estos porcentajes son algo menores a los del conjunto de los empresarios⁸, lo que es consistente con la diferencia de edad de estos y con la antigüedad de las empresas.
- Más de un tercio de los jóvenes empresarios que no tienen actualmente un crédito estarían interesados en contar con uno. El 40 % de los que ya tienen un crédito desearía tener un crédito mayor al actual. Casi la mitad de los entrevistados ni tienen ni le interesaría tener un crédito.
- Más de la mitad de los empresarios jóvenes iniciaron su negocio principalmente con capital propio, y la cuarta parte con capital que les prestaron familiares o amigos. El 10 % de los jóvenes obtuvieron su capital inicial a través de un crédito bancario o de una institución de microcrédito.
- A medida que aumenta el tamaño de las empresas, también lo hace el uso de financiamiento bancario como origen del capital inicial, y disminuye el financiamiento con capital propio. Lo mismo se observa respecto a la antigüedad de las empresas: las más nuevas hicieron menos uso del financiamiento bancario.

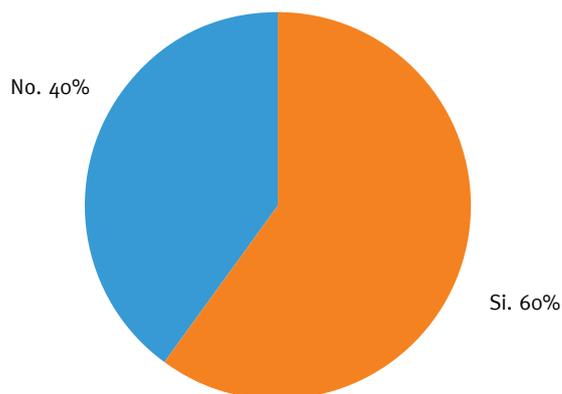
5. Uso de las tecnologías de la información y la comunicación

Uno de los aspectos relevados en la encuesta refiere a la tenencia y uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) aplicados a los negocios de los jóvenes empresarios. Se les consultó a los jóvenes acerca de la tenencia de PC y acceso a Internet en la empresa, así como sobre su uso para ventas o compras online. Se indagó si la empresa dispone de página web y de cuenta oficial en redes sociales. Por último, se preguntó si la empresa dispone de algún software de gestión o contable. Los datos se presentan según el rubro, tamaño, región y antigüedad de las empresas, y por nivel educativo, edad y sexo de los entrevistados.

(a) Tenencia de computadora y acceso a Internet

El 60 % de los jóvenes empresarios dispone de al menos una computadora en su empresa, y el 64 % cuenta con acceso a Internet. Estos porcentajes de tenencia y uso de TIC son algo inferiores a los encontrados para el conjunto de las mipymes (68 % y 67 %, respectivamente).⁹

Gráfico 88. Tenencia de PC (%).



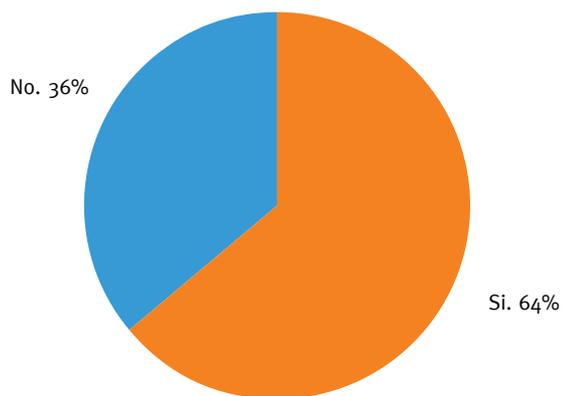
Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Dispone de computadora en su empresa?

8. Encuesta Nacional de Mipymes, edición 2013.

9. Encuesta Nacional de Mipymes, edición 2013.

Gráfico 89.
Acceso a Internet (%).

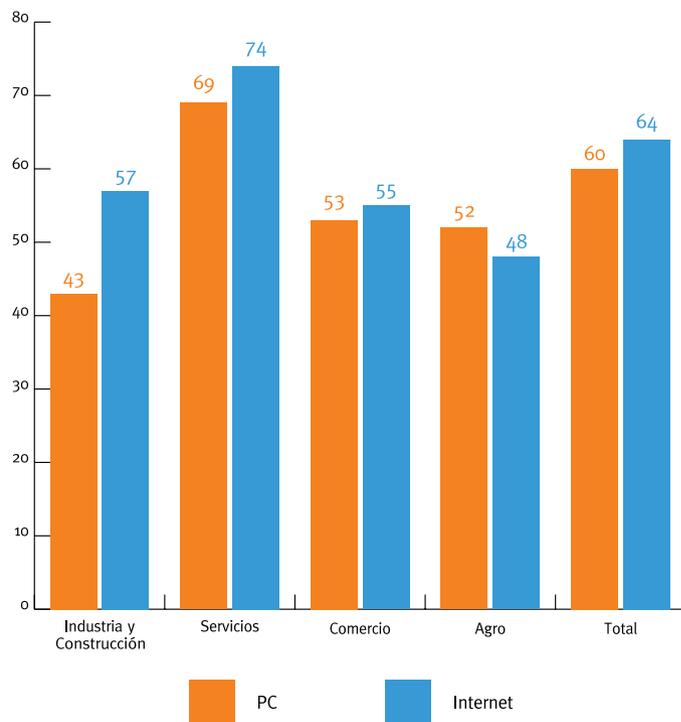


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Tienen en su empresa acceso a Internet?

Las empresas del sector de los servicios tienen, notoriamente, una mayor tenencia y uso de TIC que las de otros rubros: el 69 % disponen de computadora y el 74 % cuentan con acceso a Internet. En cambio, solo el 43 % de los empresarios de la industria y la construcción tienen computadora en la empresa, mientras que las empresas agropecuarias son las que tienen menor acceso a Internet.

Gráfico 90.
Tenencia de PC y acceso a Internet, según rubro (%).



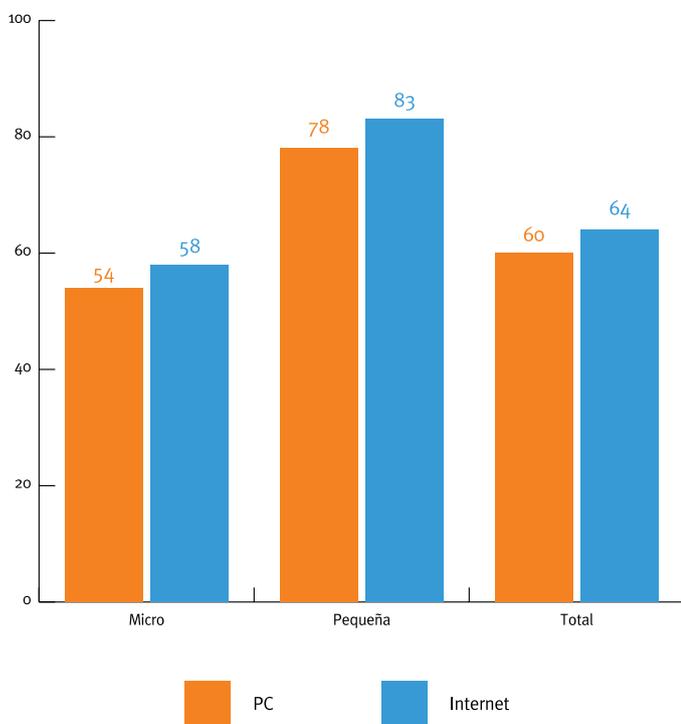
Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Dispone de computadora en su empresa?

P.: ¿Tienen en su empresa acceso a Internet?

Como puede apreciarse en la siguiente gráfica, el porcentaje de tenencia de computadoras y de acceso a Internet es mayor en las pequeñas empresas que en las microempresas.

Gráfico 91.
Tenencia de PC y acceso a Internet, según tamaño (%).



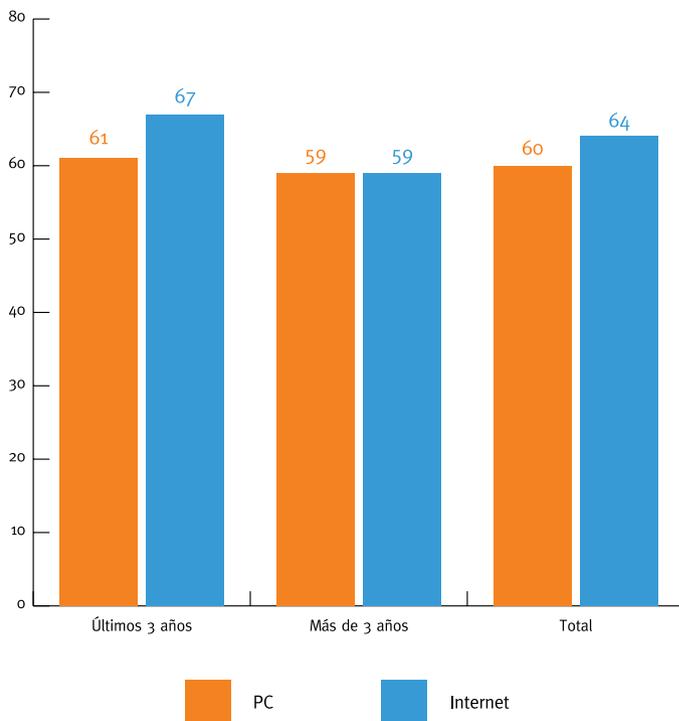
Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Dispone de computadora en su empresa?

P.: ¿Tienen en su empresa acceso a Internet?

Las empresas más recientes cuentan con mayor presencia de computadoras y de acceso a Internet que las más antiguas. A su vez, las más nuevas presentan una mayor proporción de acceso a Internet que de tenencia de PC, lo que puede dar señales de una nueva tendencia en las modalidades de gestión de los emprendimientos a través de un mayor uso de dispositivos móviles (teléfonos inteligentes, tablets, etc.).

Gráfico 92.
Tenencia de PC y acceso a Internet, según antigüedad (%).



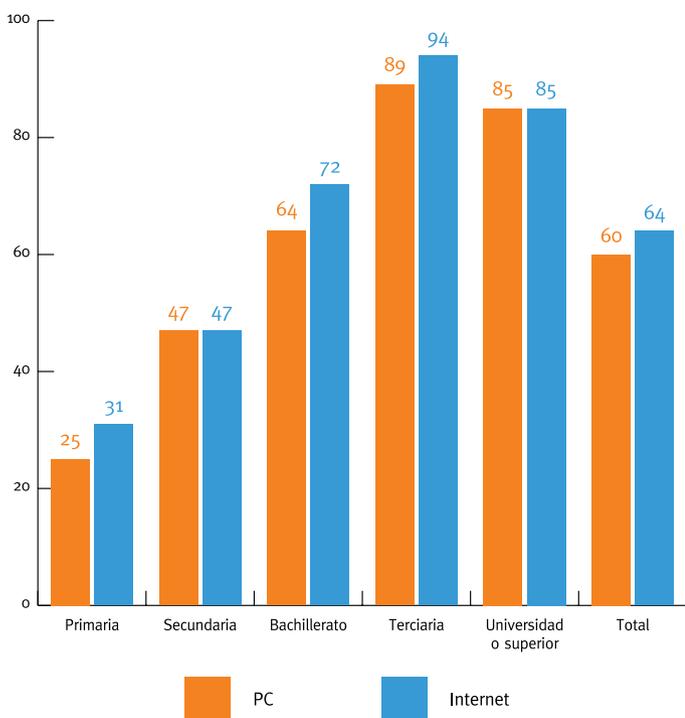
Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Dispone de computadora en su empresa?

P.: ¿Tienen en su empresa acceso a Internet?

El uso de las TIC en la gestión empresarial varía de acuerdo al perfil educativo de los jóvenes empresarios. A mayor nivel educativo, es mayor la presencia de computadora e Internet en sus empresas, con importantes brechas entre cada nivel alcanzado. Entre quienes tienen educación primaria solo uno de cada 4 (25 %) tiene computadora en sus empresas y casi uno de cada 3 (31 %) cuenta con acceso a Internet. Casi la mitad de los empresarios con educación secundaria (47 %) disponen de PC y acceso a Internet, mientras que el 64 % de los que cursaron bachillerato tienen PC en sus empresas y el 72 % acceden a Internet. Aproximadamente 9 de cada 10 jóvenes empresarios que alcanzaron la educación terciaria y universitaria disponen de estos recursos.

Gráfico 93.
Tenencia de PC y acceso a Internet, según nivel educativo (%).



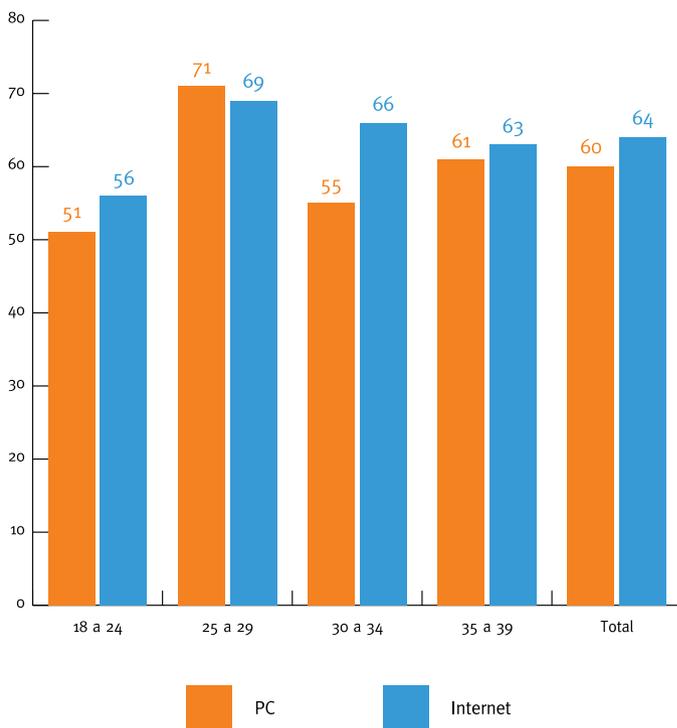
Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Dispone de computadora en su empresa?

P: ¿Tienen en su empresa acceso a Internet?

En referencia a los tramos de edad, no se distinguen diferencias tan marcadas como en la distribución según el nivel educativo de los entrevistados. Los jóvenes que cuentan con mayor tenencia de PC y de acceso a Internet en sus empresas tienen entre 25 y 29 años: el 71 % tienen computadora y el 69 % acceso a la web.

Gráfico 94.
Tenencia de PC y acceso a Internet, según edad (%).



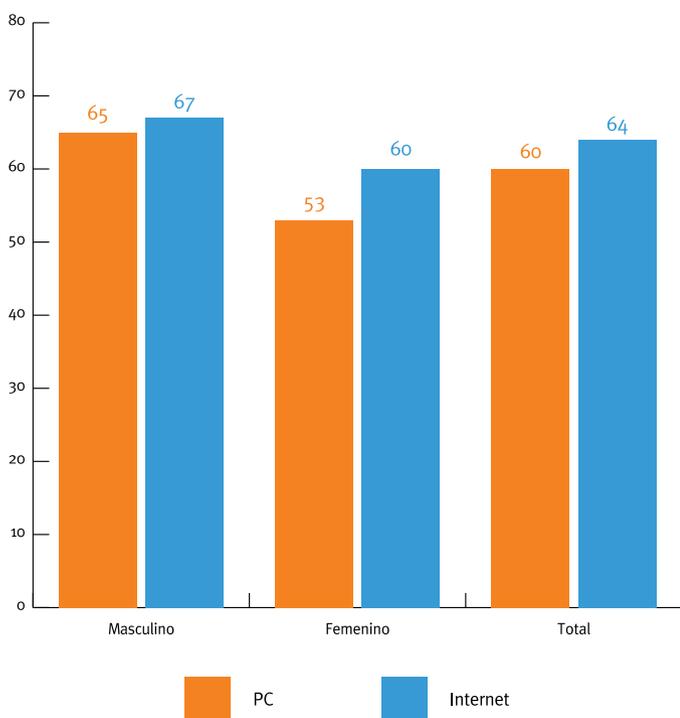
Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Dispone de computadora en su empresa?

P: ¿Tienen en su empresa acceso a Internet?

En cuanto a las diferencias por sexo, los hombres realizan mayor uso de las TIC en sus empresas que las mujeres. El 65 % de los jóvenes empresarios varones disponen de al menos una computadora en sus empresas, y el 67 % de acceso a Internet. Entre las mujeres, el 53 % tienen PC en sus empresas y el 60 % acceden a Internet.

Gráfico 95.
Tenencia de PC y acceso a Internet, según sexo (%).



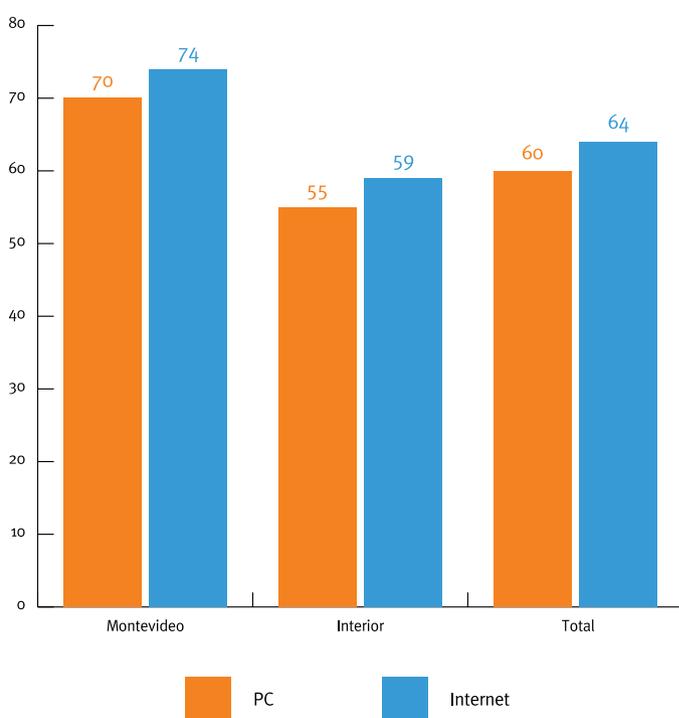
Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Dispone de computadora en su empresa?

P: ¿Tienen en su empresa acceso a Internet?

El acceso a las TIC –en particular la tenencia de PC e Internet– es relativamente mayor en Montevideo que en el interior. En la capital el 70 % de los jóvenes empresarios disponen de computadora en su empresa, y el 74 % de acceso a Internet. En el resto del país estos porcentajes son el 55 % y el 59 %, respectivamente.

Gráfico 96.
Tenencia de PC y acceso a Internet, según región (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Dispone de computadora en su empresa?

P: ¿Tienen en su empresa acceso a Internet?

(b) Ventas y compras por Internet

Las ventas y compras a través de Internet no son una modalidad predominante para los jóvenes empresarios. Entre quienes utilizan esta modalidad, es más habitual vender o comprar a través de la web que mediante correo electrónico.

Al consultar a los jóvenes empresarios con acceso a Internet si en los últimos 3 meses realizaron ventas a través de este medio, el 31 % respondieron afirmativamente: el 85 % lo hicieron a través de la web y el 15 % mediante correo electrónico. El 27 %, por su parte, compraron a través de Internet: el 69 % lo hicieron a través de la web y el 31 % por e-mail. En el conjunto de los empresarios que tienen acceso a Internet, el 26 % utiliza esta tecnología para realizar ventas y el 33 % para las compras.¹⁰

Gráfico 97.
Ventas en Internet (%).



Base: Entrevistados empresarios con acceso a Internet (128).

P: ¿Realizó su empresa ventas por Internet durante los últimos 3 meses?

Gráfico 98.
Compras en Internet (%).



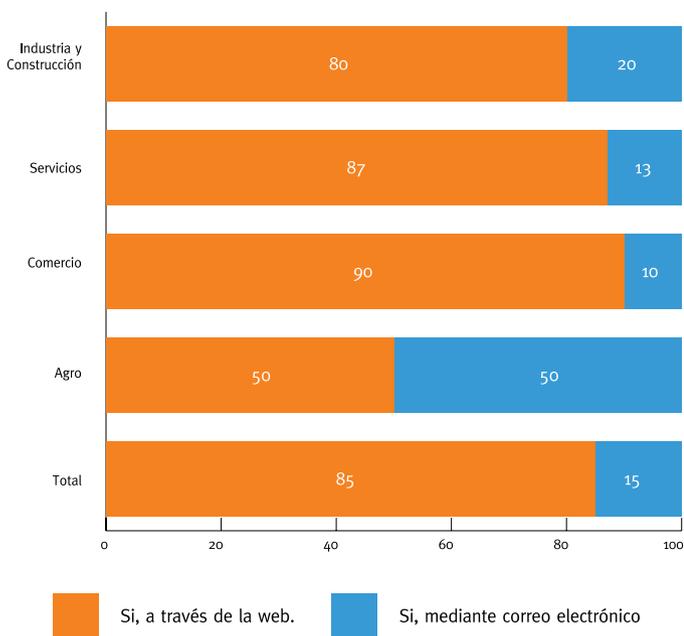
Base: Entrevistados empresarios con acceso a Internet (128).

P: ¿Y su empresa compró por Internet durante los últimos 3 meses?

10. Encuesta Nacional de Mipymes, edición 2013.

La industria y la construcción muestran mayor proporción de empresas que realizan transacciones a través de Internet. El 33 % han realizado ventas vía web y el 8 % a través de correo electrónico, cifras que se ubican en el 25 % y 17 %, respectivamente, para el caso de las compras.

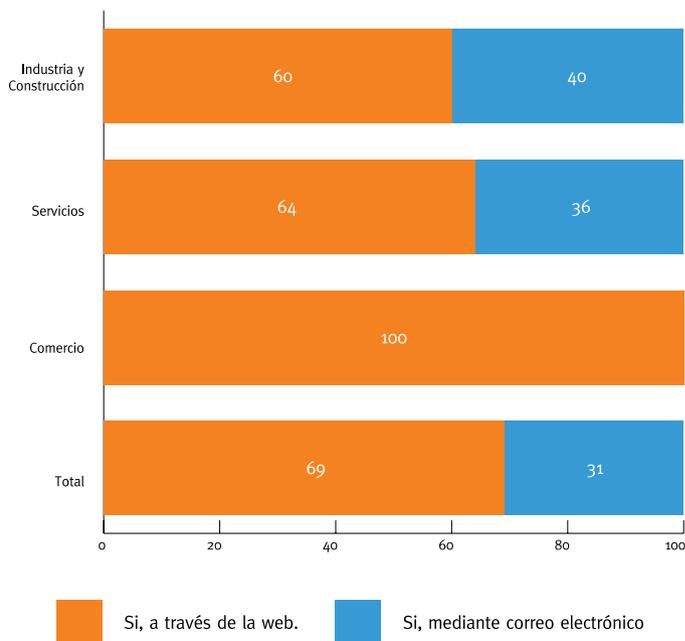
Gráfico 99.
Ventas en Internet, según rubro (%).



Base: Entrevistados empresarios que vendieron por Internet.

P.: ¿Realizó su empresa ventas por Internet durante los últimos 3 meses?

Gráfico 100.
Compras en Internet, según rubro (%).

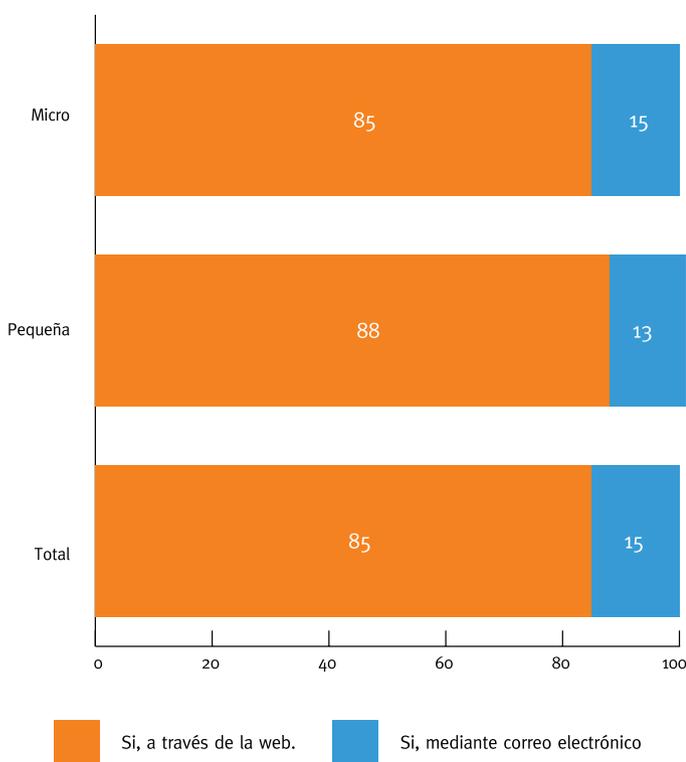


Base: Entrevistados empresarios que compraron por Internet.

P.: ¿Y su empresa compró por Internet durante los últimos 3 meses?

Existen algunas diferencias en las ventas y compras por Internet según el tamaño de las empresas. Entre las pequeñas, casi la mitad han realizado ventas y el 24 % han hecho compras de este tipo. Las microempresas recurren en menor medida a las ventas por Internet (22 %); en cambio se observa un mayor uso de esta herramienta para las compras (27 %).

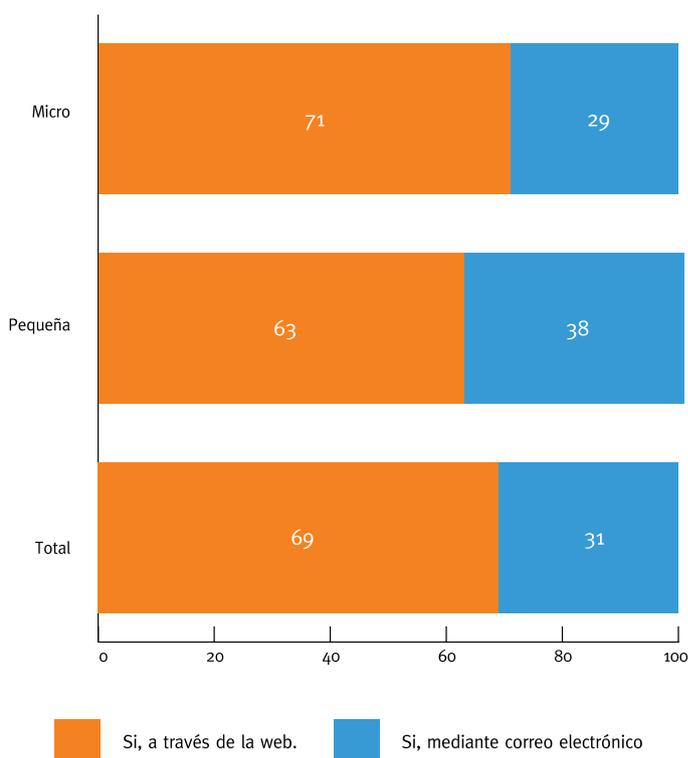
Gráfico 101.
Ventas en Internet, según tamaño (%).



