

Reporte Nacional de Uruguay del GEM 2016

● POR LEONARDO VEIGA, RESPONSABLE DEL GEM URUGUAY

ESTA ES LA SEGUNDA DE UNA SUCESIÓN DE ENTREGAS A TRAVÉS DE LAS CUALES DIFUNDIREMOS EL REPORTE NACIONAL DE URUGUAY DEL GEM CORRESPONDIENTE AL AÑO 2016, EL CUAL HA SIDO ELABORADO POR EL CENTRO DE EMPRENDIMIENTO DELOITTE DEL IEEM.

2. LA VALORACIÓN SOCIAL DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Las intenciones de emprender están influenciadas por una multiplicidad de factores externos que actúan como un estímulo o desestímulo. Uno de estos factores externos es la valoración social de la actividad emprendedora.

Hablamos aquí de valoración social y no de aspectos socioculturales debido a que podremos observar que se han producido cambios muy sustantivos en la valoración de la actividad emprendedora en el período de una década. La envergadura de estos cambios no puede ser catalogada de cultural. La cultura es algo

LAS INTENCIONES DE EMPRENDER ESTÁN INFLUENCIADAS POR UNA MULTIPLICIDAD DE FACTORES EXTERNOS; UNO DE ESTOS FACTORES