Base: Entrevistados empresarios que vendieron por Internet.

P.: ¿Realizó su empresa ventas por Internet durante los últimos 3 meses?

Gráfico 102.
Compras en Internet, según tamaño (%).

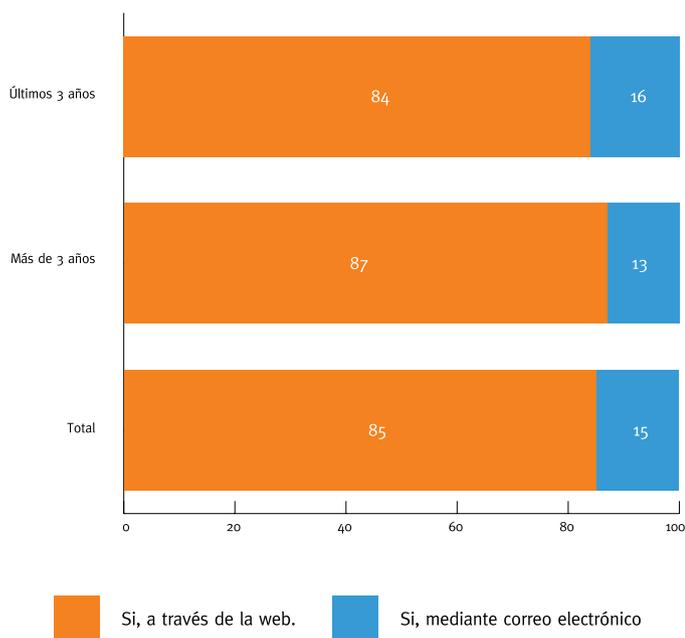


Base: Entrevistados empresarios que compraron por Internet.

P.: ¿Y su empresa compró por Internet durante los últimos 3 meses?

En cuanto al uso de Internet para las ventas y compras de acuerdo a la antigüedad de las empresas, se observa que las más recientes hacen mayor uso del instrumento (7 puntos porcentuales más en las ventas y 4 puntos porcentuales más en las compras).

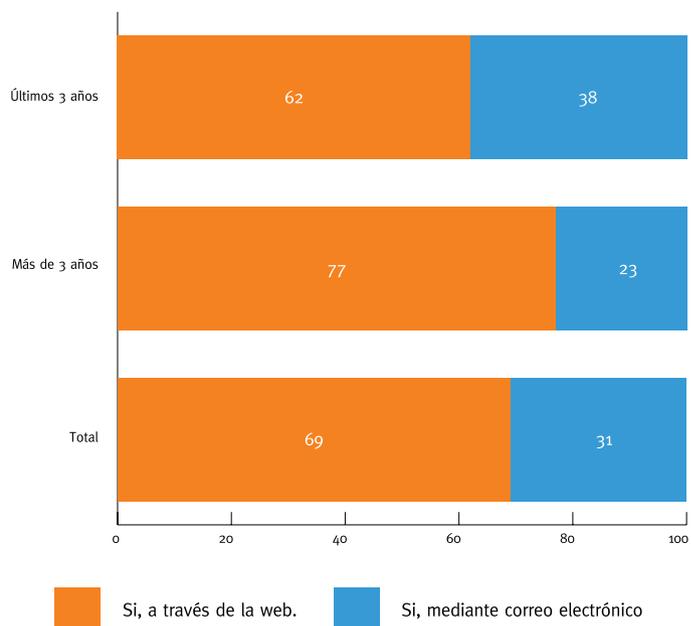
Gráfico 103.
Ventas en Internet, según antigüedad (%).



Base: Entrevistados empresarios que vendieron por Internet.

P.: ¿Realizó su empresa ventas por Internet durante los últimos 3 meses?

Gráfico 104.
Compras en Internet, según antigüedad (%).

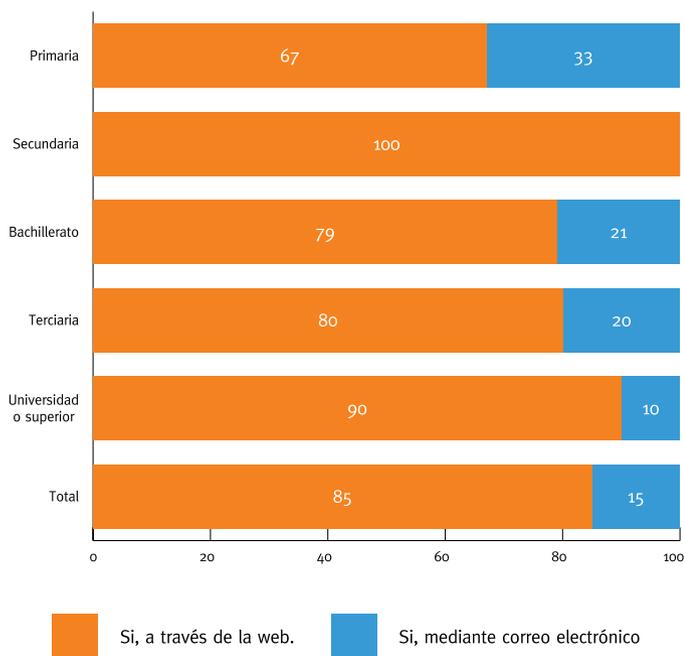


Base: Entrevistados empresarios que compraron por Internet.

P.: ¿Y su empresa compró por Internet durante los últimos 3 meses?

El porcentaje de jóvenes empresarios que realizan ventas por Internet es relativamente similar por nivel educativo¹¹, aunque un poco mayor entre los que tienen educación secundaria. Las compras por Internet son menores entre los que tienen educación universitaria y mayores entre los que tienen educación terciaria.

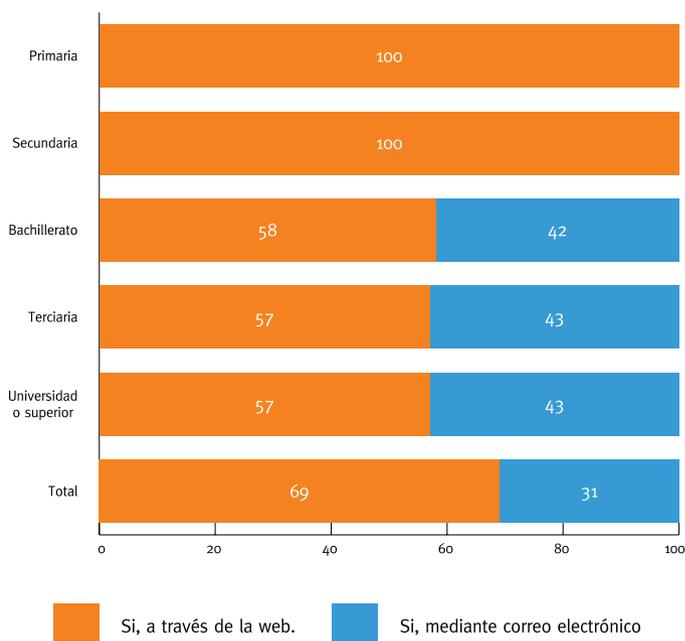
Gráfico 105.
Ventas en Internet, según nivel educativo (%).



Base: Entrevistados empresarios que vendieron por Internet.

P.: ¿Realizó su empresa ventas por Internet durante los últimos 3 meses?

Gráfico 106.
Compras en Internet, según nivel educativo (%).



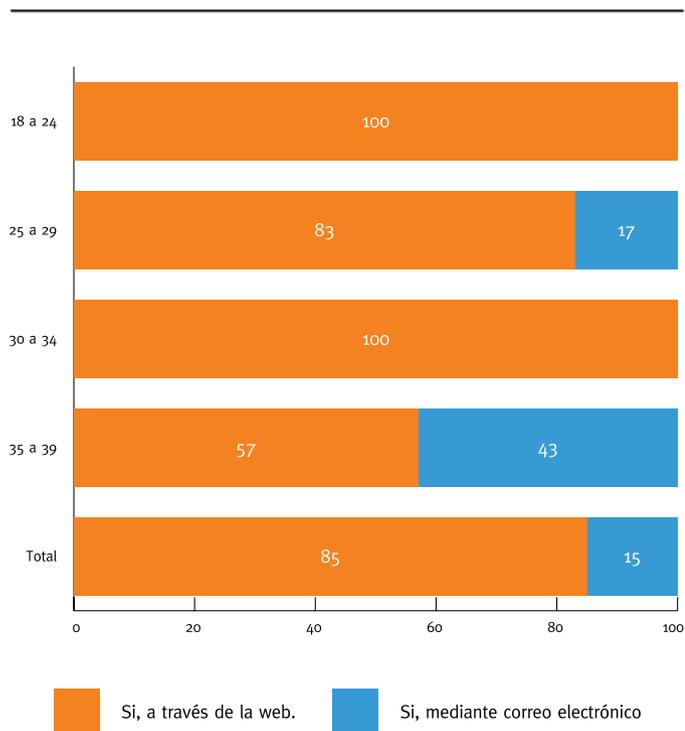
Base: Entrevistados empresarios que compraron por Internet.

P.: ¿Y su empresa compró por Internet durante los últimos 3 meses?

11. Las ventas varían entre el 30 % y el 36 %.

Entre los empresarios que cuentan con Internet en sus empresas, los que menos realizan ventas por Internet son los que tienen entre 18 y 24 años y entre 35 y 39 años. Quienes más las efectúan tienen entre 25 y 29 años (53 %). En cuanto a las compras, los más jóvenes (de 18 a 24 años) realizaron compras por Internet en menor proporción (86 % no las hicieron). En los otros segmentos de edad, los empresarios que no realizaron compras por Internet fueron el 76 % entre los de 35 a 39 años, 68 % entre los de 25 a 29 años y 66 % entre quienes tienen de 30 a 34 años.

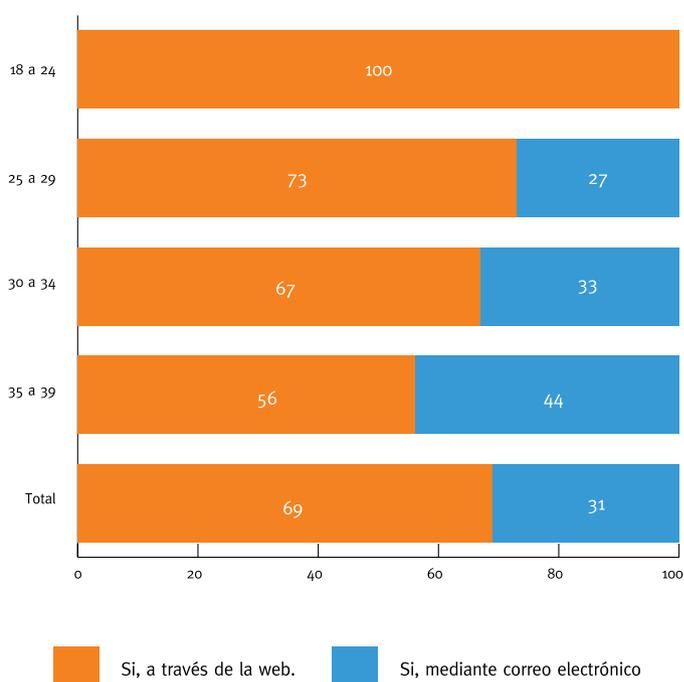
Gráfico 107.
Ventas en Internet, según edad (%).



Base: Entrevistados empresarios que vendieron por Internet.

P: ¿Realizó su empresa ventas por Internet durante los últimos 3 meses?

Gráfico 108.
Compras en Internet, según edad (%).

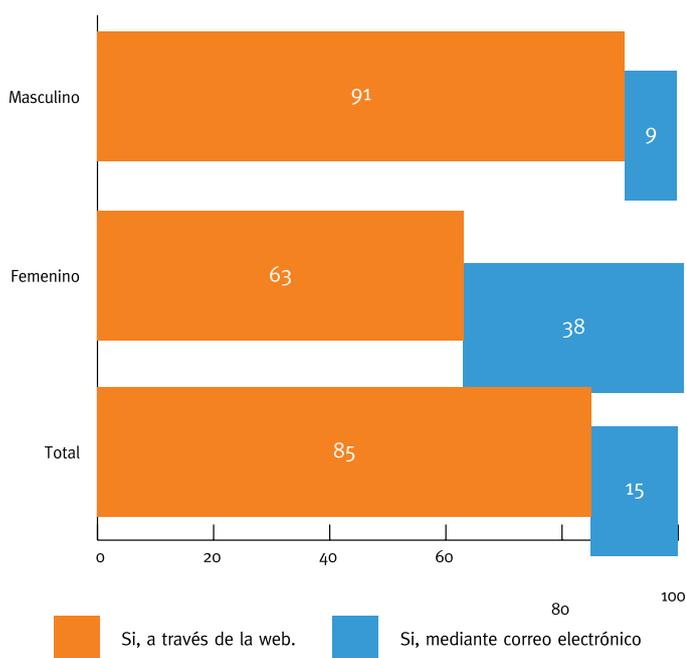


Base: Entrevistados empresarios que compraron por Internet.

P: ¿Y su empresa compró por Internet durante los últimos 3 meses?

Las ventas por Internet son notoriamente mayores entre los hombres, mientras que en las compras no se aprecian diferencias según el sexo.

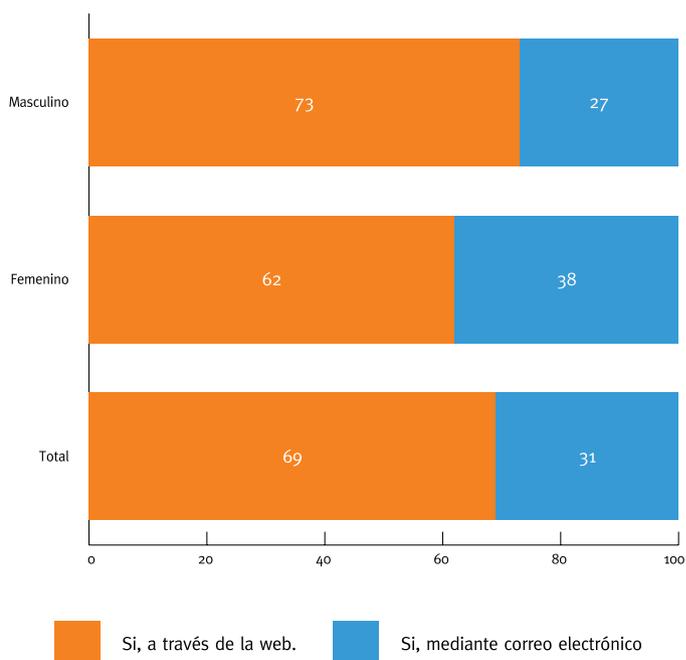
Gráfico 109.
Ventas en Internet, según sexo (%).



Base: Entrevistados empresarios que vendieron por Internet.

P.: ¿Realizó su empresa ventas por Internet durante los últimos 3 meses?

Gráfico 110.
Compras en Internet, según sexo (%).

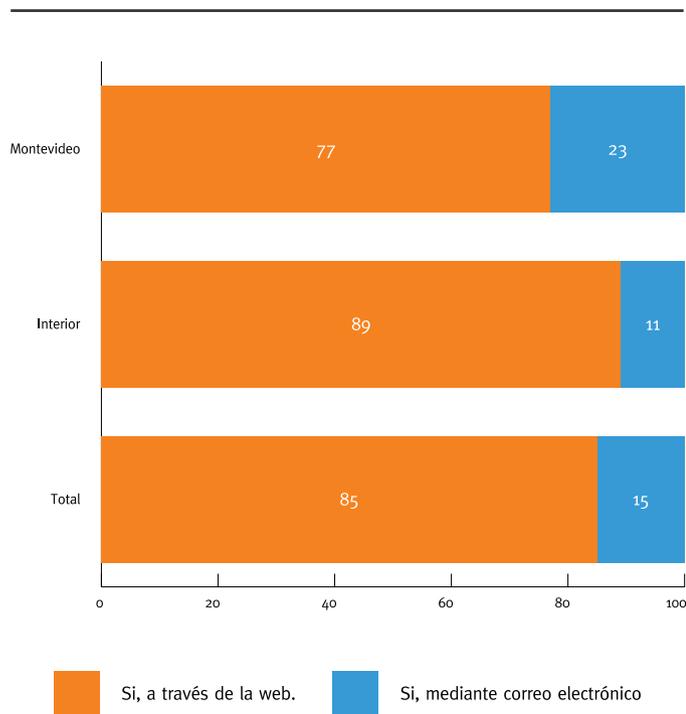


Base: Entrevistados empresarios que compraron por Internet.

P.: ¿Y su empresa compró por Internet durante los últimos 3 meses?

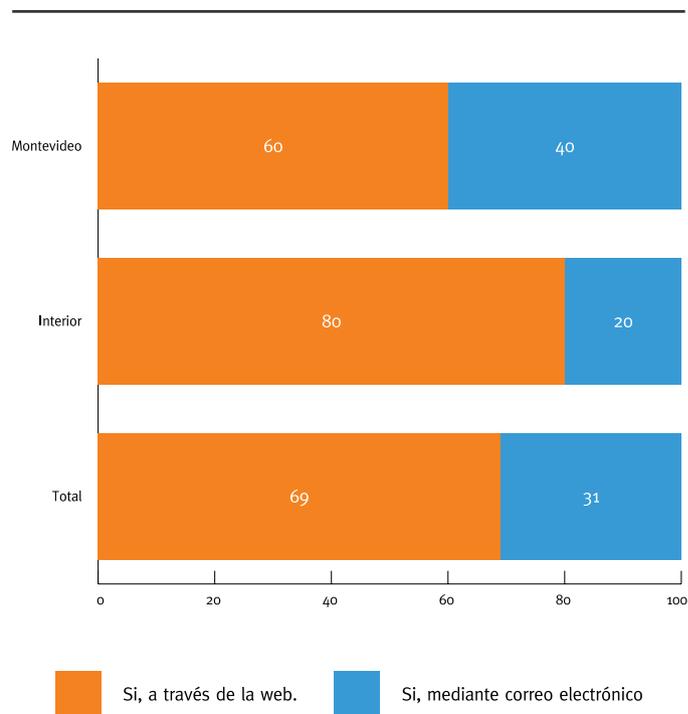
La proporción de empresas que realizan ventas por Internet es menor en Montevideo que en el interior. Sucede lo contrario en las compras por esta modalidad.

Gráfico 111.
Ventas en Internet, según sexo (%).



Base: Entrevistados empresarios que vendieron por Internet.
P: ¿Realizó su empresa ventas por Internet durante los últimos 3 meses?

Gráfico 112.
Compras en Internet, según región (%).

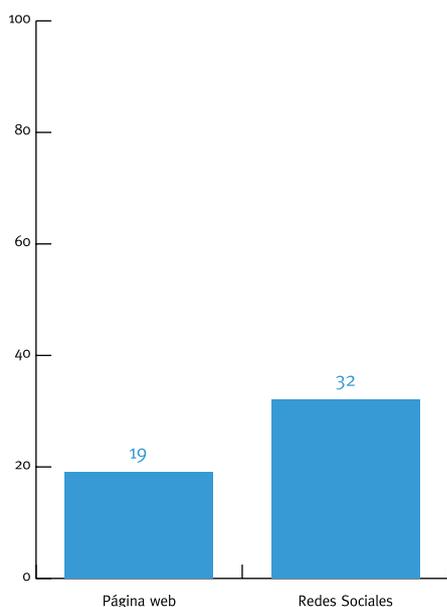


Base: Entrevistados empresarios que compraron por Internet.
P: ¿Y su empresa compró por Internet durante los últimos 3 meses?

(c) Presencia en la web

Se consultó a los jóvenes sobre la presencia de sus empresas en la web. Casi una de cada 5 empresas (19 %) que tienen acceso a Internet cuenta con una página web propia, en tanto que una de cada 3 (32 %) tiene cuenta oficial en redes sociales, por ejemplo Facebook o Twitter.

Gráfico 113.
Presencia en la web (%)



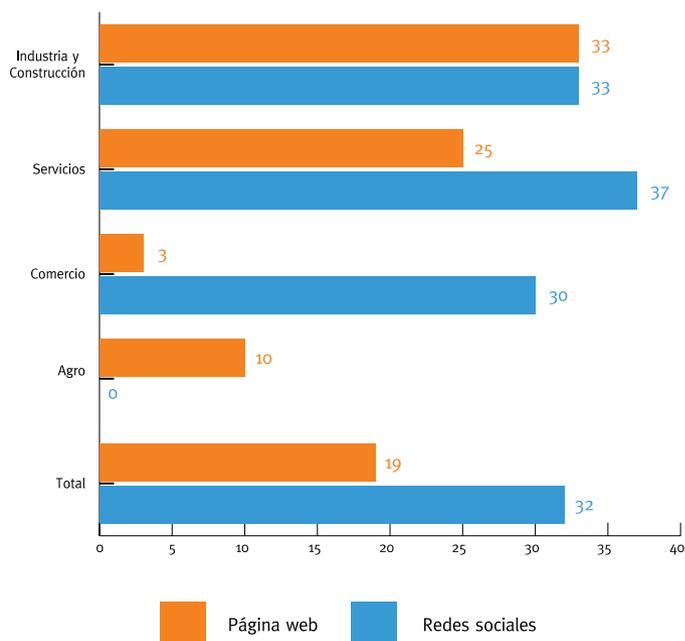
Base: Entrevistados empresarios con acceso a Internet (128).

P.: ¿Tiene su empresa página web propia?

P.: ¿Tiene su empresa cuenta oficial en redes sociales (Facebook, Twitter)?

Entre las empresas con acceso a Internet dirigidas por jóvenes, las del sector agropecuario tienen menor presencia en la web: solo el 10 % cuentan con una página propia y ninguna posee una cuenta oficial en las redes sociales. En el rubro comercio existe una marcada preferencia por las redes sociales: el 30 % disponen de una cuenta oficial en ellas, y solo el 3 % cuentan con una web propia.

Gráfico 114.
Presencia en la web, según rubro (%).



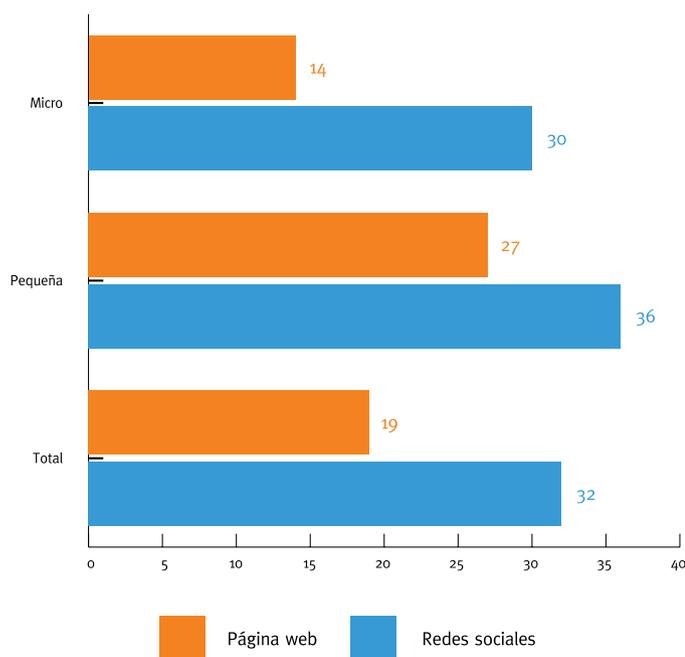
Base: Entrevistados empresarios con acceso a Internet (128).

P.: ¿Tiene su empresa página web propia?

P.: ¿Tiene su empresa cuenta oficial en redes sociales (Facebook, Twitter)?

Al analizar los datos por el tamaño de las empresas, se confirma que cuanto más grandes son, mayor es el uso de la comunicación a través de la web y las redes sociales. En las microempresas se observa una mayor utilización de las redes sociales respecto a la página web.

Gráfico 115.
Presencia en la web, según tamaño (%).



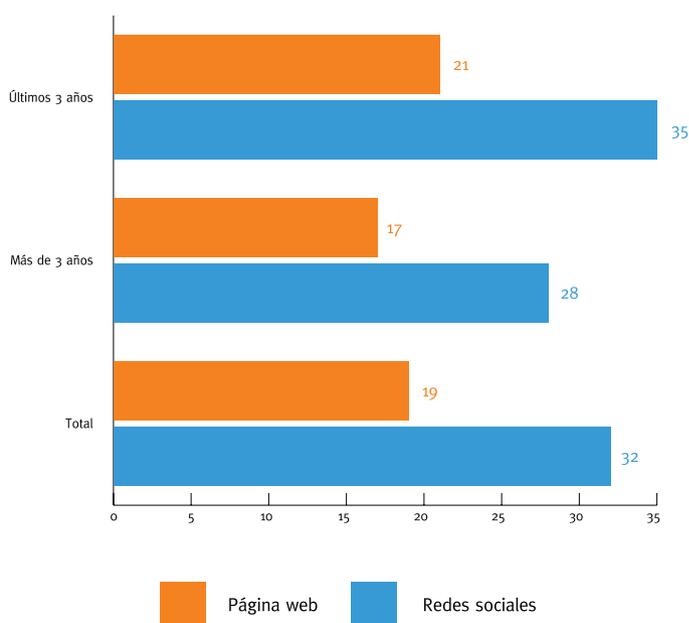
Base: Entrevistados empresarios con acceso a Internet (128).

P.: ¿Tiene su empresa página web propia?

P.: ¿Tiene su empresa cuenta oficial en redes sociales (Facebook, Twitter)?

Las empresas más nuevas tienen mayor presencia en la web y en las redes sociales. Entre las empresas creadas en los últimos 3 años, el 21 % disponen de una página web y el 35 % de una cuenta oficial en las redes sociales. En el grupo de las creadas hace más de 3 años, los guarismos caen al 17 % y el 28 %, respectivamente.

Gráfico 116.
Presencia en la web, según antigüedad (%).



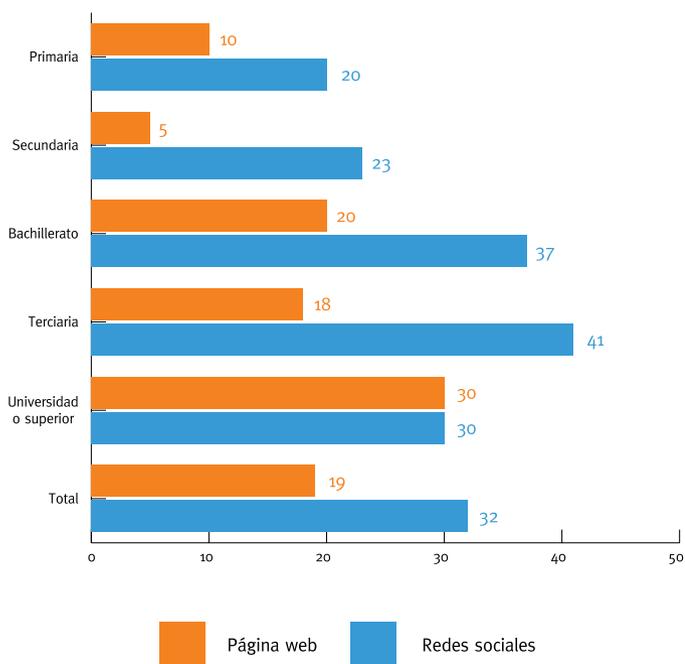
Base: Entrevistados empresarios con acceso a Internet (128).

P.: ¿Tiene su empresa página web propia?

P.: ¿Tiene su empresa cuenta oficial en redes sociales (Facebook, Twitter)?

Como se mencionó anteriormente, el acceso a las TIC es mayor cuanto más alto es el nivel educativo. Esto se ve reflejado en la presencia en la web de las empresas, ya sea a través de páginas o de redes sociales.

Gráfico 117.
Presencia en la web, según nivel educativo (%).



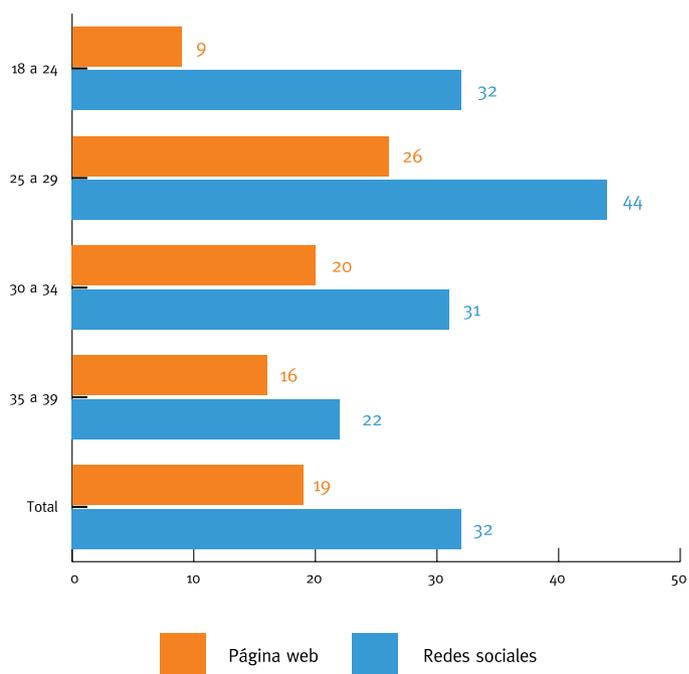
Base: Entrevistados empresarios con acceso a Internet (128).

P.: ¿Tiene su empresa página web propia?

P.: ¿Tiene su empresa cuenta oficial en redes sociales (Facebook, Twitter)?

Al analizar según los tramos de edad de los empresarios entrevistados, se observa que las empresas de jóvenes cuyas edades oscilan entre los 25 y 29 años tienen mayor presencia en la web. El 26 % de estas empresas cuentan con página web, y el 44 % tienen cuenta oficial en las redes sociales.

Gráfico 118.
Presencia en la web, según edad (%).



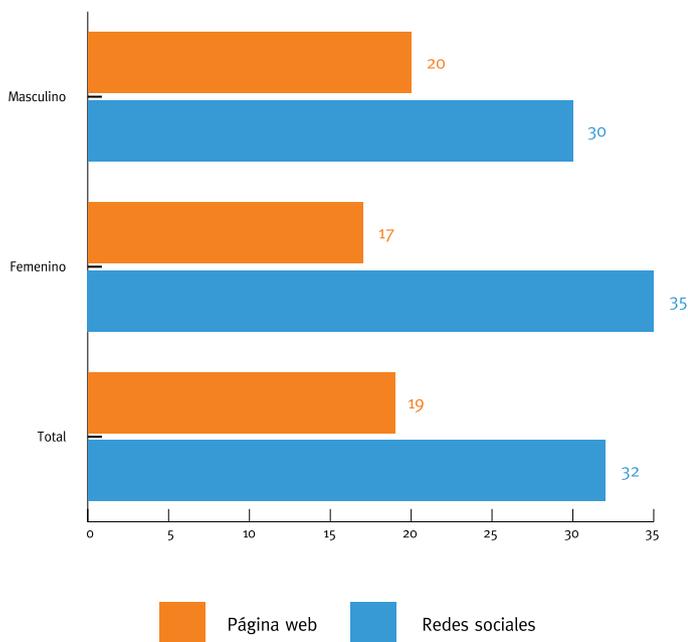
Base: Entrevistados empresarios con acceso a Internet (128).

P.: ¿Tiene su empresa página web propia?

P.: ¿Tiene su empresa cuenta oficial en redes sociales (Facebook, Twitter)?

La presencia de las mipymes en la web muestra algunas variaciones según el sexo del empresario. Entre las mujeres es un poco mayor en las redes sociales. El 35 % de las empresarias mujeres tienen una cuenta institucional en estas, cifra que cae al 30 % entre los hombres. Con respecto a la página web, la proporción es un poco mayor entre los hombres. El 20 % de los empresarios varones tienen página web en sus empresas; el guarismo es del 17 % entre las empresarias.

Gráfico 119.
Presencia en la web, según sexo (%).



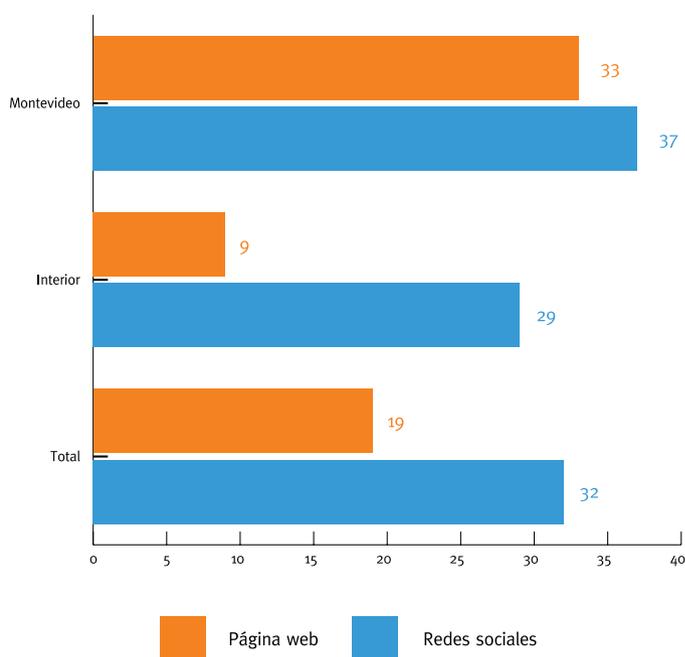
Base: Entrevistados empresarios con acceso a Internet (128).

P.: ¿Tiene su empresa página web propia?

P.: ¿Tiene su empresa cuenta oficial en redes sociales (Facebook, Twitter)?

La presencia en la web es notoriamente diferente entre las empresas de Montevideo y las del interior. En el capital, el 33 % de las empresas con acceso a Internet cuentan con página web y el 37 % tienen una cuenta oficial en las redes sociales. En el interior, solamente el 9 % disponen de página web, y el 29 % de redes sociales.

Gráfico 120.
Presencia en la web, según región (%).



Base: Entrevistados empresarios con acceso a Internet (128).

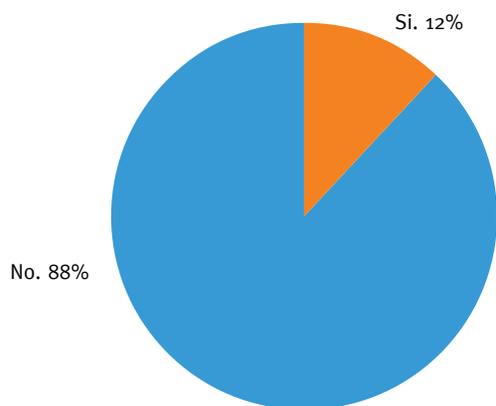
P.: ¿Tiene su empresa página web propia?

P.: ¿Tiene su empresa cuenta oficial en redes sociales (Facebook, Twitter)?

(d) Tenencia de software de gestión/contable

Se consultó a los jóvenes empresarios sobre la tenencia de software de gestión o contable en sus negocios, y solo el 12 % respondieron afirmativamente.

Gráfico 121.
Tenencia de software de gestión/contable (%).

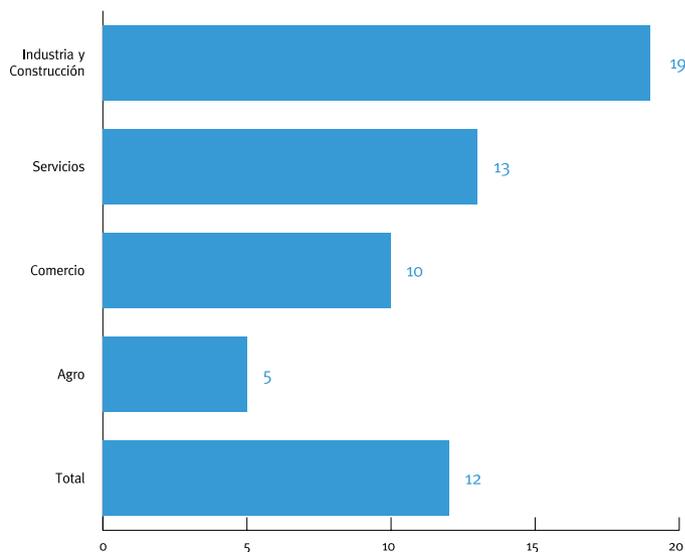


Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Cuenta su empresa con algún software de gestión o software contable?

Las empresas de la industria y la construcción cuentan, en mayor proporción, con algún tipo de software de gestión o contable: una de cada 5 empresas (19 %) afirma tener algún software. En los otros rubros la presencia es menor: 13 % en las empresas de servicios, 10 % en el comercio y 5 % en el agro.

Gráfico 122.
Tenencia de software de gestión/contable, según rubro (%).



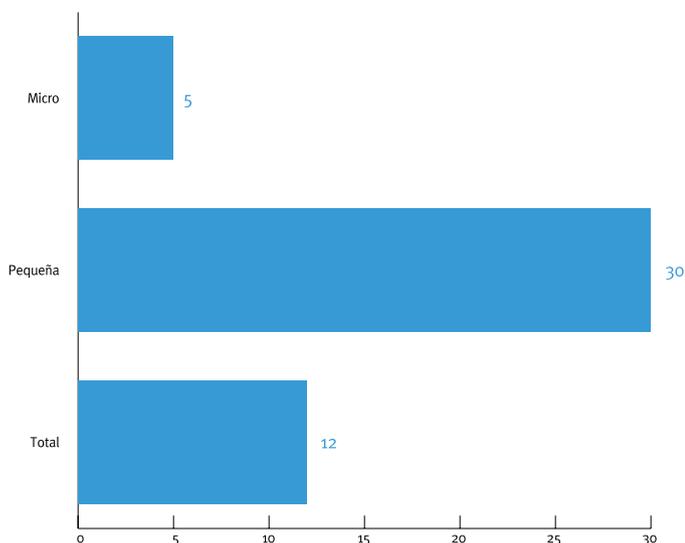
Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Cuenta su empresa con algún software de gestión o software contable?

Las diferencias en el uso de los software de gestión son sustanciales según el tamaño de las empresas: entre las pequeñas casi una de cada 3 (30 %) lo posee, y entre las micro solo el 5 %.

Las empresas más nuevas cuentan con menos software de gestión: son el 15 % entre las más antiguas y el 9 % entre las más nuevas.

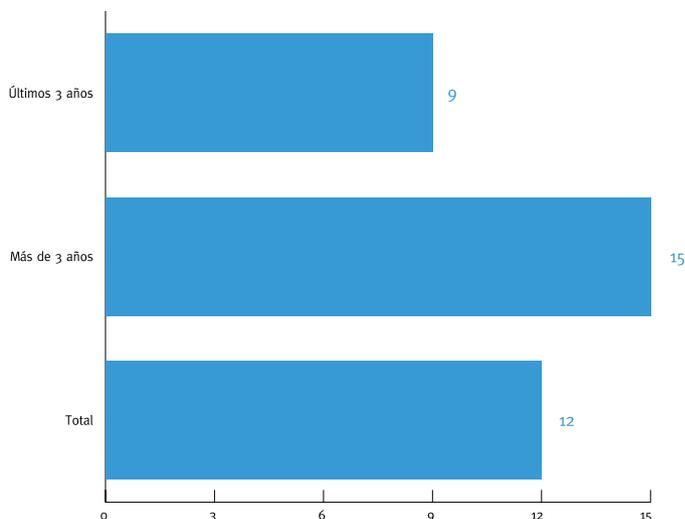
Gráfico 123.
Tenencia de software de gestión/contable, según tamaño (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Cuenta su empresa con algún software de gestión o software contable?

Gráfico 124.
Tenencia de software de gestión/contable, según antigüedad (%).

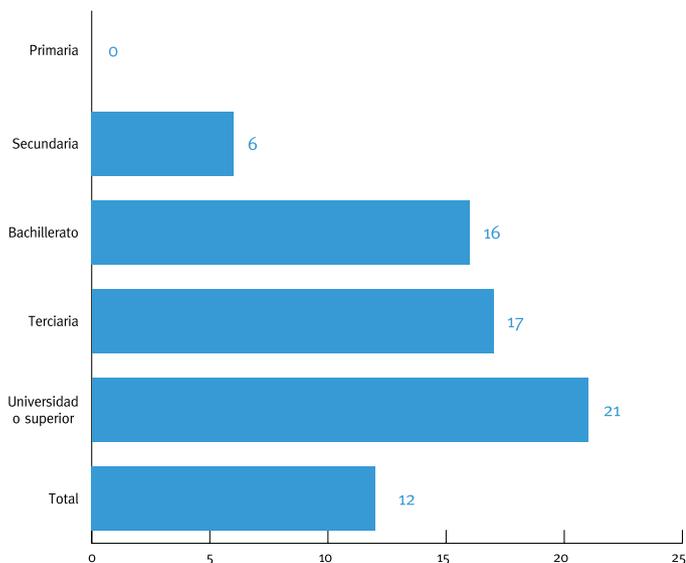


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Cuenta su empresa con algún software de gestión o software contable?

Al considerar el nivel educativo de los jóvenes empresarios, se observa que, a mayor educación, mayor es la tenencia de algún *software* de gestión.

Gráfico 125.
Tenencia de *software* de gestión/contable, según nivel educativo (%).

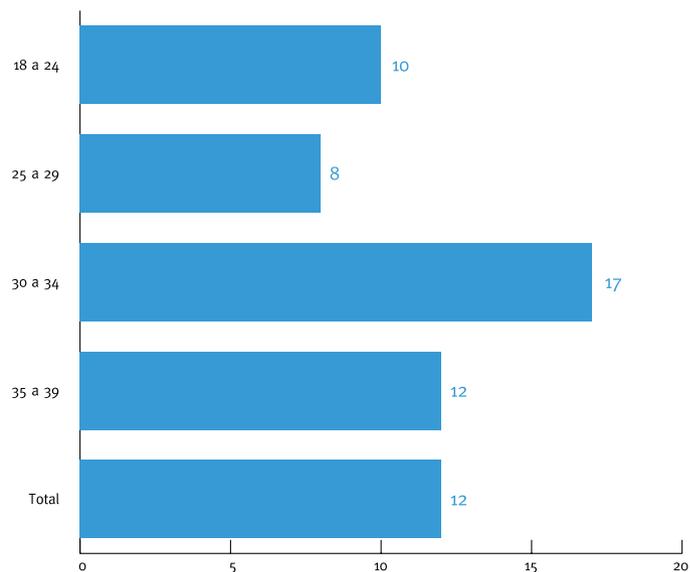


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Cuenta su empresa con algún *software* de gestión o *software* contable?

En el tramo de 30 a 34 años hay una mayor proporción de empresarios que disponen de *software* de gestión en sus empresas (17 %). Le siguen los de 35 a 39 años, con el 12 %; los de 18 a 24 años, con el 10 %; y los de 25 a 29 años, con el 8 %.

Gráfico 126.
Tenencia de *software* de gestión/contable, según edad (%).

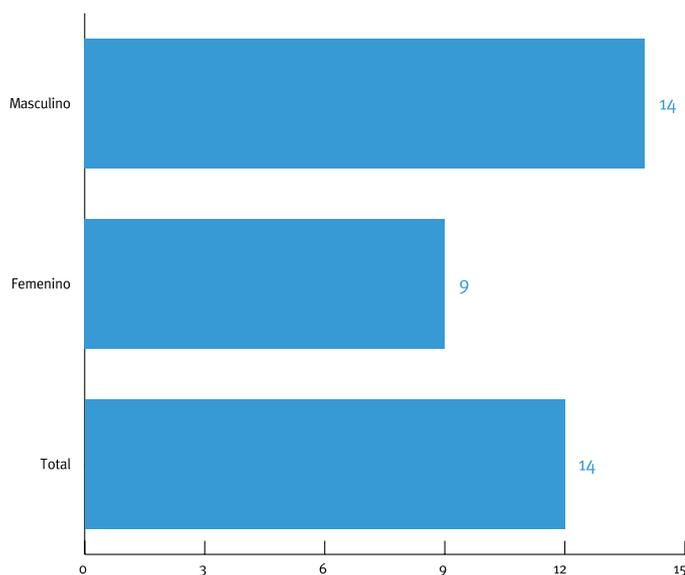


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Cuenta su empresa con algún *software* de gestión o *software* contable?

La tenencia de software de gestión en las empresas es mayor entre las dirigidas por hombres (14 %) que entre las lideradas por mujeres (9 %).

Gráfico 127.
Tenencia de software de gestión/contable, según sexo (%).

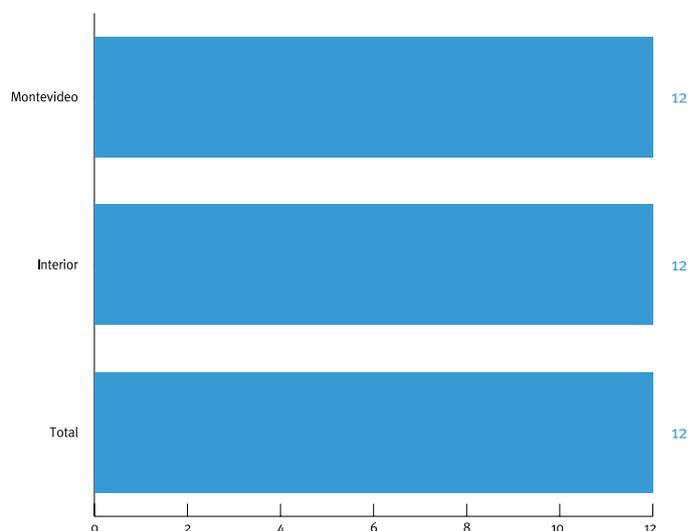


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Cuenta su empresa con algún software de gestión o software contable?

Con respecto a la ubicación geográfica de las empresas, no se presentan diferencias en la tenencia de software de gestión: tanto en Montevideo como en el interior es del 12 %.

Gráfico 128.
Tenencia de software de gestión/contable, según región (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Cuenta su empresa con algún software de gestión o software contable?

Uso de las tecnologías de la información y la comunicación: principales resultados

- El 60 % de los empresarios jóvenes tienen PC en su empresa, y el 64 % cuentan con conexión a Internet.
- Los segmentos con más tenencia de PC e Internet son los servicios, las empresas de mayor tamaño, las radicadas en Montevideo y las empresas dirigidas por hombres y por quienes tienen mayor nivel educativo.
- Casi uno de cada 3 empresarios jóvenes vendió por Internet, e igual proporción compró utilizando ese instrumento. Estas transacciones se realizaron principalmente a través de la web y en menor medida por e-mail. Es importante destacar que vender y comprar por Internet no siempre incluye el pago por esta vía.
- El 19 % de las empresas dirigidas por jóvenes tienen página web y el 32 % cuentan con una cuenta oficial en las redes sociales.
- Solo el 12 % de las empresas dirigidas por jóvenes disponen de software de gestión o contable.
- A mayor nivel educativo de los jóvenes empresarios, mayor es la presencia en sus empresas de PC, Internet, software de gestión, página web y cuenta oficial en las redes sociales.

6. Actividades de innovación

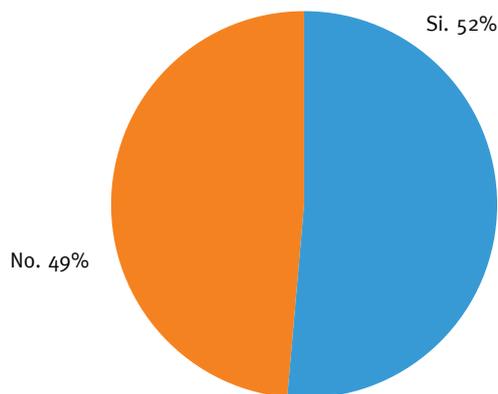
Otro de los aspectos indagados en la encuesta son las actividades de innovación que realizan los jóvenes en sus empresas. Se les consultó específicamente sobre los cambios realizados en los últimos 2 años con el objetivo de mejorar el desempeño de la empresa (en el proceso productivo, comercialización, organización, mercado atendido, productos ofrecidos, u otros). Se les preguntó cuál de estos cambios es el más importante (el que le significó mayor inversión en tiempo o dinero). También se indagó sobre qué aspectos de su empresa desearía mejorar: planificación estratégica, marketing y estrategia comercial, gestión financiera y sistemas de información, gestión de recursos humanos, logística y gestión de stock.

(a) Cambios implementados

Del total de los jóvenes entrevistados, la mitad (52 %) afirma haber realizado algún tipo de cambio en los últimos 2 años con el fin de mejorar el desempeño de su empresa. Este porcentaje es algo menor que el registrado para el conjunto de las mipymes (60 %).¹² Los cambios más importantes se vincularon a la forma de organizar la empresa (27 %) y a los productos o servicios ofrecidos (22 %).

12. Encuesta Nacional de Mipymes, edición 2013.

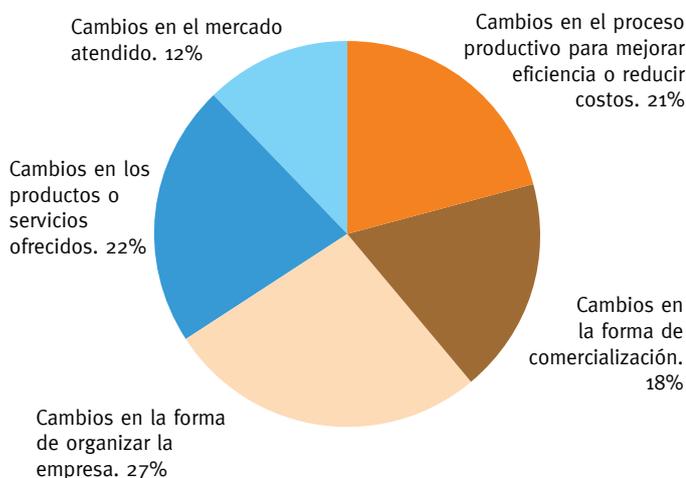
Gráfico 129.
Implementación de cambios en la empresa para mejorar el desempeño (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿En los últimos 2 años, realizó algún cambio con el objetivo de mejorar el desempeño de la empresa, ya sea en el proceso productivo, comercialización, organización de la empresa, mercado atendido, productos ofrecidos, etc.?

Gráfico 130.
Cambios más importantes implementados en la empresa (%).

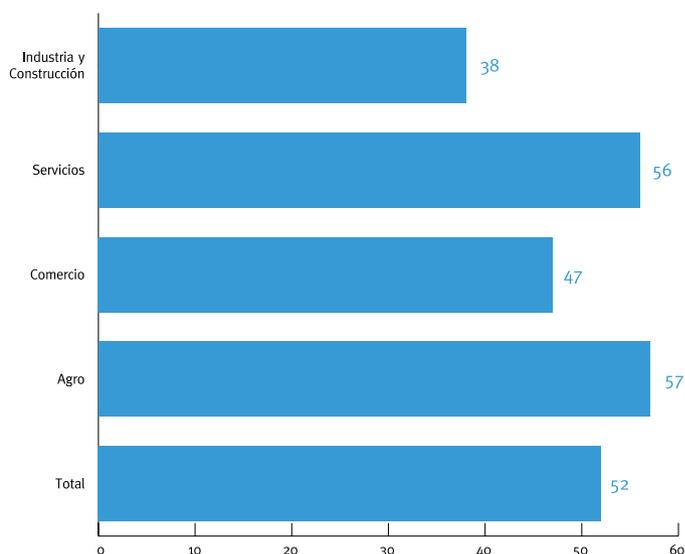


Base: Empresarios que realizaron algún cambio.

P.: ¿Cuál cree que fue el más importante, el que le significó mayor inversión en tiempo o dinero?

Los sectores que más implementaron cambios son el agro (57 %) y los servicios (56 %). En el agro, los principales cambios ejecutados se refieren a la forma de organizar la empresa (33 %). Este también fue el principal cambio en el rubro de los servicios (27 %) y uno de los más importantes en la industria y construcción (25 %). En el comercio, el principal cambio se llevó a cabo en los productos o servicios ofrecidos (32 %).

Gráfico 131.
Implementación de cambios en la empresa para mejorar el desempeño, según rubro (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿En los últimos 2 años, realizó algún cambio con el objetivo de mejorar el desempeño de la empresa, ya sea en el proceso productivo, comercialización, organización de la empresa, mercado atendido, productos ofrecidos, etc.?

Cuadro 47.
Cambios más importantes según rubro (%).

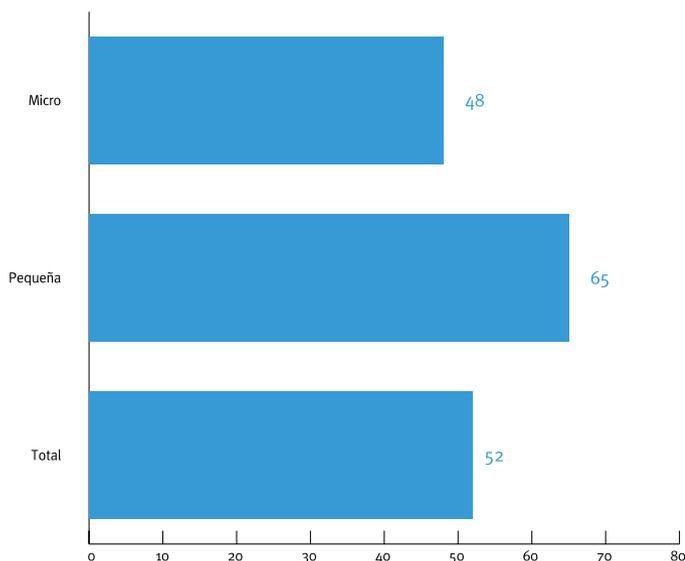
Tipo de cambios	Industria y construcción	Servicios	Comercio	Agro	Total
Cambios en la forma de organizar la empresa	25	27	25	33	27
Cambios en los productos o servicios ofrecidos	25	16	32	25	22
Cambios en el proceso productivo para mejorar eficiencia o reducir costos	13	20	25	25	21
Cambios en la forma de comercialización	13	25	11	-	17
Cambios en el mercado atendido	25	11	7	17	12
Total	100	100	100	100	100

.....
Base: Empresarios que realizaron algún cambio.

P.: ¿Cuál cree que fue el más importante, el que le significó mayor inversión en tiempo o dinero?

La proporción de pequeñas empresas que implementaron cambios es mayor que la de las microempresas (65 % y 48 %, respectivamente). Los realizados en las pequeñas empresas se refieren principalmente a los productos o servicios ofrecidos (27 %). En las microempresas el principal cambio fue la forma de organización.

Gráfico 132.
Implementación de cambios en la empresa para mejorar el desempeño, según tamaño (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿En los últimos 2 años, realizó algún cambio con el objetivo de mejorar el desempeño de la empresa, ya sea en el proceso productivo, comercialización, organización de la empresa, mercado atendido, productos ofrecidos, etc.?

Cuadro 48.
Cambios más importantes según tamaño (%).

Tipo de cambios	Micro	Pequeña	Total
Cambios en la forma de organizar la empresa	31	19	27
Cambios en los productos o servicios ofrecidos	19	27	22
Cambios en el proceso productivo para mejorar eficiencia o reducir costos	20	23	21
Cambios en la forma de comercialización	18	19	17
Cambios en el mercado atendido	12	12	12
Total	100	100	100

Base: Empresarios que realizaron algún cambio.

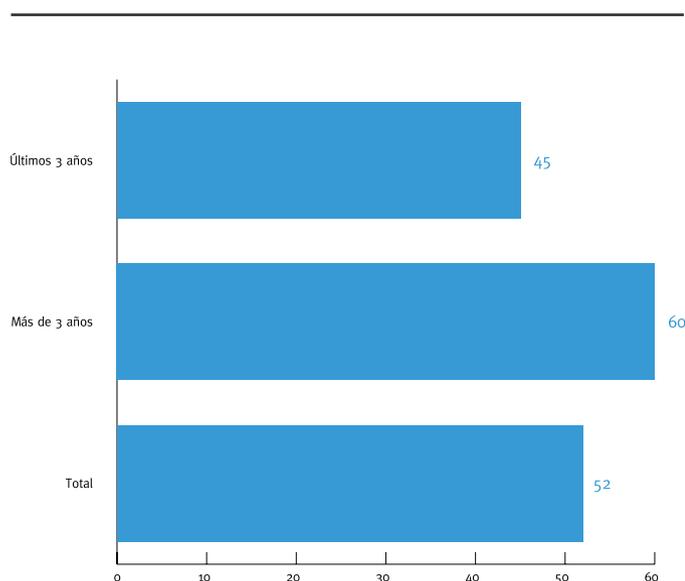
P: ¿Cuál cree que fue el más importante, el que le significó mayor inversión en tiempo o dinero?

Las empresas que han implementado más cambios son las de más de 3 años de antigüedad: el 60 % de los jóvenes que lideran estas mipymes afirman haber realizado alguno. Los cambios en la forma de organizar la empresa (27 %) y los desarrollados en el proceso productivo (25 %) son los más frecuentes.

El 45 % de las empresas creadas más recientemente han implementado algún tipo de cambio. Los más importantes se dieron en la forma de organizar la empresa (27 %) y en los productos o servicios ofrecidos (23 %).

Gráfico 133.

Implementación de cambios en la empresa para mejorar el desempeño, según antigüedad (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿En los últimos 2 años, realizó algún cambio con el objetivo de mejorar el desempeño de la empresa, ya sea en el proceso productivo, comercialización, organización de la empresa, mercado atendido, productos ofrecidos, etc.?

Cuadro 49.

Cambios más importantes según antigüedad (%).

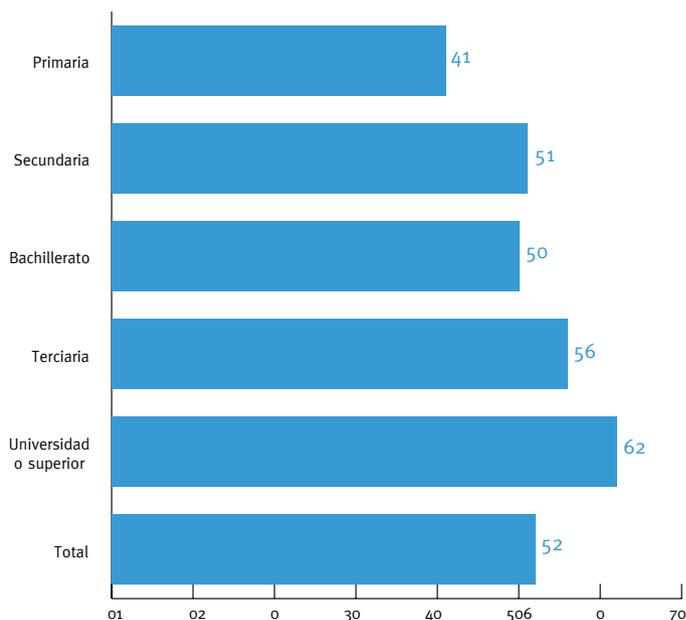
Tipo de cambios	Últimos 3 años	Más de 3 años	Total
Cambios en la forma de organizar la empresa	27	27	27
Cambios en los productos o servicios ofrecidos	23	22	22
Cambios en el proceso productivo para mejorar eficiencia o reducir costos	17	25	21
Cambios en la forma de comercialización	21	15	17
Cambios en el mercado atendido	13	11	12
Total	100	100	100

Base: Empresarios que realizaron algún cambio.

P.: ¿Cuál cree que fue el más importante, el que le significó mayor inversión en tiempo o dinero?

A mayor nivel educativo de los empresarios, mayor es la proporción de los que realizaron mejoras en sus empresas. Entre los universitarios los cambios alcanzan el 62 % de las empresas; entre los que tienen educación terciaria, el 56 %; entre los que realizaron el bachillerato, el 50 %; entre los que tienen educación secundaria, el 51 %; y entre los empresarios que cuentan con educación primaria, el 41 %.

Gráfico 134.
Implementación de cambios en la empresa para mejorar el desempeño, según nivel educativo (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿En los últimos 2 años, realizó algún cambio con el objetivo de mejorar el desempeño de la empresa, ya sea en el proceso productivo, comercialización, organización de la empresa, mercado atendido, productos ofrecidos, etc.?

Los cambios en la forma de organizar la empresa son la principal innovación de las mipymes dirigidas por quienes tienen educación primaria, secundaria y universitaria. Los cambios en los productos o servicios ofrecidos son la principal modalidad de innovación en empresas dirigidas por los que alcanzaron el bachillerato y la educación terciaria.

Cuadro 50.
Cambios más importantes según educación (%).

Tipo de cambios	Primaria	Secundaria	Bachillerato	Terciaria	Universidad	Total
Cambios en la forma de organizar la empresa	23	33	19	30	33	27
Cambios en los productos o servicios ofrecidos	15	17	31	40	13	22
Cambios en el proceso productivo para mejorar eficiencia o reducir costos	23	29	28		13	21
Cambios en la forma de comercialización	23	13	13	20	25	17
Cambios en el mercado atendido	15	8	9	10	17	12
Total	100	100	100	100	100	100

Base: Empresarios que realizaron algún cambio.

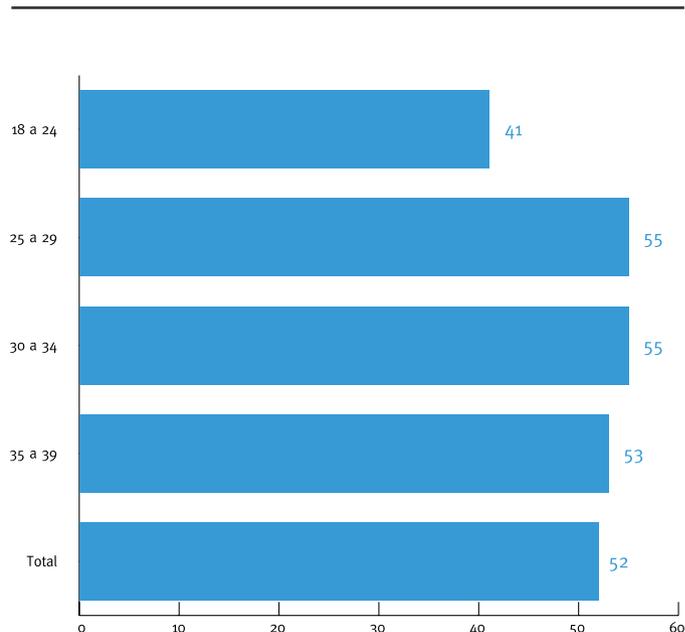
P.: ¿Cuál cree que fue el más importante, el que le significó mayor inversión en tiempo o dinero?

La implementación de cambios es relativamente similar en las empresas dirigidas por jóvenes de distintos tramos de edad (varían entre el 52 % y el 55 %), con excepción de las lideradas por jóvenes de 18 a 24 años (41 %).

Los procesos de innovación más importantes para los empresarios de 18 a 24 años son los asociados a procesos productivos que mejoran la eficiencia y la reducción de costos. Para los empresarios de 25 a 29 años, la principal innovación se refiere a las formas de organizar la empresa. Los empresarios que tienen de 30 a 34 años destacan los cambios en los productos o servicios que ofrecen. Entre los de 35 a 39 años, cobran mayor relevancia la forma de organización y los cambios en la forma de comercialización. La implementación de cambios es relativamente similar en las empresas dirigidas por jóvenes de distintos tramos de edad (varían entre el 52 % y el 55 %), con excepción de las lideradas por jóvenes de 18 a 24 años (41 %).

Los procesos de innovación más importantes para los empresarios de 18 a 24 años son los asociados a procesos productivos que mejoran la eficiencia y la reducción de costos. Para los empresarios de 25 a 29 años, la principal innovación se refiere a las formas de organizar la empresa. Los empresarios que tienen de 30 a 34 años destacan los cambios en los productos o servicios que ofrecen. Entre los de 35 a 39 años, cobran mayor relevancia la forma de organización y los cambios en la forma de comercialización.

Gráfico 135.
Implementación de cambios en la empresa para mejorar el desempeño, según edad (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿En los últimos 2 años, realizó algún cambio con el objetivo de mejorar el desempeño de la empresa, ya sea en el proceso productivo, comercialización, organización de la empresa, mercado atendido, productos ofrecidos, etc.?

Cuadro 51.
Cambios más importantes según edad (%).

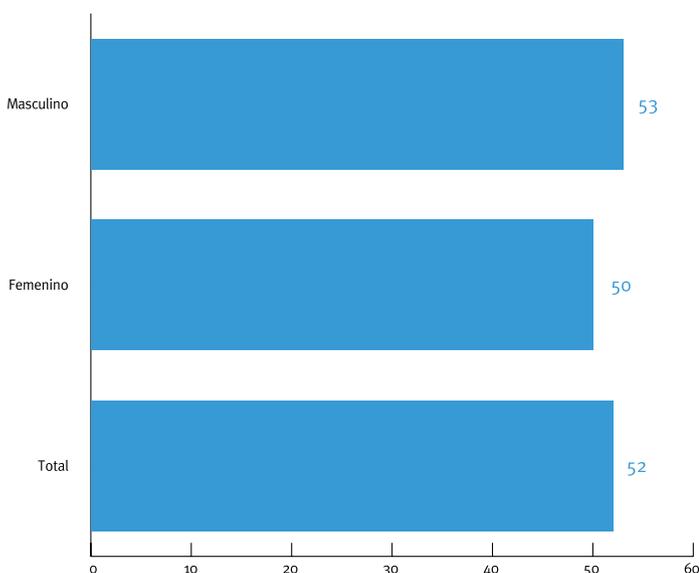
Tipo de cambios	18 a 24	25 a 29	30 a 34	35 a 39	Total
Cambios en la forma de organizar la empresa	19	37	21	29	27
Cambios en los productos o servicios ofrecidos	19	26	28	16	22
Cambios en el proceso productivo para mejorar eficiencia o reducir costos	38	22	17	16	21
Cambios en la forma de comercialización	12	4	20	29	18
Cambios en el mercado atendido	12	11	14	10	12
Total	100	100	100	100	100

Base: Empresarios que realizaron algún cambio.

P.: ¿Cuál cree que fue el más importante, el que le significó mayor inversión en tiempo o dinero?

Los niveles de innovación entre jóvenes empresarios de ambos sexos resulta similar: 53 % entre los hombres y 50 % entre las mujeres.

Gráfico 136.
Implementación de cambios en la empresa para mejorar el desempeño, según sexo (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿En los últimos 2 años, realizó algún cambio con el objetivo de mejorar el desempeño de la empresa, ya sea en el proceso productivo, comercialización, organización de la empresa, mercado atendido, productos ofrecidos, etc.?

Cuadro 52.
Cambio más importante según sexo (%).

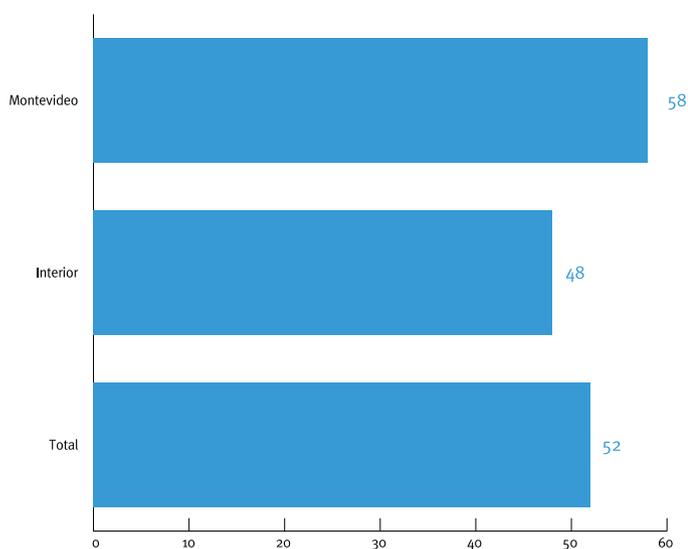
Tipo de cambios	Masculino	Femenino	Total
Cambios en el proceso productivo para mejorar eficiencia o reducir costos	27	28	27
Cambios en la forma de comercialización	17	30	22
Cambios en la forma de organizar la empresa	24	18	21
Cambios en los productos o servicios ofrecidos (modificaciones, nuevos productos, etc.)	16	20	17
Cambios en el mercado atendido	16	5	12
Total	100	100	100

Base: Empresarios que realizaron algún cambio.

P.: ¿Cuál cree que fue el más importante, el que le significó mayor inversión en tiempo o dinero?

Los jóvenes empresarios de Montevideo (58 %) han generado más cambios vinculados a la innovación que los del interior (48 %). No hay grandes diferencias según las regiones en los principales cambios implementados.

Gráfico 137.
Implementación de cambios en la empresa para mejorar el desempeño, según región (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿En los últimos 2 años, realizó algún cambio con el objetivo de mejorar el desempeño de la empresa, ya sea en el proceso productivo, comercialización, organización de la empresa, mercado atendido, productos ofrecidos, etc.?

Cuadro 53.
Cambio más importante según región (%).

Tipo de cambios	Montevideo	Interior	Total
Cambios en el proceso productivo para mejorar eficiencia o reducir costos	25	29	27
Cambios en la forma de comercialización	25	21	22
Cambios en la forma de organizar la empresa	20	22	21
Cambios en los productos o servicios ofrecidos (modificaciones, nuevos productos, etc.)	20	16	17
Cambios en el mercado atendido	10	13	12
Total	100	100	100

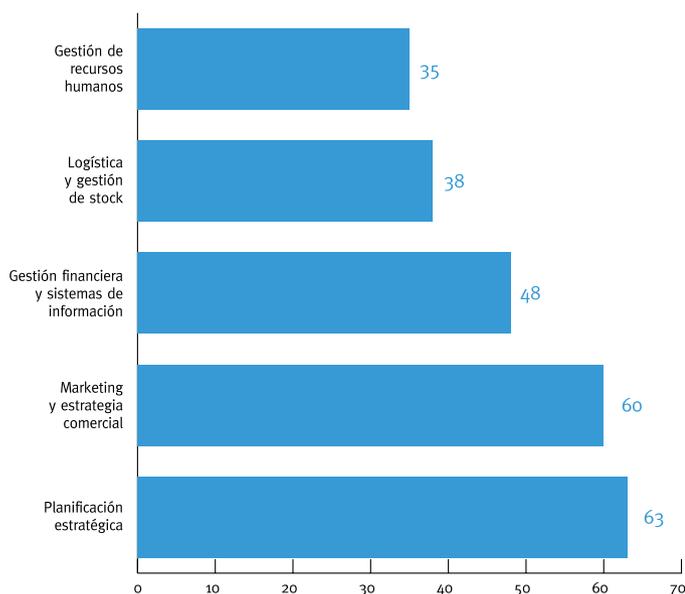
Base: Empresarios que realizaron algún cambio.

P.: ¿Cuál cree que fue el más importante, el que le significó mayor inversión en tiempo o dinero?

(b) Cambios que desearía realizar

Al consultar a los empresarios sobre los aspectos que desearían mejorar en su empresa, el 63 % señalan a la planificación estratégica, el 60 % al marketing y la estrategia comercial, el 48 % a la gestión financiera y los sistemas de información, el 38 % a la logística y gestión de stocks, y el 35 % a la gestión de recursos humanos.

Gráfico 138.
Aspectos que desearía mejorar en la empresa (%).

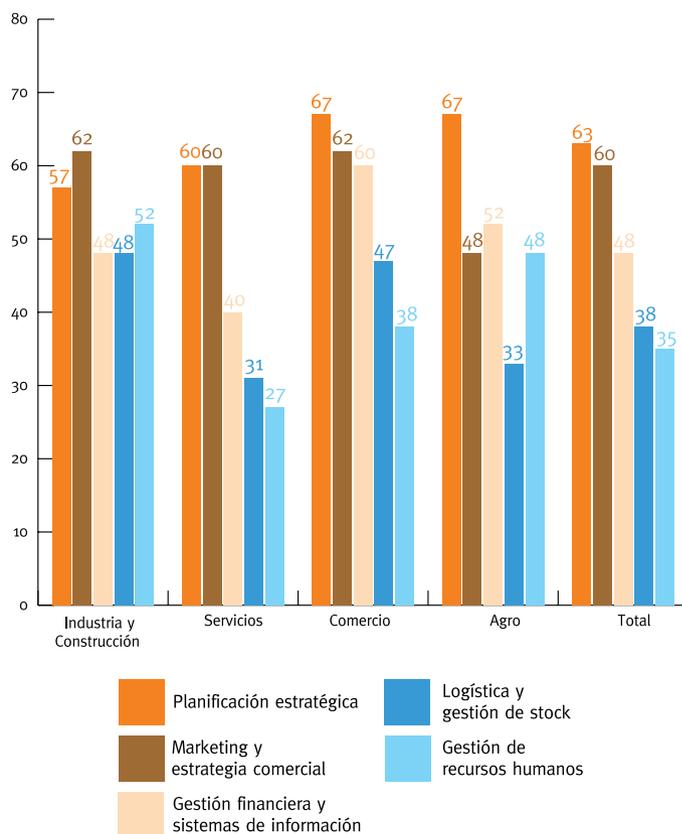


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Qué aspectos desearía mejorar?

Al analizar la información por el sector de actividad de las empresas, se observa que la planificación estratégica es el principal factor a mejorar en todos los rubros, salvo en la industria y la construcción. El *marketing* y la estrategia comercial resultan muy significativos, un poco menos en el agro que en las otras ramas (48 % de las empresas del sector).

Gráfico 139.
Aspectos que desearía mejorar en la empresa, según rubro (%).



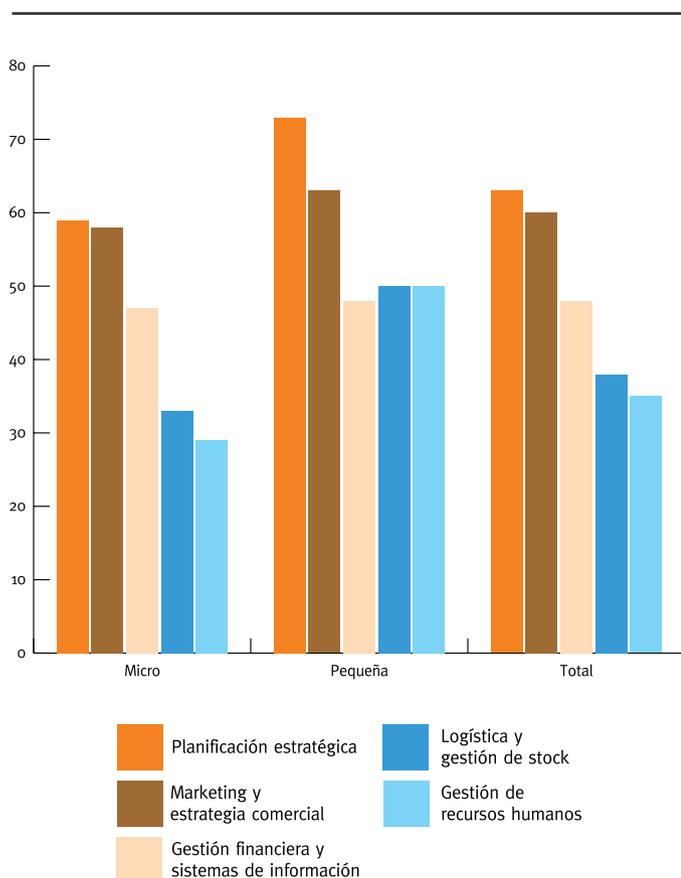
Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Qué aspectos desearía mejorar?

El tamaño de las empresas resulta un factor relevante en el tipo de aspectos que los empresarios desean mejorar. En términos generales, las empresas pequeñas señalan más aspectos a mejorar que las microempresas.

Independientemente del tamaño de las empresas, los empresarios consideran que los principales aspectos a mejorar son la planificación estratégica y el marketing y la estrategia comercial.

Gráfico 140.
Aspectos que desearía mejorar en la empresa, según tamaño (%).

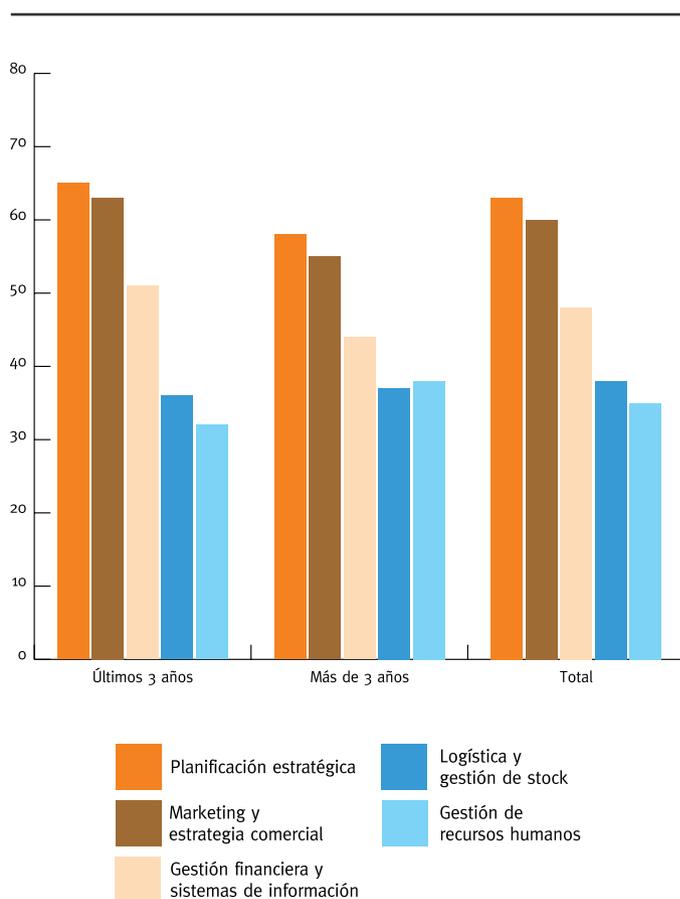


Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Qué aspectos desearía mejorar?

El orden de importancia de los aspectos a mejorar es similar según la antigüedad de las empresas. Entre las creadas en los últimos 3 años la planificación estratégica, el marketing y estrategia comercial y la gestión financiera y sistemas de información son importantes para una mayor proporción de empresas.

Gráfico 141.
Aspectos que desearía mejorar en la empresa, según antigüedad (%).

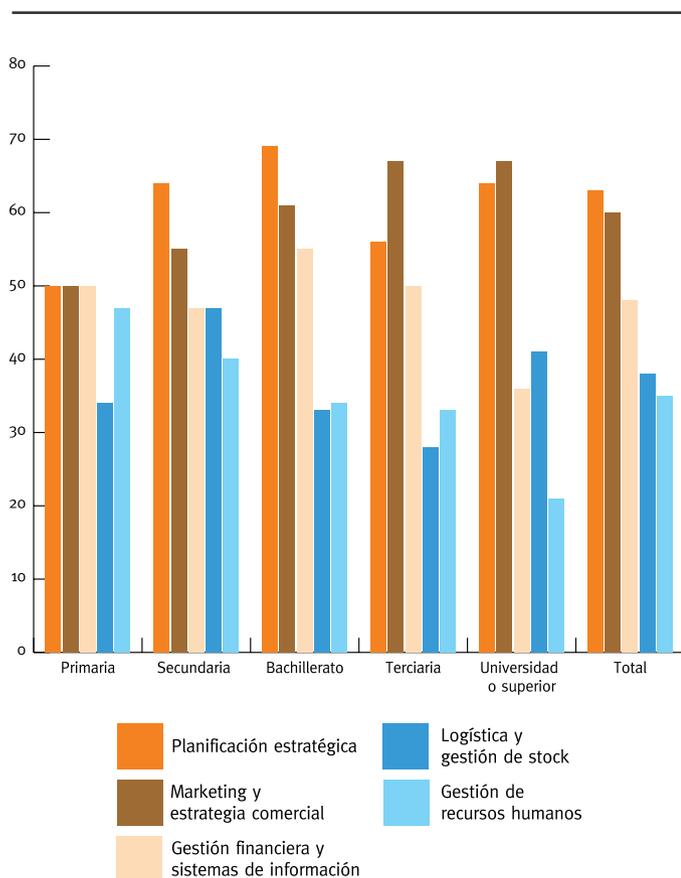


Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Qué aspectos desearía mejorar?

Al considerar el nivel educativo de los empresarios, se observa que la planificación estratégica es un aspecto muy significativo, independientemente del nivel alcanzado (varía entre 50 % y 69 %). La gestión de recursos humanos es de los elementos menos mencionados (varía entre 21 % y 47 %), a excepción de lo que ocurre con los empresarios de menor nivel educativo.

Gráfico 142.
Aspectos que desearía mejorar en la empresa, según nivel educativo (%).

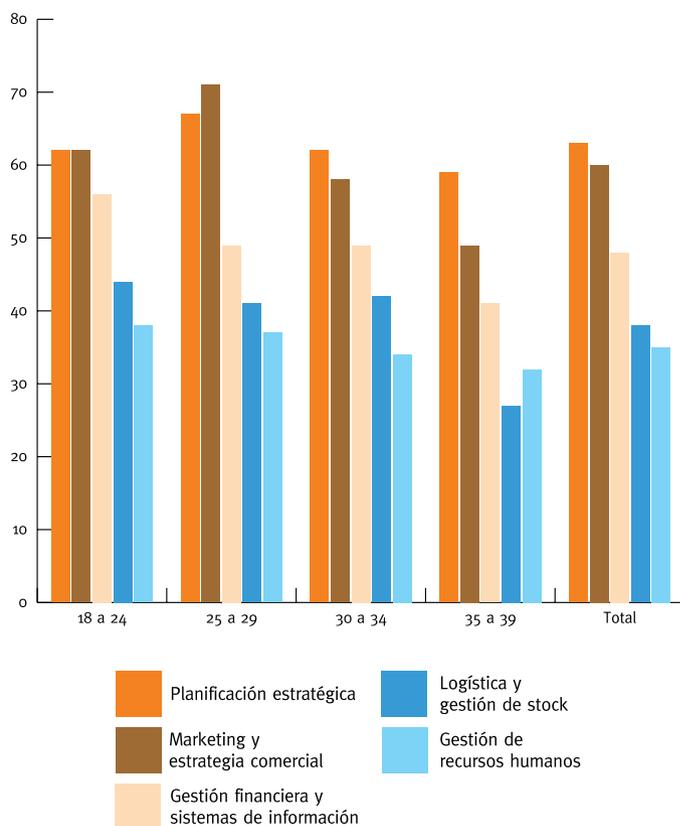


Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Qué aspectos desearía mejorar?

No se observan grandes diferencias según la edad de los empresarios. Entre los jóvenes de 25 y 29 años se destaca un interés mayor en los temas de planificación estratégica y marketing y estrategia comercial.

Gráfico 143.
Aspectos que desearía mejorar en la empresa, según edad (%).

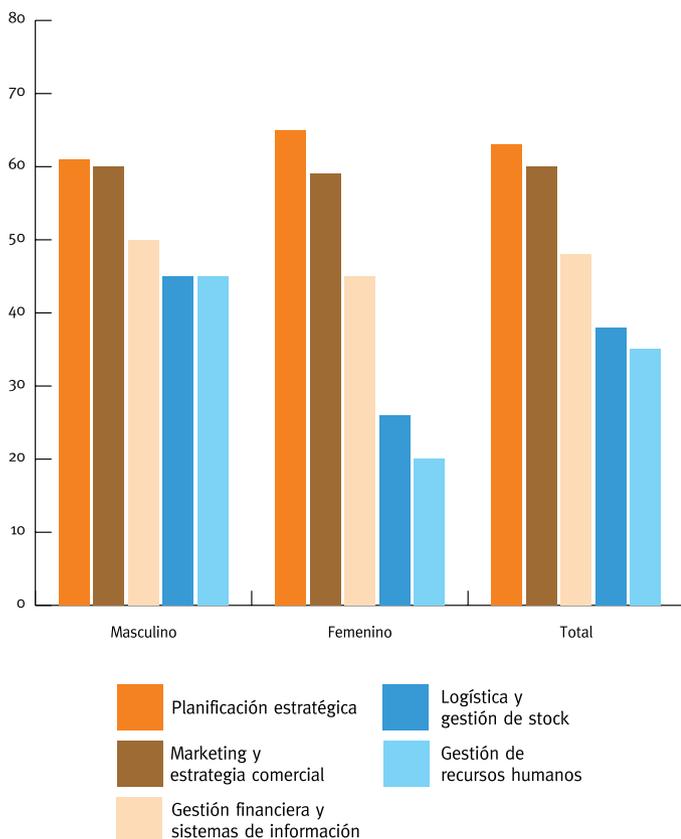


Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Qué aspectos desearía mejorar?

El orden de importancia de los aspectos a mejorar en la empresa es igual para hombres y mujeres. Hay dos áreas que para las mujeres presentan menor necesidad de mejora: la logística y gestión de stock, y la gestión de recursos humanos.

Gráfico 144.
Aspectos que desearía mejorar en la empresa, según sexo (%).

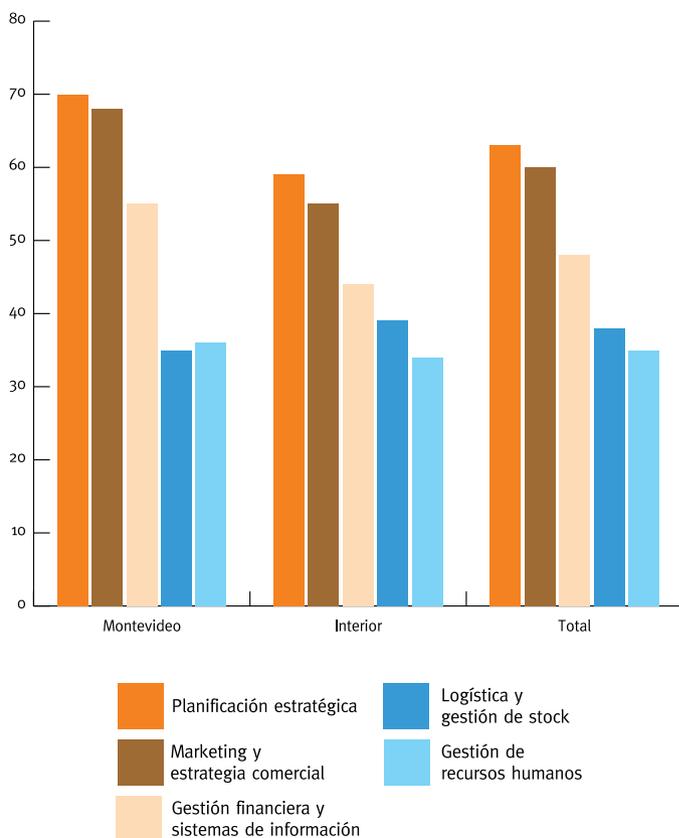


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Qué aspectos desearía mejorar?

Respecto a las áreas a mejorar según las regiones del país, el orden en la cantidad de menciones es similar entre Montevideo y el interior. La intensidad, en general, es mayor en la capital.

Gráfico 145.
Aspectos que desearía mejorar en la empresa, según región (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Qué aspectos desearía mejorar?

Actividades de innovación: resumen de resultados

- La mitad de los jóvenes empresarios dicen haber realizado algún cambio con el objetivo de mejorar el desempeño de sus empresas. Los tipos de cambio son muy variados. Se destacan los cambios en la organización de la empresa y los efectuados en el proceso productivo para mejorar la eficiencia o reducir costos.
- Los sectores agropecuario y de servicios son los que más han implementado algún tipo de innovación. Las empresas pequeñas han innovado en mayor medida que las microempresas.
- A mayor nivel educativo, mayor es la proporción de los jóvenes que implementaron mejoras en sus empresas.
- Entre los aspectos que desearían mejorar en el futuro se destacan la planificación estratégica, el marketing y la gestión comercial. En un segundo lugar, la gestión financiera y los sistemas de información.

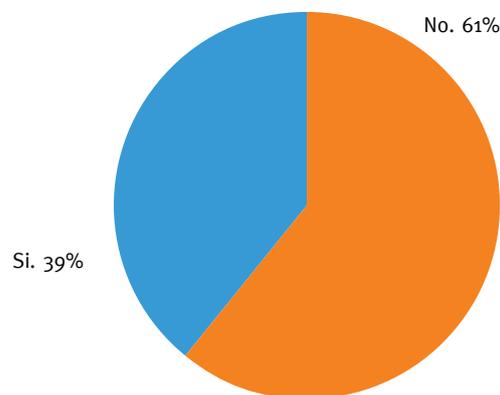
7. Capacitación y asistencia técnica

(a) Capacitación

Se consultó a los jóvenes empresarios sobre su participación o la de los trabajadores de sus empresas en actividades de capacitación en los últimos 2 años, y sobre la posible participación en el próximo año.

Casi 4 de cada 10 entrevistados (39 %) afirman que alguien de su empresa participó en actividades de capacitación en los últimos 2 años. El 36 % de los empresarios dicen que en los próximos 12 meses tomará alguna capacitación sobre planificación estratégica, el 30 % sobre marketing y estrategia comercial, el 26 % sobre gestión financiera y sistemas de información, el 25 % sobre gestión de recursos humanos y el 18 % sobre logística y gestión de stock.

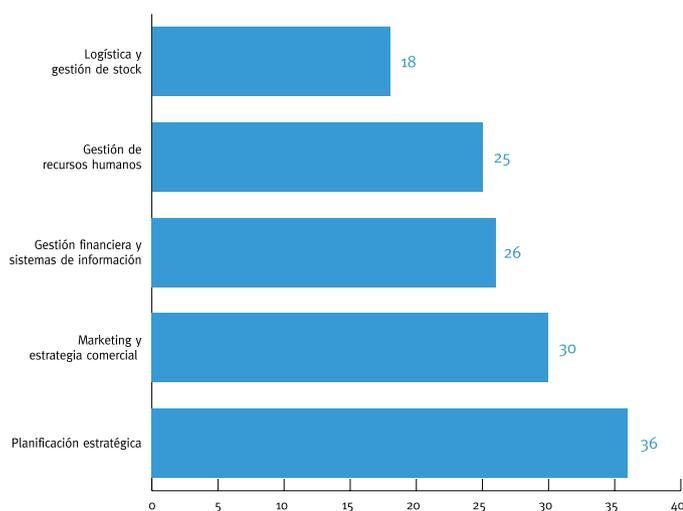
Gráfico 146.
Participación en actividades de capacitación en los últimos 2 años (%).



.....
Base: Entrevistados empresarios (200).
.....

P.: ¿Empresarios o trabajadores de la empresa han participado de actividades de capacitación en los últimos dos años?

Gráfico 147.
Participación en actividades de capacitación en los próximos 12 meses (%).



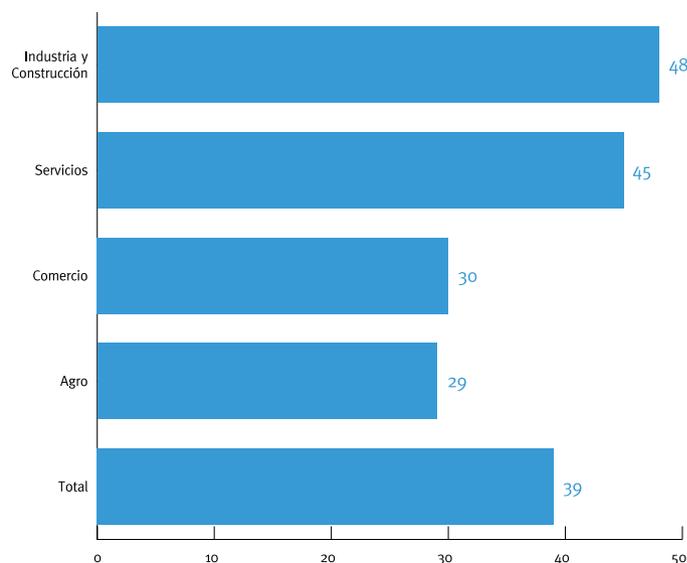
Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿En los próximos 12 meses, usted tomará alguna capacitación en...?

Los sectores que más han realizado capacitaciones son la industria y construcción (48 %) y los servicios (45 %); luego se ubican el comercio (30 %) y el agro (29 %).

En todos los rubros, la planificación estratégica es una de las temáticas más mencionadas para futuras capacitaciones. Esto coincide con el principal aspecto a mejorar en las empresas. En menor proporción se hace referencia a la logística y gestión de stock. Esta temática es más importante en la industria y construcción que en el resto de los rubros.

Gráfico 148.
Participación en actividades de capacitación en los últimos 2 años, según rubro (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Empresarios o trabajadores de la empresa han participado de actividades de capacitación en los últimos 2 años?

Cuadro 54.

Participación en actividades de capacitación en los próximos 12 meses, según rubro (%).
Suma de menciones.

Temáticas	Industria y construcción	Servicios	Comercio	Agro	Total
Planificación estratégica	33	35	32	52	36
Marketing y estrategia comercial	33	27	30	38	30
Gestión financiera y sistemas de información	38	22	22	43	26
Gestión de recursos humanos	38	20	25	33	25
Logística y gestión de stock	29	14	17	24	18
Total	100	100	100	100	100

Base: Entrevistados empresarios (200).

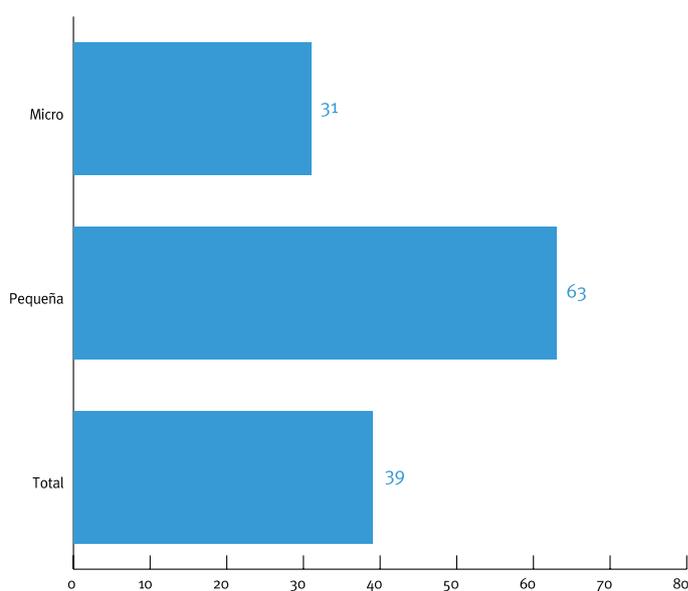
P: ¿En los próximos 12 meses, usted tomará alguna capacitación en...?

A mayor tamaño de las empresas, mayor es la participación en actividades de capacitación: en las empresas pequeñas alcanza el 63 %, y en las microempresas el 31 %.

Los titulares de las pequeñas empresas se muestran más proclives a realizar capacitaciones en el próximo año.

Gráfico 149.

Participación en actividades de capacitación en los últimos 2 años, según tamaño (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Empresarios o trabajadores de la empresa han participado de actividades de capacitación en los últimos 2 años?

Cuadro 55.

Participación en actividades de capacitación en los próximos 12 meses, según tamaño (%).

Temáticas	Micro	Pequeña	Mediana	Total
Planificación estratégica	33	45	43	36
Marketing y estrategia comercial	27	40	29	30
Gestión financiera y sistemas de información	24	35	14	26
Gestión de recursos humanos	22	40	14	25
Logística y gestión de stock	13	33	29	18
Total	100	100	100	

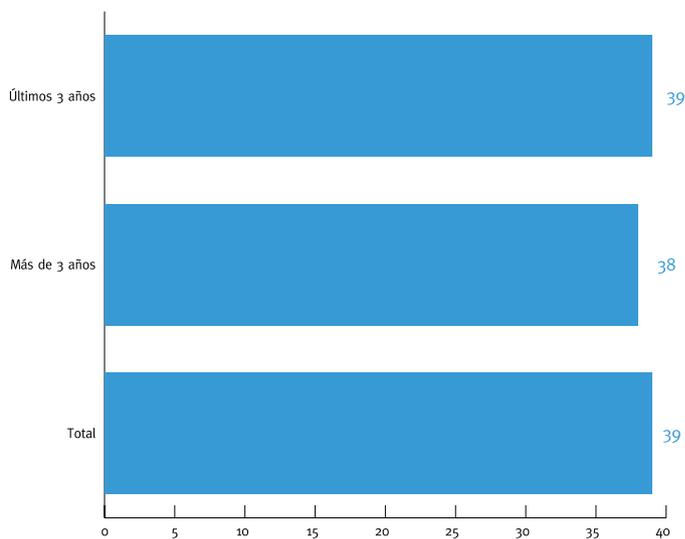
Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿En los próximos 12 meses, usted tomará alguna capacitación en...?

El porcentaje de empresas cuyos titulares o trabajadores participaron en actividades de capacitación en los últimos 2 años no varía en función de la antigüedad de la empresa. Para todas las temáticas consultadas, los jóvenes que dirigen mipymes más nuevas manifiestan mayores intenciones de participar en capacitaciones en el próximo año.

Gráfico 150.

Participación en actividades de capacitación en los últimos 2 años, según antigüedad (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Empresarios o trabajadores de la empresa han participado de actividades de capacitación en los últimos 2 años?

Cuadro 56.
Participación en actividades de capacitación en los próximos 12 meses, según antigüedad (%).
Suma de menciones.

Temáticas	Últimos 3 años	Más de 3 años	Total
Planificación estratégica	41	30	36
Marketing y estrategia comercial	33	26	30
Gestión financiera y sistemas de información	29	23	26
Gestión de recursos humanos	28	22	25
Logística y gestión de stock	21	13	18
Total	100	100	100

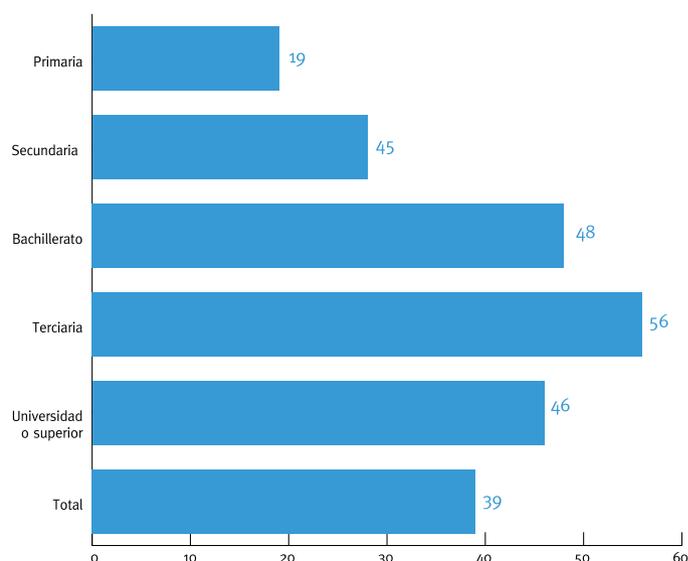
Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿En los próximos 12 meses, usted tomará alguna capacitación en...?

La participación en actividades de capacitación es mayor en las empresas dirigidas por jóvenes con más alto nivel educativo. Entre los jóvenes empresarios de educación universitaria, terciaria y bachillerato, el nivel de participación en capacitaciones en los últimos 2 años es del 46 %, 56 % y 48 %, respectivamente. Entre los que tienen educación secundaria y primaria es del 28 % y 19 %, respectivamente.

La intención de capacitarse en planificación estratégica es relevante para los jóvenes empresarios de todos los niveles educativos. Los temas de gestión de recursos humanos y marketing son relativamente más importantes para quienes completaron educación terciaria, en tanto que los de gestión financiera y logística y gestión de stock tienen mayor importancia relativa para quienes tienen educación primaria.

Gráfico 151.
Participación en actividades de capacitación en los últimos 2 años, según nivel educativo (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Empresarios o trabajadores de la empresa han participado de actividades de capacitación en los últimos 2 años?

Cuadro 57.

Participación en actividades de capacitación en los próximos 12 meses, según nivel educativo (%). Suma de menciones.

Temáticas	Primaria	Secundaria	Bachillerato	Terciaria	Universidad	Total
Planificación estratégica	31	36	39	33	33	36
Marketing y estrategia comercial	38	28	22	44	31	30
Gestión financiera y sistemas de información	34	26	22	28	26	26
Gestión de recursos humanos	31	19	25	44	18	25
Logística y gestión de stock	25	19	11	17	21	18
Total	100	100	100	100	100	100

Base: Entrevistados empresarios.

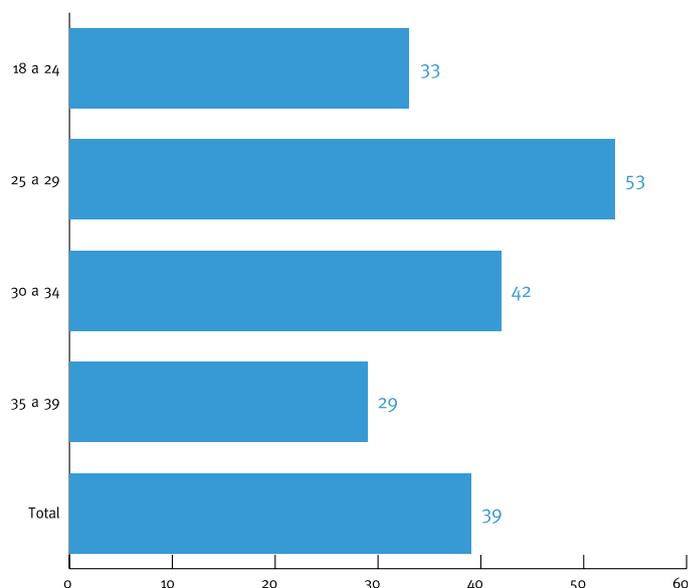
P.: ¿En los próximos 12 meses, usted tomará alguna capacitación en...?

Según tramos de edad, se observa que los recursos humanos de las empresas dirigidas por jóvenes que tienen entre 25 y 29 años han participado en mayor proporción en actividades de capacitación (53 %). En el otro extremo, en las mipymes dirigidas por empresarios de 35 a 39 años se han capacitado sus directores o trabajadores solo en el 29 % de los casos.

Se observa que a mayor edad, hay una menor predisposición de los jóvenes empresarios a capacitarse en el próximo año. Esto se verifica para todas las temáticas consultadas.

Gráfico 152.

Participación en actividades de capacitación en los últimos 2 años, según edad (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Empresarios o trabajadores de la empresa han participado de actividades de capacitación en los últimos dos años?

Cuadro 58.

Participación en actividades de capacitación en los próximos 12 meses, según edad (%).
Suma de menciones.

Temáticas	18 a 24	25 a 29	30 a 34	35 a 39	Total
Planificación estratégica	46	43	36	22	36
Marketing y estrategia comercial	33	31	30	25	30
Gestión financiera y sistemas de información	31	31	26	19	26
Gestión de recursos humanos	31	27	26	19	25
Logística y gestión de stock	26	18	19	10	18
Total	100	100	100	100	100

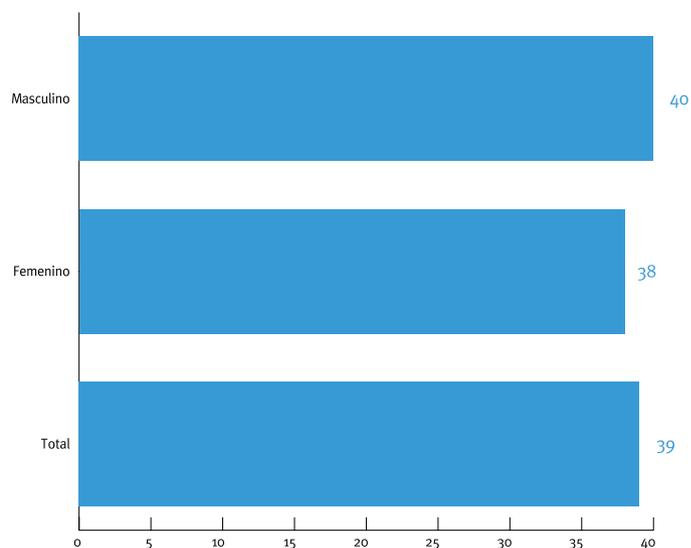
Base: Entrevistados empresarios.

P.: ¿En los próximos 12 meses, usted tomará alguna capacitación en...?

El análisis por sexo del joven empresario muestra que este no es un factor determinante en la participación de la empresa en actividades de capacitación; existe una pequeña diferencia de 2 puntos porcentuales a favor de los hombres.

Gráfico 153.

Participación en actividades de capacitación en los últimos 2 años, según sexo (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Empresarios o trabajadores de la empresa han participado de actividades de capacitación en los últimos dos años?

Cuadro 59.
Participación en actividades de capacitación en los próximos 12 meses, según sexo (%). Suma de menciones.

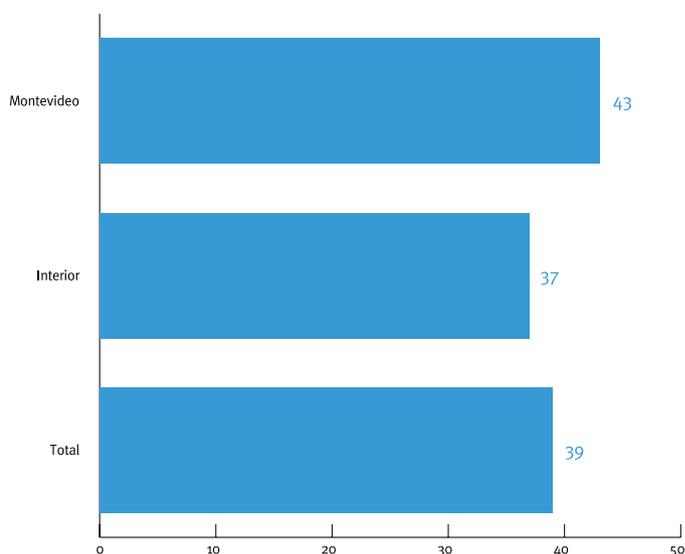
Temáticas	Masculino	Femenino	Total
Planificación estratégica	38	31	36
Marketing y estrategia comercial	28	31	30
Gestión financiera y sistemas de información	31	19	26
Gestión de recursos humanos	28	20	25
Logística y gestión de stock	21	13	18
Total	100	100	100

Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿En los próximos 12 meses, usted tomará alguna capacitación en...?

La participación en actividades de capacitación en los últimos 2 años es mayor en Montevideo (43 %) que en el interior (37 %). La demanda de capacitación de los próximos 12 meses también es mayor en la capital. La prioridad en los temas de capacitación seleccionados es similar.

Gráfico 154.
Participación en actividades de capacitación en los últimos 2 años, según región (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Empresarios o trabajadores de la empresa han participado de actividades de capacitación en los últimos dos años?

Cuadro 6o.

Participación en actividades de capacitación en los próximos 12 meses, según región (%). Suma de menciones.

Temáticas	Montevideo	Interior	Total
Planificación estratégica	29	39	36
Marketing y estrategia comercial	25	32	30
Gestión financiera y sistemas de información	16	31	26
Gestión de recursos humanos	16	30	25
Logística y gestión de stock	10	21	18
Total	100	100	100

Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿En los próximos 12 meses, usted tomará alguna capacitación en...?

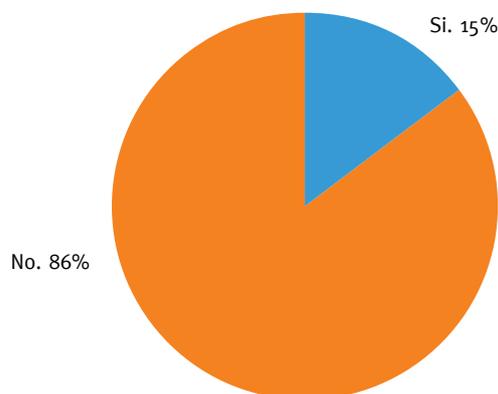
(b) Asistencia técnica

Otro de los aspectos contemplados dentro de la encuesta es la contratación de asistencia técnica por parte de los empresarios. Esta incluye asesoramiento, asistencia o consultoría para realizar algún cambio con el objetivo de mejorar el funcionamiento empresarial o productivo.

Solo el 15 % de los jóvenes empresarios han contratado asistencia técnica para su empresa. Entre los que respondieron afirmativamente, la mayoría contrataron asistencia técnica para mejorar aspectos financieros, contables e impositivos (21 %), administración (14 %), ventas (10 %) y recursos humanos (10 %).

Gráfico 155.

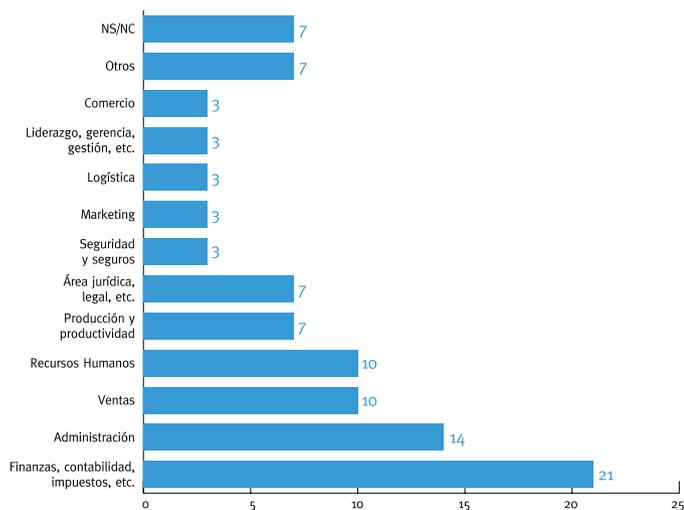
Contratación de asistencia, asesoramiento o consultorías (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Ha contratado asistencia, asesoramiento o consultorías para realizar algún cambio en la empresa para la mejora del funcionamiento empresarial o productivo?

Gráfico 156.
Temas de la asistencia, asesoramiento o consultorías (%).



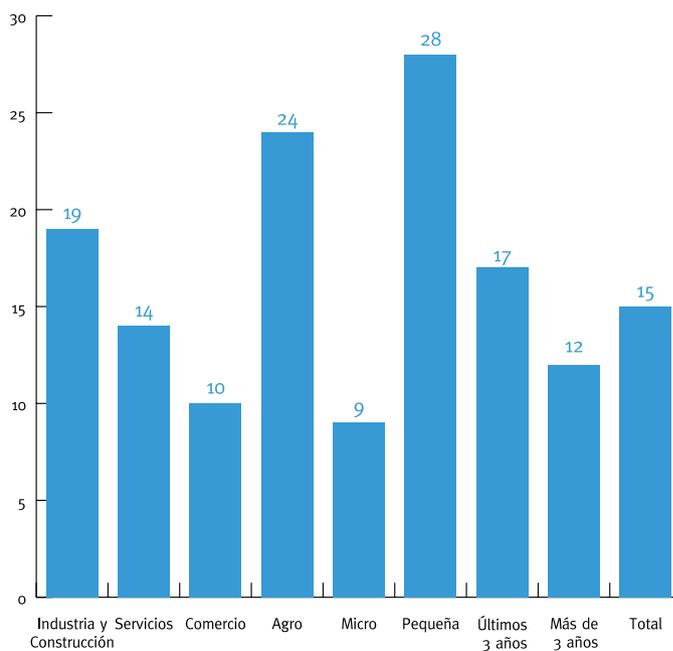
Base: Entrevistados empresarios que contrataron asistencia, asesoramiento o consultoría.

P: ¿Sobre qué temas/aspectos?

Los resultados acerca de la contratación de asistencia técnica muestran diferencias según el rubro de la empresa. La contratación varía entre un 24 % en el agro y un 10 % en el comercio.

Los propietarios de pequeñas empresas (28 %) recurrieron más a estos servicios que los de las microempresas (9 %). Las empresas más nuevas (17 %) han utilizado más estos servicios que las que tienen más de 3 años (12 %).

Gráfico 157.
Contratación de asistencia, asesoramiento o consultorías según variables (%).

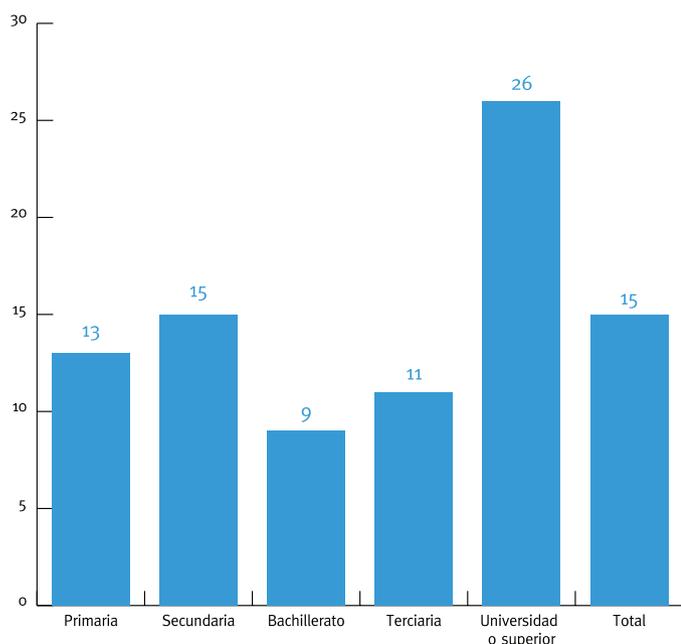


Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Ha contratado asistencia, asesoramiento o consultorías para realizar algún cambio en la empresa para la mejora del funcionamiento empresarial o productivo?

Los jóvenes empresarios universitarios han contratado servicios de asistencia técnica en mayor medida (26 %). Lo mismo ocurre con los empresarios más jóvenes (18 %) y los hombres (17 %). En cuanto a las regiones del país, las diferencias no son significativas: en Montevideo el 16 % de las empresas contrataron, mientras que lo hicieron el 14 % en el interior.

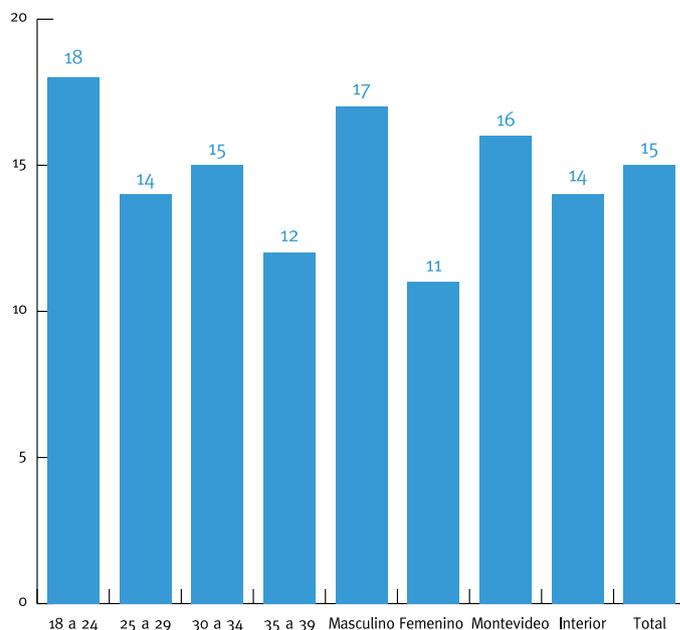
Gráfico 158.
Contratación de asistencia, asesoramiento o consultorías según nivel educativo (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Ha contratado asistencia, asesoramiento o consultorías para realizar algún cambio en la empresa para la mejora del funcionamiento empresarial o productivo?

Gráfico 159.
Contratación de asistencia, asesoramiento o consultorías según variables (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P: ¿Ha contratado asistencia, asesoramiento o consultorías para realizar algún cambio en la empresa para la mejora del funcionamiento empresarial o productivo?

Capacitación y asistencia técnica: principales resultados

- El 39 % de las empresas han capacitado a sus empresarios o trabajadores en los últimos 2 años.
- Las empresas lideradas por empresarios que tienen entre 25 y 29 años son las que más han capacitado a sus recursos humanos. A menor nivel educativo, menor fue la participación en este tipo de actividades.
- Las empresas de industria y construcción y servicios son las que más recurrieron a actividades de capacitación. A mayor tamaño de las empresas, mayor es la participación en capacitaciones de sus recursos humanos. La participación en actividades de capacitación es mayor en Montevideo que en el interior.
- El 36 % de los jóvenes empresarios piensan realizar alguna capacitación en planificación estratégica durante el próximo año, y un 30 % lo hará en marketing y estrategia comercial.
- Se observa que a mayor edad, hay una menor predisposición de los jóvenes empresarios a capacitarse en el próximo año. Esto se verifica para todas las temáticas consultadas.
- Solo el 15 % de los jóvenes empresarios han contratado asistencia técnica para sus empresas. La mayoría lo hizo para mejorar aspectos financieros, contables e impositivos, administrativos y vinculados a las ventas y los recursos humanos.
- Las empresas del agro, las pequeñas y las más recientes muestran una mayor proporción de contratación de asistencia técnica. Los jóvenes empresarios de menor edad, los de mayor nivel educativo y los hombres han contratado este tipo de servicios en mayor medida.

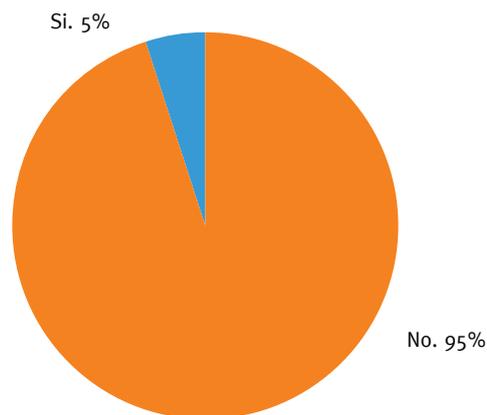
8. Comercio exterior, cadenas productivas y asociatividad

a) Comercio exterior y cadenas productivas

Se les consultó a los jóvenes empresarios si sus empresas exportan, ya sea directamente o a través de cadenas productivas.

Solo el 5 % de los jóvenes afirman que sus empresas exportan en forma directa. Este porcentaje es idéntico al registrado en el conjunto de las mipymes¹³. Uno de cada 3 jóvenes empresarios señala que los productos o servicios que vende su empresa son insumos o materias primas, o integran un producto que exporta o comercializa otra empresa.

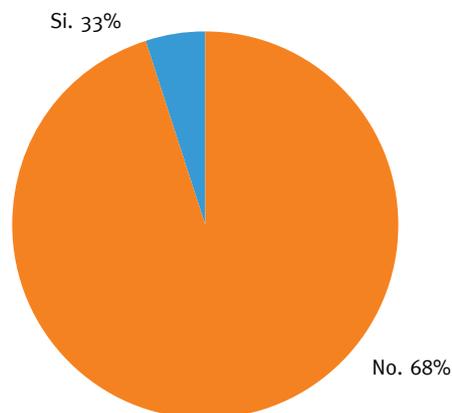
Gráfico 160.
Exportaciones directas (%).



.....
Base: Entrevistados empresarios (200).
.....

P.: ¿Su empresa exporta?

Gráfico 161.
Cadenas productivas para la exportación (%).



.....
Base: Entrevistados empresarios (200).
.....

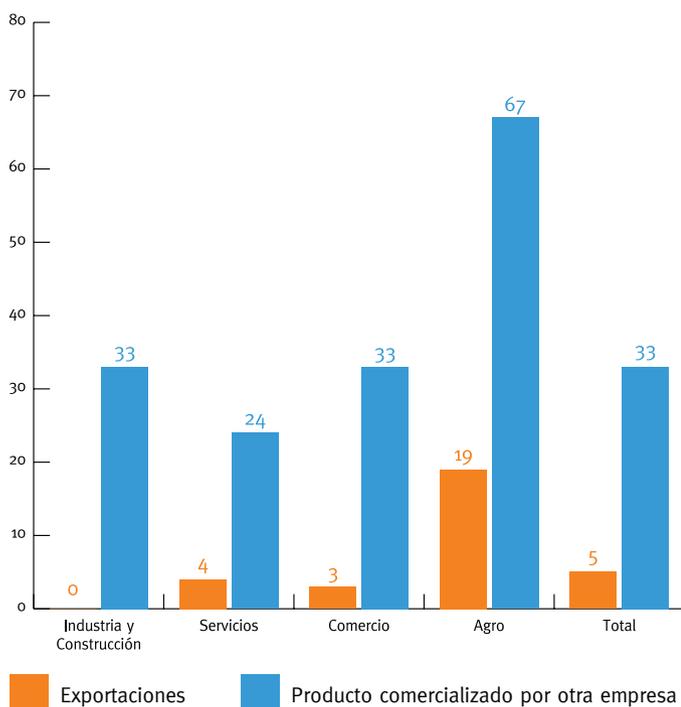
P.: ¿Su empresa exporta?

P.: ¿Los productos o servicios que vende su empresa son insumos, partes, materias primas o integran un producto que exporta o comercializa otra empresa?

13. Encuesta Nacional de Mipymes, edición 2013.

Las empresas del sector agropecuario son los que más exportan, ya sea directamente (19 %) o integrando cadenas productivas (67 %). Las empresas de los demás sectores exportan (directa o indirectamente) en igual o menor proporción que el promedio.

Gráfico 162.
Exportaciones directas y participación en cadenas productivas para la exportación, según rubro (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

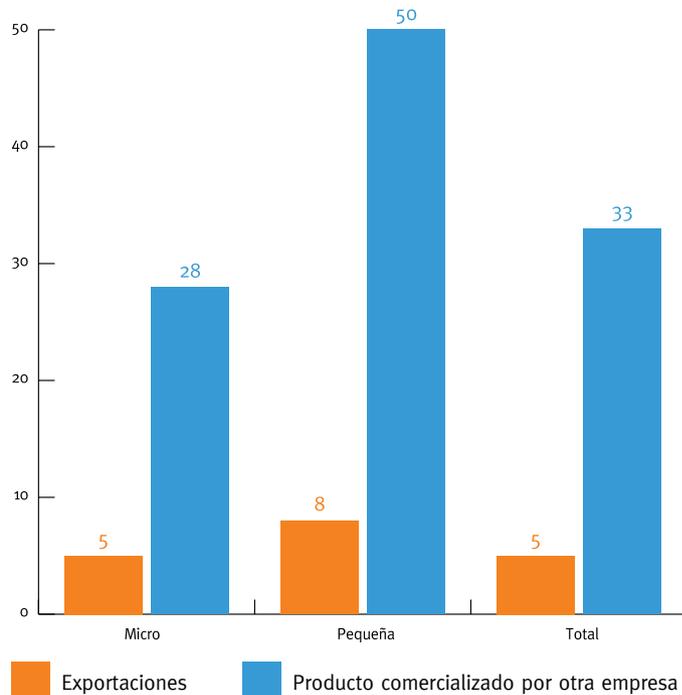
P.: ¿Su empresa exporta?

P.: ¿Los productos o servicios que vende su empresa son insumos, partes, materias primas o integran un producto que exporta o comercializa otra empresa?

Las empresas de menor tamaño logran un mejor desempeño en el comercio exterior: el 8 % de las empresas pequeñas y el 5 % de las microempresas exportan directamente. En tanto, la mitad de las pequeñas empresas venden insumos, materias primas o productos que son comercializados en el exterior por otras; en las microempresas esta cifra baja al 28 %.

Entre las empresas más nuevas hay una mayor proporción de aquellas que son exportadoras directas: 6 % entre las creadas en los últimos 3 años y 4 % entre las de más de 3 años. Sin embargo, las empresas más antiguas presentan una mayor integración a redes productivas que finalizan en la exportación.

Gráfico 163.
Exportaciones directas y participación en cadenas productivas para la exportación, según tamaño (%).

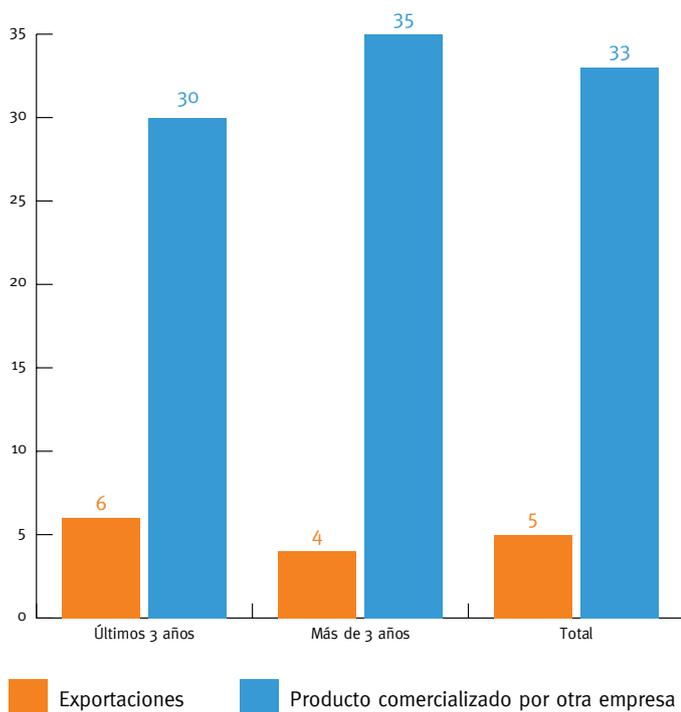


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Su empresa exporta?

P.: ¿Los productos o servicios que vende su empresa son insumos, partes, materias primas o integran un producto que exporta o comercializa otra empresa?

Gráfico 164.
Exportaciones directas y participación en cadenas productivas para la exportación, según antigüedad (%).



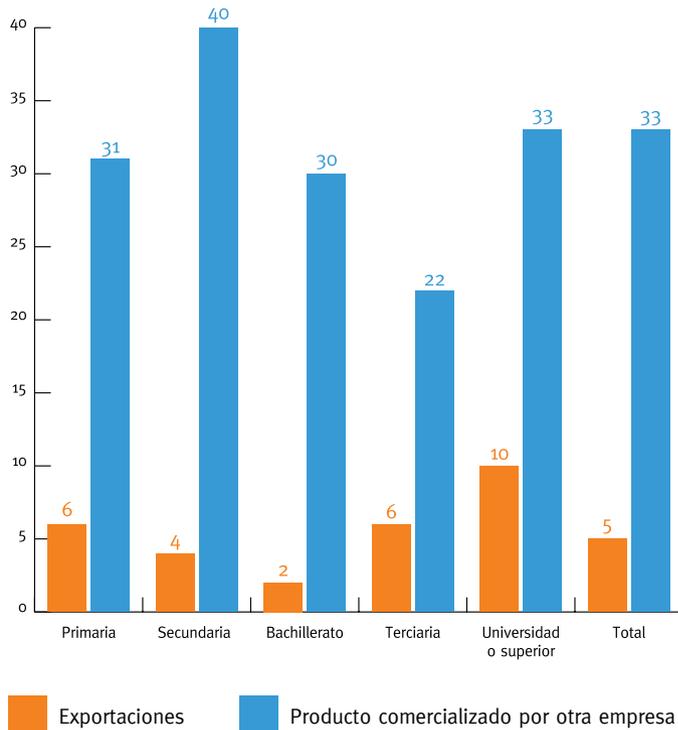
Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Su empresa exporta?

P.: ¿Los productos o servicios que vende su empresa son insumos, partes, materias primas o integran un producto que exporta o comercializa otra empresa?

Las empresas lideradas por jóvenes universitarios exportan en mayor medida: una de cada 10 lo hacen. Las empresas de jóvenes con ciclo básico completo son las que exportan en mayor proporción a través de cadenas productivas (40 %).

Gráfico 165.
Exportaciones directas y participación en cadenas productivas para la exportación, según nivel educativo (%).



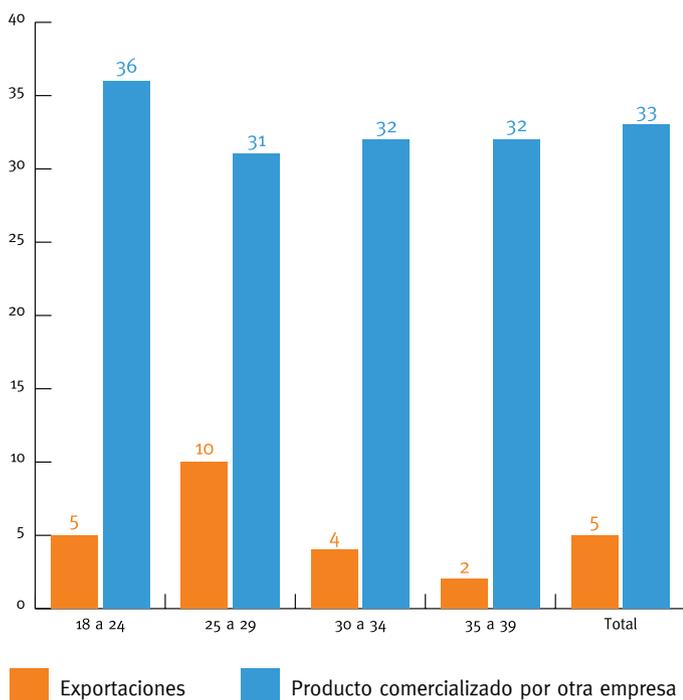
Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Su empresa exporta?

P.: ¿Los productos o servicios que vende su empresa son insumos, partes, materias primas o integran un producto que exporta o comercializa otra empresa?

Al analizar por tramos de edad, se observa que el 10 % de los jóvenes empresarios que tienen entre 25 y 29 años exportan. La integración a cadenas productivas es relativamente similar en los diferentes tramos de edad, solo un poco mayor entre las empresas lideradas por los más jóvenes.

Gráfico 166.
Exportaciones directas y participación en cadenas productivas para la exportación, según edad (%).



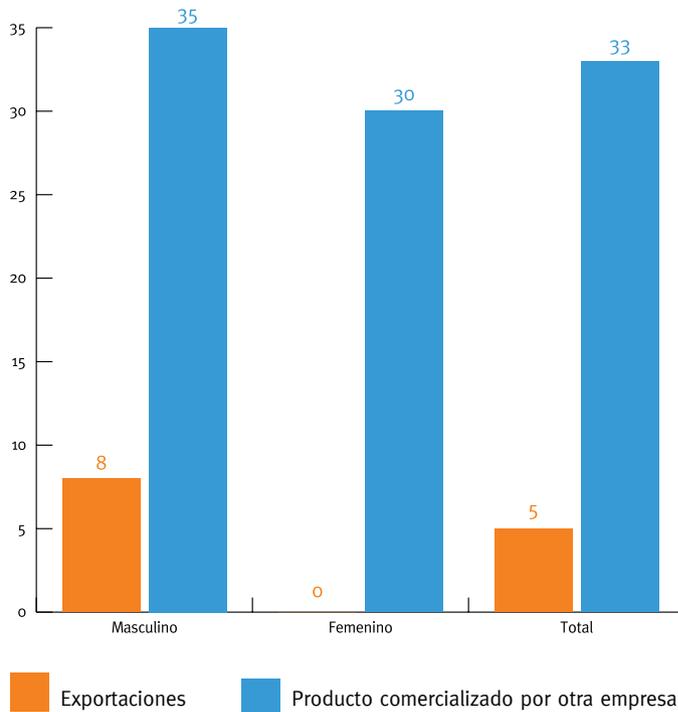
Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Su empresa exporta?

P.: ¿Los productos o servicios que vende su empresas son insumos, partes, materias primas o integran un producto que exporta o comercializa otra empresa?

Las diferencias por sexo son notorias: el 8 % de las empresas lideradas por jóvenes hombres realizan exportaciones, mientras que en las empresas lideradas por mujeres no se verifican exportaciones directas. El 35 % de los hombres y el 30 % de las mujeres afirman que sus empresas integran cadenas productivas que culminan en la exportación.

Gráfico 167.
Exportaciones directas y participación en cadenas productivas para la exportación, según sexo (%).



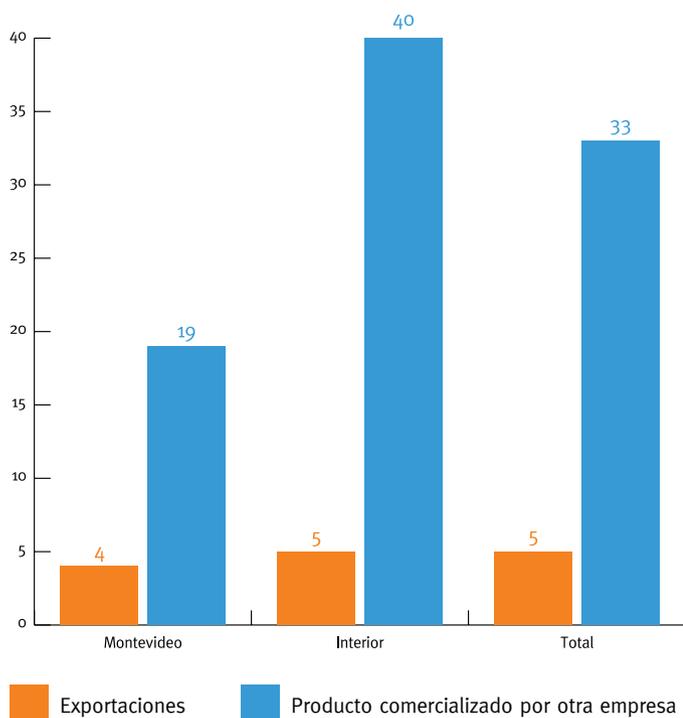
Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Su empresa exporta?

P.: ¿Los productos o servicios que vende su empresas son insumos, partes, materias primas o integran un producto que exporta o comercializa otra empresa?

La proporción de empresas que exportan son relativamente similares en Montevideo y en el interior del país: 4 % y 5 %, respectivamente. No obstante, la participación de empresas que integran cadenas productivas que culminan en la exportación en Montevideo es la mitad que en el resto del país (19 % y el 40 %, respectivamente). Esto está condicionado por la fuerte presencia del sector agropecuario en el interior.

Gráfico 168.
Exportaciones directas y participación en cadenas productivas para la exportación, según región (%).



Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Su empresa exporta?

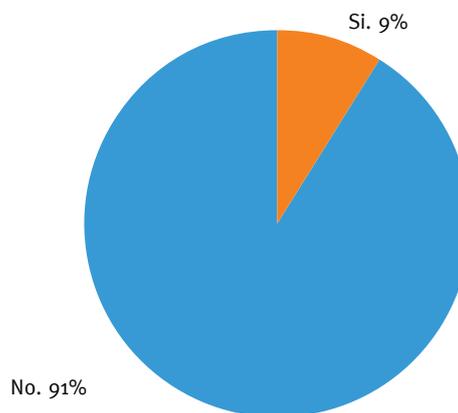
P.: ¿Los productos o servicios que vende su empresa son insumos, partes, materias primas o integran un producto que exporta o comercializa otra empresa?

(b) Redes y asociatividad

Se consultó a los jóvenes sobre sus redes de apoyo y acerca de experiencias asociativas junto a otras empresas.

El 91 % de los empresarios aseguraron no estar, ni él ni su empresa, afiliados a una asociación o a un gremio empresarial. Entre los empresarios que sí están afiliados, los que dirigen pequeñas empresas son los que presentan un mayor nivel de afiliación (23 % de las pequeñas empresas y el 5 % de las microempresas). Con respecto a la antigüedad, el porcentaje de afiliación en las empresas más antiguas (13 %) duplica al de las más nuevas (6 %).

Gráfico 169.
Miembros de una asociación o gremio empresarial (%).

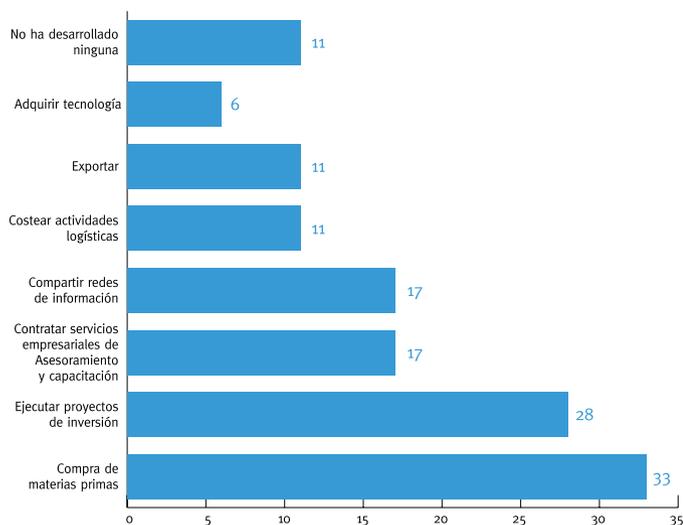


Base: Entrevistados empresarios (200).

P.: ¿Es usted o su empresa miembro de una asociación o gremio empresarial?

Entre los empresarios que integran alguna asociación empresarial, se les pregunto el tipo de experiencias asociativas que tuvieron. De estos gran parte participa para comprar materias primas (33 %) o para ejecutar proyectos de inversión (28 %). En menor medida lo hacen para contratar servicios empresariales de asesoramiento y para compartir redes de información (17 %). En tanto, el 11 % de los empresarios participan para exportar, otro 11 % para costear actividades logísticas y el 6 % para adquirir tecnologías.

Gráfico 170.
Experiencias asociativas específicas (%).



Base: Entrevistados empresarios miembros de una asociación o gremio empresarial.

P.: ¿Ha desarrollado su empresa alguna experiencia asociativa con otras empresas del mismo rubro de actividad u otro tipo de asociación para la ...?

Comercio exterior, cadenas productivas y redes: resumen de resultados

- Solo el 5 % de los jóvenes empresarios afirman que sus empresas exportan. Esta proporción alcanza el 10 % entre los empresarios de mayor nivel educativo (educación universitaria o superior) y entre los jóvenes de 25 a 29 años; y el 8 % entre los hombres.
- El sector agropecuario es el que tiene mayor proporción de empresas exportadoras, el 19 % comercializa sus productos directamente en el exterior. Las empresas más nuevas exportan en mayor proporción que las de más de 3 años de antigüedad.
- Las empresas de uno de cada 3 jóvenes empresarios integran cadenas productivas: sus productos o servicios son insumos, partes, materias primas o integran un producto que exporta o comercializa otra empresa.
- Los productos agropecuarios son los que más integran cadenas productivas. Las pequeñas empresas presentan mayor integración al igual que las del interior.
- Solo el 9 % de los jóvenes empresarios o sus empresas están afiliados a una asociación o a un gremio empresarial.

conclusiones y reflexiones finales

Preferencias de los jóvenes por el trabajo independiente

Si pudiera elegir, el 65 % de los jóvenes que tienen entre 18 y 39 años preferirían ser trabajadores independientes. En cambio, el 30 % optarían por ser empleados. Estas preferencias son estables según la zona geográfica, el sexo, la edad, y el mayor nivel educativo alcanzado por los jóvenes.

El 14 % de los jóvenes son trabajadores independientes, el 62 % son empleados y el 24 % no tienen actividad laboral. Se contrastó la ocupación actual de los jóvenes con su preferencia respecto al tipo de trabajo. Solo el 30 % de los jóvenes actualmente se desempeñan en actividades de su preferencia. Una amplia mayoría de empleados preferirían ser independientes.

La autorrealización es la principal motivación para ser trabajador independiente y la seguridad del trabajo es el gran motor para preferir ser empleado. Se presenta un matiz por género. Los hombres priorizan elementos que tienen que ver con la expectativa de obtener mayores ingresos al preferir el trabajo independiente. Las mujeres valoran más temas relacionados con el uso del tiempo, como la libertad para elegir el lugar y el momento para trabajar. Esto sugiere una priorización de las mujeres por compatibilizar diferentes roles.

La mitad de los jóvenes que no son independientes encuentran alguna posibilidad de emprender un negocio propio en los próximos 5 años, el 30 % lo consideran poco probable y el 14 % nada probable. A su vez, 3 de cada 4 entrevistados preferirían crear un negocio nuevo si contaran con todos los recursos, y un 14 % elegirían comprar un negocio existente.

Rol de la educación y de los empresarios

A mayor nivel educativo de los jóvenes, estos perciben haber recibido en su educación formal mayores capacitaciones o actividades vinculadas con el emprendimiento. El porcentaje es mayor entre quienes manifestaron haber realizado la mayor parte de su educación en instituciones privadas. No hay diferencias por edad. Esto descarta que, según los diferentes planes escolares, algunos jóvenes hayan recibido mayores ofertas de cursos o de actividades sobre emprendimiento.

El porcentaje de jóvenes que participaron de actividades vinculadas al emprendimiento en su educación formal es mayor entre los que iniciaron un negocio o están dando los primeros pasos para hacerlo, que entre los que nunca comenzaron un negocio.

En general los jóvenes están de acuerdo con que la educación formal los ha incentivado y ayudado a desarrollar capacidades de

iniciativa y actitudes emprendedoras. Es menor la proporción de los que creen que les ha dado las habilidades para desarrollar su propio negocio.

Respecto a la percepción de los jóvenes sobre los empresarios, la gran mayoría cree que son creadores de empleo (84 %). El 62 % están de acuerdo con que solo piensan en sus bolsillos o que toman ventaja del trabajo de otros. El 56 % concuerdan en que los empresarios crean nuevos productos y servicios que benefician a toda la sociedad.

Experiencias de los jóvenes en la actividad empresarial

El 62 % de los jóvenes nunca han tenido una experiencia de negocio. El 34 % tienen o han tenido alguna experiencia porque comenzaron o compraron un negocio (11 %), porque se hicieron cargo de un negocio familiar (12 %) o porque están dando los primeros pasos para iniciar uno (11 %).

El 68 % de las mujeres no han vivido ninguna experiencia como empresarias, mientras que en los hombres esta cifra es menor (55 %). Los jóvenes que viven en el interior del país han desarrollado experiencias emprendedoras en mayor proporción que los residentes en Montevideo. En la capital es mayor la proporción de jóvenes que están pensando en iniciar un negocio.

La ocupación de los padres tiene una relación directa con las experiencias emprendedoras de los jóvenes. Aquellos cuyo padre o madre han desarrollado actividades independientes tienen mayor experiencia en negocios (43 %) que los jóvenes cuyos padres son empleados (33 %).

Entre quienes no han tenido experiencias como empresarios, a la mitad nunca se les pasó por la cabeza comenzar un negocio, casi la tercera parte pensó en hacerlo o inició el proceso pero renunció a la idea, y uno de cada 10 tiene la oportunidad de hacerse cargo de un negocio familiar.

Solo el 36 % de los que tuvieron una experiencia de negocio conservan la empresa actualmente. Entre quienes la conservan, el 62 % cuentan con una antigüedad de más de 3 años y el 38 % son nuevos empresarios (tienen el negocio hace menos de 3 años).

8 de cada 10 jóvenes empresarios tienen actualmente una sola empresa, uno de cada 10 cuentan con 2 y el resto poseen más de 2 empresas.

Inicio de actividades

Para los jóvenes empresarios, el principal aspecto para iniciar su negocio es tener “una buena idea”. Contar con recursos financieros es mencionado por 3 de cada 4 jóvenes como elemento relevante para hacerse cargo de un negocio. La insatisfacción con una situación laboral previa o contar con un buen socio fueron importantes solo para la mitad de los entrevistados.

Solamente el 20 % de los consultados iniciaron su negocio por necesidad. Esta situación abarca a más de uno de cada 4 empresarios con menor nivel educativo. Entre los empresarios de mayor nivel educativo aumenta la proporción de los que se hicieron cargo de negocios familiares. Esta situación abarca al 38 % de los empresarios que son universitarios. Entre los menores de 25 años y entre las mujeres es importante la proporción de personas que se hicieron cargo de un negocio familiar (39 % y 36 %, respectivamente).

Aproximadamente la mitad de las mipymes de los empresarios jóvenes han sido formales desde el inicio y casi una de cada 5 nunca se formalizó. A mayor tamaño de la empresa, mayor es el nivel de formalización y menor es el tiempo transcurrido hasta formalizar su actividad. Entre las empresas de mayor antigüedad la proporción de las que no están formalizadas es más baja, pero en promedio tardan más en formalizarse que las más recientes.

Los jóvenes con mayores niveles educativos tienden a ser formales desde el inicio o a formalizar sus actividades en el corto plazo. No hay diferencias en el nivel de formalización ni en cuanto a los tiempos según el sexo del empresario o su ubicación geográfica.

Las principales dificultades mencionadas por los jóvenes en el inicio de su actividad empresarial son la irregularidad y la inseguridad en los ingresos, la falta de recursos financieros y los trámites engorrosos. Los trámites son especialmente mencionados por los más nuevos. Es posible que el tiempo haga recordar menos, en los que hace más tiempo que están en el negocio, las dificultades de los trámites.

Los jóvenes empresarios y el sistema financiero

Un 15 % de las empresas dirigidas por jóvenes tiene un crédito actualmente; esta cifra es algo menor a la del conjunto de las

mipymes (20 %).¹⁴ A mayor tamaño o antigüedad de la empresa, la proporción de tenencia de crédito aumenta. Por ramas de actividad, hay un mayor porcentaje de empresas con crédito en el sector agropecuario. A su vez, este guarismo es mayor en el interior del país que en la capital.

Más de un tercio de los jóvenes empresarios que no tienen actualmente un crédito estarían interesados en tenerlo, mientras que el 40 % de los que ya tienen un crédito desearían tener uno mayor al actual. Casi la mitad de los entrevistados ni tienen ni les interesa tener un crédito. Es posible que, a pesar de su edad, a muchos jóvenes aún les afecte la experiencia de la última crisis económica que atravesó el país, en su idea de riesgo asociado a los ciclos de la economía y a la rigidez de enfrentar estas situaciones con endeudamiento.

Más de 4 de cada 5 empresarios iniciaron sus actividades con capital propio o de sus familiares o amigos. Más de uno de cada 10 comenzaron su negocio a través de un crédito obtenido en una institución financiera u otorgado por sus proveedores. A medida que aumenta el tamaño de las empresas, también lo hace el uso del financiamiento bancario como origen del capital inicial y disminuye el financiamiento con capital propio. Los empresarios cuyas empresas operan hace más de 3 años accedieron en mayor proporción a un crédito bancario.

La evaluación que realizan los jóvenes respecto a la oferta actual de productos financieros es levemente positiva. Más de un tercio

consideran que la oferta no es ni buena ni mala, lo que puede deberse a un desconocimiento de esta o a la falta de interés.

Las dificultades encontradas por los entrevistados respecto al acceso al crédito se vinculan a elementos clásicos del producto: las altas tasas de interés o la necesidad de presentar garantías reales.

Los jóvenes empresarios y las nuevas tecnologías

El 60 % de los jóvenes tienen PC en la empresa y el 64 % tiene conexión a Internet. Estas cifras son similares a las encontradas para el total de las mipymes (65 % y 62 %, respectivamente).¹⁵ Casi uno de cada 3 empresarios jóvenes vendieron por Internet e igual proporción compraron utilizando este instrumento. Estas transacciones se realizaron principalmente a través de la web y en menor medida por e-mail. Cabe destacar que vender y comprar por Internet no siempre incluye el pago por esta vía.

El 19 % de las empresas dirigidas por jóvenes tiene página web y el 32 % tiene una cuenta oficial en las redes sociales. Solo el 12 % de las empresas lideradas por jóvenes tiene software de gestión o software contable.

Al igual que en el conjunto de las mipymes, el uso de la tecnología está asociado a la educación del empresario y al tamaño de la empresa. A mayor nivel educativo de los jóvenes y a

14. Encuesta Nacional de Mipymes, edición 2013.

15. Encuesta Nacional de Mipymes, edición 2013.

mayor tamaño de la empresa, mayor es la presencia de PC, Internet, software de gestión, página web y cuenta oficial en las redes sociales.

Actividades de innovación, capacitación y asistencia técnica

La mitad de los jóvenes realizaron cambios para mejorar el desempeño de sus empresas en los últimos 2 años. No hay homogeneidad en las innovaciones realizadas para mejorar la gestión. En cuanto a la introducción de cambios a futuro, los consultados perciben que es interesante la posibilidad de mejorar aspectos como la planificación estratégica, el marketing y la estrategia comercial. Esto coincide con las temáticas identificadas por el conjunto de los empresarios mipymes entrevistados en el 2013.

El 39 % de los jóvenes empresarios afirma que ellos o sus empleados han recibido capacitación en los últimos 2 años. A mayor tamaño de la empresa y mayor nivel educativo del empresario, mayor es la proporción de recursos humanos que participaron de capacitaciones.

Solo el 15 % de los jóvenes contrataron asistencia técnica en sus empresas. La mayoría la contrató para mejorar aspectos financieros, contables e impositivos, administrativos, y los vinculados a las ventas y los recursos humanos.

A mayor tamaño de la empresa, mayor es la proporción de empresarios que contratan asistencia técnica.

Comercio exterior, cadenas productivas y redes

Solo el 5 % de los jóvenes empresarios afirma que sus empresas exportan. El sector agropecuario es el que tiene mayor proporción de empresas exportadoras, el 19 % comercializa sus productos directamente en el exterior. Las empresas más nuevas exportan en mayor proporción que las de más de 3 años de antigüedad.

Un tercio de las empresas lideradas por jóvenes integran cadenas productivas a través de materias primas, insumos, partes o productos que son comercializados en el exterior por otras empresas. Solo el 9 % de los jóvenes empresarios o sus empresas están afiliados a una asociación o a un gremio empresarial.

bibliografía consultada



Encuesta Nacional de Mipymes, edición 2013.
Encuesta Nacional de Mipymes, edición 2012.
Entrepreneurship in the EU and beyond. European
Commission (2012).

6 anexos

Anexo I Especificaciones técnicas de la encuesta

A. Relevamiento

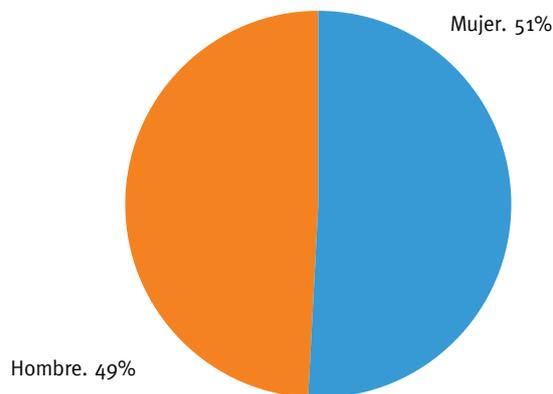
El relevamiento se realizó en forma telefónica por un equipo de teleoperadores especializados en la realización de este tipo de encuestas, desde el Call Center Telemédicos. Las encuestas se realizaron a teléfonos celulares entre el 23 de diciembre de 2013 y el 24 de enero de 2014.

B. Perfil de la muestra

En este apartado se realiza una descripción del perfil de la muestra y se presenta la caracterización de los jóvenes en términos de sexo, edad y zona geográfica. También se presenta la cantidad de casos realizados en la encuesta y el margen de error por segmento, lo que se debe considerar en la lectura de datos del informe. El 51 % de la muestra son hombres y el 49 % son mujeres. El 30 % de los jóvenes tienen entre 18 y 24 años, el 26 % entre 25 y 29 años, el 23 % entre 30 y 34 años y el 21 % entre 35 y 39 años. Estos datos, al contrastarse con datos de la Encuesta Continua de

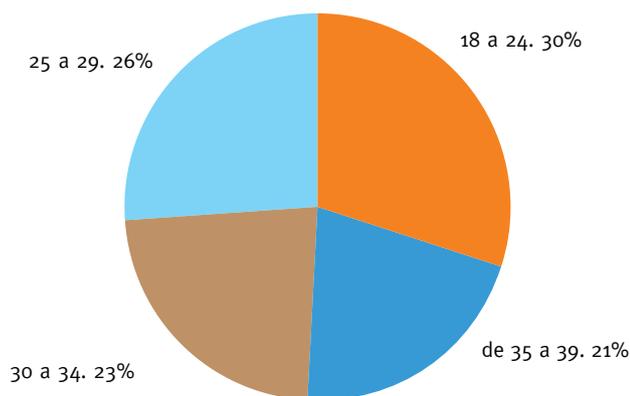
Hogares (ECH) del Instituto Nacional de Estadística (INE), coinciden con el perfil de jóvenes del país, lo que indica que la muestra obtenida es de gran calidad.

Gráfico 171.
Distribución de la muestra según sexo (%).



.....
Base: Total de entrevistados.

Gráfico 172.
Distribución de la muestra según edad (%).



Base: Total de entrevistados.

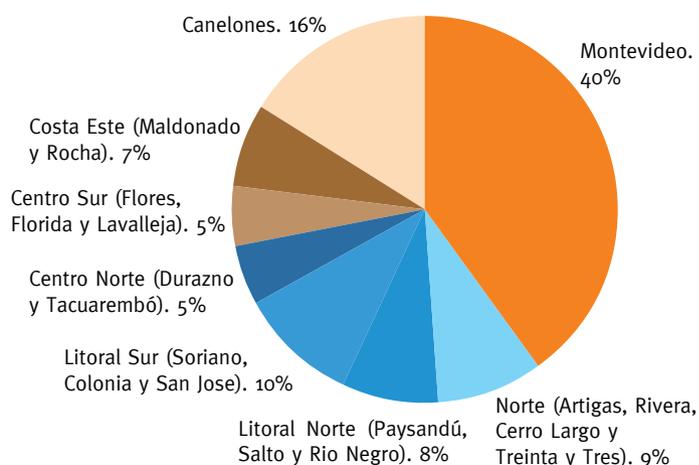
P.: ¿Podría decirme su edad?

A efectos del análisis de los resultados, los departamentos se agruparon en las siguientes regiones geográficas: Montevideo, Canelones, costa este (Maldonado y Rocha), centro sur (Flores, Florida y Lavalleja), centro norte (Durazno y Tacuarembó), litoral sur (Soriano, Colonia y San José), litoral norte (Paysandú, Salto y Río Negro) y norte (Artigas, Rivera, Cerro Largo y Treinta y Tres).

La presencia de jóvenes es mayor en Montevideo (40 %). Le siguen Canelones (16 %), litoral sur (10 %), norte (9 %), litoral norte (8 %), costa este (7 %), centro sur (5 %) y centro norte (5 %).

En términos absolutos, la mayor cantidad de emprendedores se encuentra en Montevideo (47.335) y en Canelones (19.630). En términos relativos, el mayor porcentaje de emprendedores por región se encuentra en la costa este (19 %) y en el norte (14 %). La zona centro sur es la que presenta una menor proporción de jóvenes emprendedores (9 %).

Gráfico 173.
Distribución de la muestra según región geográfica (%).



Base: Total de entrevistados.

P.: ¿En qué departamento vive?

Cuadro 61.
Cantidad de empresarios y no empresarios por región geográfica.

Región	Empresarios		No empresarios		Total	
Montevideo	47.335	10 %	358.803	90 %	406.138	100 %
Norte (Artigas, Rivera, Cerro Largo y Treinta y Tres)	11.347	14 %	86.007	86 %	97.354	100 %
Litoral norte (Paysandú, Salto y Río Negro)	9.885	11 %	74.926	89 %	84.811	100 %
Litoral sur (Soriano, Colonia y San José)	11.695	12 %	88.645	88 %	100.340	100 %
Centro norte (Durazno y Tacuarembó)	5.638	11 %	42.740	89 %	48.378	100 %
Centro sur (Flores, Florida y Lavalleja)	5.917	9 %	44.850	91 %	50.767	100 %
Costa este (Maldonado y Rocha)	8.005	19 %	60.680	81 %	68.685	100 %
Canelones	19.630	12 %	148.798	88 %	168.428	100 %
TOTAL	119.452	12 %	905.449	88 %	1.024.901	100 %

.....
Base: Total de entrevistados.

P: ¿En qué departamento vive?

Para calcular los márgenes de error por segmento se tuvieron en cuenta la cantidad de casos (jóvenes empresarios y total de jóvenes).

Cuadro 62.

Casos realizados en la encuesta y margen de error por segmento.

Empresarios	Total		No empresarios	
	N	Error	N	Error
Región				
Montevideo	69	9,4 %	680	3,0 %
Norte (Artigas, Rivera, Cerro Largo y Treinta y Tres)	23	16,3 %	163	6,1 %
Litoral norte (Paysandú, Salto y Río Negro)	16	19,6 %	142	6,6 %
Litoral sur (Soriano, Colonia y San José)	20	17,5 %	168	6,0 %
Centro norte (Durazno y Tacuarembó)	9	26,1 %	81	8,7 %
Centro sur (Flores, Florida y Lavalleja)	8	27,7 %	85	8,5 %
Costa este (Maldonado y Rocha)	22	16,7 %	115	7,3 %
Canelones	33	13,6 %	282	4,7 %
TOTAL	200	5,5 %	1716	1,9 %

Anexo II Perfil socioeconómico de los jóvenes encuestados

A. Caracterización de los jóvenes

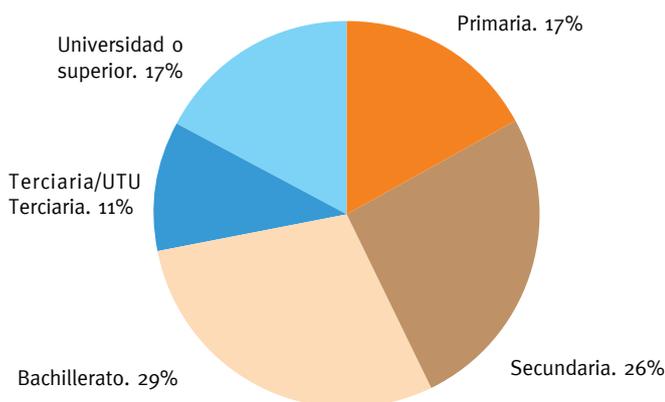
A continuación se realiza una caracterización de los jóvenes entrevistados. En primera instancia se presentan los datos referentes a la educación (nivel educativo alcanzado y predominio de educación pública o privada). Luego se presenta el perfil de los entrevistados según su actividad laboral.

1. Perfil de los jóvenes: educación

El 17 % de los jóvenes alcanzaron nivel universitario o superior, el 11 % completaron otro tipo de educación terciaria (en UTU u otras instituciones), el 29 % alcanzaron bachillerato, el 26 % la educación secundaria, y 17 % la educación primaria.

El 89 % de los jóvenes estudiaron mayoritariamente en la educación pública y solo un 11 % mayoritariamente en la educación privada.

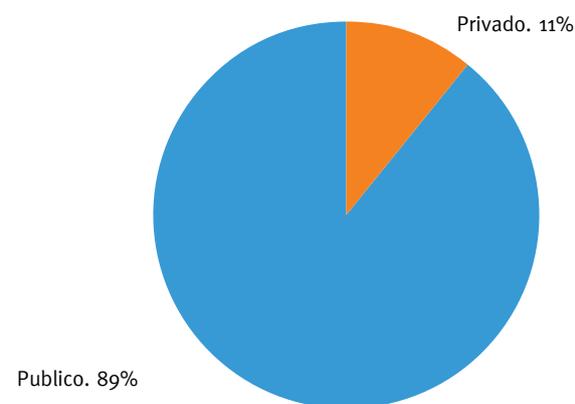
Gráfico 174. *Nivel educativo (%).*



Base: Total de entrevistados.

P: ¿Cuál fue el máximo de nivel educativo que usted alcanzó?

Gráfico 175. *Tipo de institución (%).*



Base: Total de entrevistados.

P: ¿Diría que la mayor parte de su educación fue...?

La mayor proporción de jóvenes que cursaron mayoritariamente educación privada se encuentran en Montevideo (17 %) y Canelones (12 %). En el resto de las zonas el guarismo varía entre el 4 % y el 8 %.

Cuadro 63.
Nivel educativo de los jóvenes por región geográfica (%).

Región	Primaria	Secundaria	Terciaria	Universitaria	Total
Montevideo	13	51	10	26	100
Norte (Artigas, Rivera, Cerro Largo y Treinta y Tres)	20	59	11	10	100
Litoral norte (Paysandú, Salto y Río Negro)	19	53	17	11	100
Litoral sur (Soriano, Colonia y San José)	18	59	14	8	100
Centro norte (Durazno y Tacuarembó)	19	68	9	5	100
Centro sur (Flores, Florida y Lavalleja)	26	49	13	12	100
Costa este (Maldonado y Rocha)	23	57	13	8	100
Canelones	17	52	13	18	100
Total	17	54	12	17	100

Base: Total de entrevistados.

P: ¿Cuál fue el máximo de nivel educativo que usted alcanzó?

El nivel educativo predominante en todas las zonas del país es el secundario (varía entre 49 % y 68 % en cada región).

Montevideo y Canelones son las zonas con una mayor proporción de jóvenes que alcanzaron nivel universitario o superior: 26 % y 18 %, respectivamente. En el resto de las zonas varía entre un 5 % y un 12 %.

Si se consideran conjuntamente los niveles educativos terciario y universitario, las regiones con mayores niveles educativos entre sus jóvenes son: Montevideo (36 %), litoral sur (32 %), Canelones

(31 %) y litoral norte (28 %). Le siguen centro sur (25 %), costa este (21 %), norte (21 %) y centro Norte (14 %).

Las regiones que muestran una mayor proporción de jóvenes que solo alcanzaron la educación primaria son la centro sur (26 %), costa este (23 %) y norte (20 %).

Cuadro 64.
Perfil de los jóvenes por tipo de institución educativa y región (%).

Región	Pública	Privada	Total
Montevideo	83	17	100
Norte (Artigas, Rivera, Cerro Largo y Treinta y Tres)	96	4	100
Litoral norte (Paysandú, Salto y Río Negro)	94	6	100
Litoral sur (Soriano, Colonia y San José)	96	4	100
Centro norte (Durazno y Tacuarembó)	95	5	100
Centro sur (Flores, Florida y Lavalleja)	95	5	100
Costa este (Maldonado y Rocha)	92	8	100
Canelones	88	12	100
Total	89	11	100

Base: Total de entrevistados.

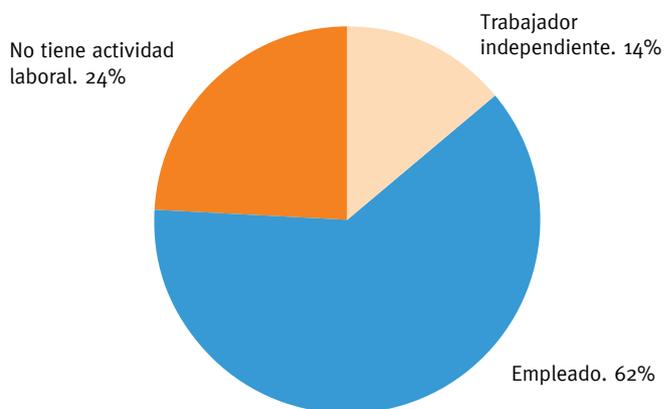
P.: ¿Diría que la mayor parte de su educación fue...?

2. Perfil de los jóvenes: trabajo

Los jóvenes están distribuidos en el territorio nacional de igual manera que el conjunto de la población. El 56 % de los jóvenes residen en Montevideo y Canelones, la misma proporción corresponde a los jóvenes empresarios.

Del total de jóvenes, el 62 % son empleados, el 24 % no tienen actividad laboral y el 14 % son trabajadores independientes. Proporcionalmente, el interior presenta un cifra levemente superior de jóvenes que trabajan en forma independiente respecto a Montevideo (14 % y 12 %, respectivamente). En el interior el 27 % de los jóvenes son inactivos, guarismo que baja al 20 % en la capital. La proporción de empleados es del 67 % en Montevideo y del 59 % en el interior.

Gráfico 176.
Ocupación actual (%).



Base: Total de entrevistados.

P.: ¿En relación a su ocupación actual, usted diría que es un trabajador independiente, empleado, o no tiene una actividad laboral?

Las zonas con mayor proporción de jóvenes con actividad independiente son la costa este (22 %), el norte (15 %) y Canelones (14 %). En el resto de las zonas, entre el 12 % y 13 % de los jóvenes son trabajadores independientes. En Montevideo se encuentra la mayor proporción de empleados (67 %). La capital del país presenta una de las más bajas proporciones de inactividad laboral (20 %); en la costa esta cifra alcanza el 17 %. La proporción de no activos en el centro norte es del 41 %.

Al observar los resultados por sexo, la diferencia más importante está en el interior del país. Allí el 41 % de las mujeres son económicamente inactivas y el 17 % de los hombres trabajan de forma independiente.

Cuadro 65.

Ocupación actual de los jóvenes según región geográfica (%).

Región	Trabajador Independiente	Empleado	No tiene actividad laboral	Total
Montevideo	12	67	20	100
Norte (Artigas, Rivera, Cerro Largo y Treinta y Tres)	15	53	32	100
Litoral norte (Paysandú, Salto y Río Negro)	12	59	29	100
Litoral sur (Soriano, Colonia y San José)	13	59	29	100
Centro norte (Durazno y Tacuarembó)	12	47	41	100
Centro sur (Flores, Florida y Lavalleja)	13	64	24	100
Costa este (Maldonado y Rocha)	22	62	17	100
Canelones	14	63	23	100
Total	14	62	24	100

Base: Total de entrevistados.

P: ¿En relación a su ocupación actual, usted diría que es un trabajador independiente, empleado, o no tiene una actividad laboral?

Cuadro 66.
Ocupación actual de los jóvenes según sexo (%).

Sexo	Ocupación	Montevideo	Interior	Total
Hombres	Trabajador Independiente	15	17	16
	Empleado	71	70	70
	No tiene actividad laboral	14	13	13
	Total	100	100	100
Mujeres	Trabajador Independiente	10	12	11
	Empleado	64	47	54
	No tiene actividad laboral	26	41	35
	Total	100	100	100
TOTAL	Trabajador Independiente	12	14	14
	Empleado	67	59	62
	No tiene actividad laboral	20	27	24
	Total	100	100	100

Base: Total de entrevistados.

P: ¿En relación a su ocupación actual, usted diría que es un trabajador independiente, empleado, o no tiene una actividad laboral?

El siguiente cuadro muestra la autopercepción de los trabajadores independientes según diferentes categorías.

Cuadro 67.
Segmentación del trabajo independiente (%).

Autodefinición	Total
Gerente de su empresa/ Director	7
Productor agrícola / Ganadero/ Pescador	5
Comerciante (dueño de un comercio) / Artesano	26
Empresario sin especificar	17
Profesional (abogado, médico, contador, arquitecto, etc.)	13
Supervisor / Capataz (jefe de equipo, etc.)	4
Obrero calificado	10
Obrero no calificado	9
Otras	8
No contesta	1
Total	100
100	100

Base: Trabajadores independientes.

P.: ¿Usted diría que como trabajador independiente es...?

Anexo III

Formulario de relevamiento

Cuestionario

PRESENTACIÓN: Buenos días/tardes, mi nombre es y trabajo en Equipos Mori. En este momento estamos realizando una encuesta Nacional de Jóvenes para la Dinapyme. Para eso estamos entrevistando a personas entre 18 y 39 años,

[EDAD] ¿Podría decirme su edad? _____

[SEXO] Género: 1. Masculino
2. Femenino

Podremos entrevistarlos unos minutos,
Muchas gracias.
Para comenzar,

C 1. ¿Cuál fue el máximo de nivel educativo que Ud. alcanzó?

1. No estudio
2. Primaria incompleta (1ro, 2do, 3ro, 4to, 5to)
3. Primaria completa (6to)
4. Secundaria incompleta (1ro o 2do)
5. Secundaria completa (3ro)
6. Bachillerato incompleto (4to y 5to)
7. Bachillerato completo (6to)
8. UTU Secundaria incompleta
9. UTU Secundaria completa (equivalente a 6to)
10. UTU Terciaria incompleta (posterior a secundaria)
11. UTU Terciaria completa (terminó un ciclo posterior a la secundaria)
12. Terciaria (IPA, Servicio militar, tecnicaturas universitarias, etc) incompleta
13. Terciaria (IPA, Servicio militar, tecnicaturas universitarias, etc) completa
14. Universidad incompleta
15. Universidad completa
16. Post grado

C 2. Diría que la mayor parte de su educación fue...?

1. En una institución pública
2. En una institución privada

C 3. ¿En relación a su ocupación actual, Ud. diría que es un trabajador independiente, empleado, o no tiene una actividad laboral? RM (LEER)

1. Trabajador Independiente

2. Empleado
3. No tiene actividad laboral
4. No contesta (NO LEER)

(PARA 1 EN C3)

C 4. ¿Ud. diría que como trabajador independiente es ...?

1. Gerente de su empresa/ Director
2. Empresario
3. Productor agrícola / ganadero/ Pescador
4. Comerciante (dueño de un comercio) / Artesano
5. Profesional (Abogado, Medico, Contador, Arquitecto, etc)
6. Supervisor / capataz (jefe de equipo, etc)
7. Obrero calificado
8. Obrero no calificado
9. Otras especificar _____
10. No contesta (NO LEER)

(PARA TODOS)

C 5. ¿Si pudiera elegir entre diferentes tipos de trabajo, prefería ser ...?

1. Empleado
2. Trabajador Independiente
3. Ninguna (NO LEER)
4. No sabe (NO LEER)
5. No contesta (NO LEER)

(PARA 1 EN C5)

C 6. ¿Por qué prefiere ser un empleado en lugar de un trabajador independiente...?(LEER)

1. Ingresos regulares (versus ingresos irregulares)
2. Seguridad del trabajo
3. Horario de trabajo fijo
4. Cobertura de seguridad social
5. No tiene una idea para un negocio
6. No tiene capital suficiente / No tiene recursos para ser independiente
7. No tiene habilidades para ser un trabajador independiente
8. Es un paso importante / es difícil volver atrás
9. Temor a la burocracia / dificultades administrativas / tramites
10. Temor a dificultades legales como consecuencia de un fracaso
11. Otras _____
12. No sabe (NO LEER)
13. No contesta (NO LEER)

(PARA 2 EN C5)

C 7. ¿Por qué prefiere ser un trabajador independiente en lugar de ser un empleado ...? (LEER)

1. Independencia personal / autorrealización
2. Explotar una oportunidad de negocio
3. Mejores expectativas de ingresos

4. Libertad para elegir el lugar y el momento de trabajar
5. Alternativas de trabajo poco atractivas / Falta de opciones de trabajo
6. Su familia /amigos son trabajadores independientes
7. Clima económico favorable
8. Para evitar la incertidumbre del pago de salarios
9. Para contribuir con la sociedad
10. Otras _____
11. No sabe (NO LEER)
12. No contesta (NO LEER)

(Para C3 diferente de 1)

C 8. ¿Más allá de que le interese o no ser trabajador independiente, cuán probable es que en los próximos cinco años Ud. se convierta en un trabajador independiente?

1. Muy probable
2. Algo probable
3. Poco probable
4. Nada probable
5. No sabe (NO LEER)

(Para C8= 3 Y 4)

C 9. ¿Por qué cree que NO es probable que sea un trabajador independiente los próximos 5 años? (LEER)

1. No tiene una idea para un negocio
2. No tiene capital suficiente / No tiene recursos para ser independiente
3. No tiene habilidades para ser un trabajador independiente
4. Es un paso importante / es difícil volver atrás
5. Temor a la burocracia / dificultades administrativas / tramites
6. Temor a dificultades legales como consecuencia de un fracaso
7. Otras _____
8. No sabe (NO LEER)
9. No contesta (NO LEER)

(PARA TODOS)

C 10. ¿En su educación formal tuvo algún curso o actividad que tuviera que ver con emprendedurismo – llevar a cabo ideas o desarrollar su propio proyecto?

1. Si
2. No
3. No sabe (NO LEER)

C 11. Le voy a leer una serie de frases y le voy a pedir que me diga si está de acuerdo o no con cada una de ellas.

	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	NS/NC
La educación formal que recibí me ha ayudado a desarrollar mi capacidad de iniciativa y actitudes emprendedoras				
La educación formal que recibí me ha incentivado a convertirme en un emprendedor				
La educación formal que recibí me ha dado habilidades para desarrollar mi propio negocio				

C 12. Ahora le voy a leer otra serie de frases y le voy a pedir que me diga nuevamente si está de acuerdo o no con cada una de ellas.

	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	NS/NC
Los empresarios crean nuevos productos y servicios que nos benefician a todos				
Los empresarios piensan solo en sus bolsillos				
Los empresarios son creadores de empleo				
Los empresarios toman ventaja del trabajo de otros				

C 13. ¿Ha comenzado algún negocio alguna vez, compró uno, se hizo cargo de un negocio familiar o está dando los primeros pasos para realizarlo?

1. Sí, comenzó o compró un negocio
2. Sí se hizo cargo de un negocio
3. Sí, está dando los primeros pasos para iniciar un negocio
4. Está pensando en iniciar un negocio
5. No
6. No sabe (NO LEER)

(SI 5 EN C13)

C 14. ¿Cómo describiría su situación? (LEER)

1. Nunca se le paso por la cabeza
2. Pensó o inició el proceso pero renunció a la idea
3. Tiene la oportunidad de hacerse cargo de un negocio familiar
4. No sabe (NO LEER)

(SI 1 ó 2 EN C13)

C 15. A ¿El primer negocio que tuvo fue ... ?

1. Hace más de 3 años
2. Hace menos de 3 años
3. No sabe (NO LEER)

C15 B ¿Y actualmente tiene un negocio o ya no lo tiene porque lo vendió, cerro o traspasó

1. Actualmente tiene un negocio

(SI C13 = 1 ó 2; C14= 3)

P1. Ahora le voy a lista de aspectos que pueden haber influido para dar los primeros pasos para iniciar un negocio o hacerse cargo de él, y le voy a pedir que me diga si los considera aspectos importantes o no.

	Sí	No	NS/NC
Insatisfacción con la situación laboral previa			
Una buena idea de negocio			
Un buen socio			
Contar con recursos financieros			

2. No tiene más un negocia

(SI C15 = 1 ó 2)

P2. En definitiva, Ud. diría que inició su negocio o está iniciando su negocio ...

1. ... porque se presentó la oportunidad
2. ... por necesidad
3. ... porque estaba la necesidad / oportunidad de llevar adelante el negocio familiar

4. No sabe (NO LEER)

(PARA TODOS)

P3. Si tuviera todos los recursos para iniciar su propio negocio, incluyendo financiamiento, Ud. crearía un nuevo negocio o compraría uno existente?

1. Crearía uno nuevo
2. Compraría uno existente
3. Ninguna de las anteriores, no le interesa
4. No sabe (NO LEER)

(PARA C₃=1)

C 16. De la siguiente lista, cuál es su principal fuente de ingresos? (LEER)

1. Su negocio/ Trabajar en su empresa
2. Un empleo medio tiempo
3. Un empleo de tiempo completo
4. Renta sobre inversiones, ahorros, acciones
5. Seguro de paro (algún otro beneficio social)
6. Pensión
7. No sabe (NO LEER)

(PARA C₃=1 y C16 ES DISTINTO DE 1)

C 17. En promedio, que parte del tiempo le dedica a su negocio (en relación al total de tiempo que trabaja)?

1. Menos del 40 %
2. 40 % o más
3. No sabe (NO LEER)

Cuestionario largo, solo para empresarios, ya sea con o sin empleados

P4. ¿Qué actividad/es desarrolla la empresa? (Detalle exhaustivamente el rubro y tipo de actividad específica)

Principal: _____

Otras 1: _____

Otras 2: _____

P4b. De cuantas empresas participa Ud. actualmente?

P4c. De cuantas empresas participó Ud. en desde sus inicios como independiente?

Situacion global

Por favor, tenga en cuenta que todas las preguntas refieren a su empresa actual, y no empresas anteriores que haya formado, y que siempre deberá responder desde su perspectiva como empresario. (SI TIENE MAS DE UNA TOMAR LA QUE LE GENERA LOS MAYORES INGRESOS)

P5. Durante los últimos tres años ¿Ud. diría que los resultados de su empresa...? (LEER):

5. Mejoraron mucho
4. Mejoraron un poco
3. Se han mantenido igual
2. Cayeron un poco
1. Cayeron mucho
8. No sabe

P6. ¿Y cómo cree que serán los resultados de su empresa en los próximos tres años...? (LEER):

5. Mejorarán mucho
4. Mejorarán un poco
3. Se mantendrán igual
2. Caerán un poco
1. Caerán mucho
8. No sabe

P7. ¿Hace cuánto tiempo inició, compró o se hizo cargo de este negocio?

1. En los últimos 3 años
2. Hace más de 3 años y menos de 10

3. Hace más de 10 años
4. No sabe / No contesta

P8. ¿Sus actividades fueron formales desde el inicio o se formalizaron al tiempo de comenzarlas?

1. Formal desde el inicio
2. Formalizado al tiempo

P9. ¿Cuánto tiempo pasó entre el inicio de las actividades y la formalización? (En años)

1. Menos de un año
2. Entre uno y dos años
3. Entre dos y tres años
4. Entre tres y cinco años
5. Más de cinco años
6. No sabe / No recuerda

P10. En el momento de iniciar sus actividades cuáles fueron las principales dificultades que enfrentó? RM

1. Ingreso irregulares / Inseguridad del ingreso
2. Llegar a la idea de negocio
3. Tener que dedicar mucho tiempo y energía
4. Trámites engorrosos
5. Apertura de mercados / Generar cartera de clientes
6. Falta de recursos financieros
7. Formar un equipo de trabajo
8. Contar con el asesoramiento adecuado
9. Contar con la capacitación adecuada
10. Otros: _____
11. No sabe / No recuerda

P11. ¿La empresa funciona en un local independiente de la vivienda?

1. Sí
2. No

Acceso al financiamiento

P12. Hablemos ahora de productos financieros. Cómo evaluaría la oferta actual de productos financieros para empresas como la suya?

1. Pésima
2. Mala
3. Ni buena ni mala
4. Buena
5. Excelente
6. No sabe (ir a P17)

P13. Pensando ¿Cuáles diría Ud. que son las tres principales dificultades que tiene para el acceso al crédito para su empresa? No nos estamos refiriendo a los créditos personales a los que Ud. pueda acceder como a título personal. RM LEER

Costos (tasas de interés)	
Plazos inadecuados	
Carencia de períodos de gracia adecuados	
Carencia de garantías reales	
Estado de formalización (tenencia de balance, certificaciones, etc.)	
Montos bajos	
Otros (especificar):	

P14. ¿Tiene hoy la empresa algún tipo de crédito?

1. Sí
2. No

(Si dijo “No” en P14)

P15. ¿Le interesaría recibir un crédito para su empresa?

1. Sí
2. No

(Si “Si” en P14)

P16. ¿Necesitaría recibir un crédito mayor al que tiene?

1. Sí.
2. No

P17. ¿Dónde obtuvo el capital inicial para comenzar con este negocio?(LEER)

1. Financiamiento de un banco
2. Financiamiento de instituciones financieras de microcrédito o crédito mipymes
3. Financiamiento estatal. Especificar programa e institución: _____
4. Capital propio
5. Capital prestado por familia o amigos
6. Otros: _____

(SI TIENE o TUVO MAS DE UNO)

P18. ¿Dónde obtuvo el capital inicial para comenzar con su primer negocio?(LEER)

7. Financiamiento de un banco
8. Financiamiento de instituciones financieras de microcrédito o crédito mipymes
9. Financiamiento estatal. Especificar programa e institución: _____
10. Capital propio
11. Capital prestado por familia o amigos
12. Otros: _____

Tic y tecnología

P19. ¿Dispone de computadora en su empresa?

1. Sí
2. No

P20. ¿Tienen en su empresa acceso a Internet?

1. Sí
2. No (PASA A P25)

P21. ¿Realizó su empresaventas por Internet durante los últimos tres meses? OPERADOR: LEER OPCIONES E INDAGAR MATIZ.

1. Sí, a través de la web
2. Sí, mediante correo electrónico
3. No

P22. ¿Y su empresa compró por Internet durante los últimos tres meses? OPERADOR: LEER OPCIONES E INDAGAR MATIZ.

1. Sí, a través de la web
2. Sí, mediante correo electrónico
3. No

P23. ¿Tiene su empresa página web propia?

1. Sí
2. No

P24. ¿Tiene su empresa cuenta oficial en Redes Sociales (Facebook, Twitter)?

1. Sí
2. No

P25. ¿Cuenta su empresa con algún Software de Gestión o Software Contable?

1. Sí
2. No

Actividades de innovación

P26. ¿En los últimos dos años, realizó algún cambio con el objetivo de mejorar el desempeño de la empresa, ya sea en el proceso productivo, comercialización, organización de la empresa, mercado atendido, productos ofrecidos, etc.?

1. Sí
2. No

(Si P26=1)

P27. ¿Cuál cree que fue el más importante, el que le significó mayor inversión en tiempo o dinero? (RESPUESTA UNICA)

1. Cambios en el proceso productivo para mejorar eficiencia o reducir costos.
2. Cambios en la forma de comercialización
3. Cambios en la forma de organizar la empresa
4. Cambios en los productos o servicios ofrecidos (modificaciones, nuevos productos, etc.)
5. Cambios en el mercado atendido

P28. ¿Qué aspectos de su empresa desearía mejorar?

	Sí	No
Planificación estratégica		
Marketing y estrategia comercial		
Gestión financiera y sistemas de información		
Gestión de recursos humanos		
Logística y gestión de stock		
Otros (especificar):		

Demanda de capacitación

P29. ¿Empresarios o trabajadores de la empresa han participado de actividades de capacitación en los últimos dos años?

1. Sí
2. No

P30. ¿En los próximos doce meses, Usted tomará alguna capacitación en...?

	Códigos: 1=Si, 2=No
1.Planificación estratégica	
2.Marketing y estrategia comercial	
3.Gestión financiera y sistemas de información	
4.Gestión de recursos humanos	
5.Logística y gestión de stock	
Otros (especificar):	

Demanda de asistencia técnica

P31. ¿Ha contratado asistencia, asesoramiento o consultorías para realizar algún cambio en la empresa para la mejora del funcionamiento empresarial o productivo? (ENCUESTADOR: No se incluye Contador, Estudio o Gestoría contratada de forma externa)

1. Si
- 2.No (PASA A P33)

P32. ¿Sobre qué temas/aspectos de la actividad? (ESPONTÁNEA, NO LEER)

1. Actualización, capacitación en nuevos productos, etc.
2. Administración
3. Área de salud y medicina
4. Área jurídica, legal, etc.
5. Calidad, certificación
6. Comercio
7. Finanzas, contabilidad, impuestos, etc.
8. Hardware y software
9. Informática
10. Liderazgo, gerencia, gestión, etc.
11. Logística
12. Marketing
13. Producción y productividad
14. Recursos Humanos
15. Seguridad y seguros
16. Técnica
17. Ventas
95. Otros (especificar) _____
98. NS/NC

Cadenas productivas y redes

P33. ¿Es Ud. o su empresa miembro de una asociación o gremio empresarial?

- 1 Si
- 2 No (Pasa a P35)

P34. ¿Ha desarrollado su empresa alguna experiencia asociativa con otras empresas del mismo rubro de actividad u otro tipo de asociación para la? (ROTAR OPCIONES)

	Exp. Asociativa 1=Si, 2=No
1.Compra de materias primas	
2.Compartir redes de información	
3.Exportar	
4.Costear actividades logísticas	
5.Contratar servicios empresariales de Asesoramiento y capacitación	
6.Ejecutar proyectos de inversión	
7.Adquirir tecnología	
8.Otras ¿Cuáles?	
9.No ha desarrollado ninguna experiencia asociativa (Pase a P65)	

P35. Su empresa exporta?

1. Si
2. No

P36. ¿Los productos o servicios que vende su empresa son insumo, parte, materia prima o integra un producto que exporta o comercializa otra empresa? (Por ejemplo, Empaque o packaging para producto, Pieza para armar otro producto, Harina para panificados, Tablas para muebles)

1. Si
2. No

Datos de clasificación

P37. Para ir terminando ¿podría detallarme el personal permanente que integra la empresa (incluyéndose usted)? OPERADOR: Nos referimos a la cantidad de empleados que trabajan de forma permanente en la empresa incluyéndose el entrevistado.

_____ (registrar numérica)

P38. ¿De qué orden fueron sus ventas totales (sin IVA) en el último año? NO LEER

1. Menos de U\$S 10.000
2. Entre U\$S 10.000 y U\$S 20.000
3. Entre U\$S 20.000 y U\$S 50.000
4. Entre U\$S 50.000 y U\$S 100.000
5. Entre U\$S 100.000 y U\$S 180.000
6. Entre U\$S 180.000 y U\$S 250.000

7. Entre U\$S 250.000 y U\$S 500.000
8. Entre U\$S 500.000 y U\$S 900.000
9. Entre U\$S 900.000 y un millón
10. Más de un millón de dólares. ¿Cuánto? (Registre en millones)

98 No sabe por no contar con información
(Acordar re-contacto para obtener respuesta)

99 No contesta (No quiere responder/ rechazo)

P39. ¿En qué rama de actividad trabajaba usted antes de empezar con este negocio? SI SIGUE TRABAJANDO PREGUNTAR: A parte del negocio del que venimos hablando, en qué otra rama de actividad trabaja Ud.?

C 18. ¿Podría decirme la ocupación de su padre?

1. Independiente
2. Empleado del sector privado
3. Obrero del sector privado
4. Empleado público
5. Empleo no remunerado
6. Otros
7. No sabe (NO LEER)

C 19. ¿Podría decirme la ocupación de su madre?

1. Independiente
2. Empleado del sector privado
3. Obrero del sector privado
4. Empleado público
5. Empleo no remunerado
6. Otros
7. No sabe (NO LEER)

C 20. ¿En qué departamento vive?

Ahora le voy a pedir algunos datos para una posible supervisión de mi trabajo

C 21. Nombre del entrevistado:

(PARA TODOS LOS P)

P40. Nombre comercial o de fantasía de la empresa

P41. La Dinapyme está interesada en monitorear el sector de forma continua, ¿A ud. le gustaría quedar como referente para consultas futuras?

1. Si
2. No

“Hemos concluido la entrevista. Le agradecemos su tiempo y participación”



Promoción del
Emprendimiento



JÓVENES
EMPRESARIOS
URUGUAY

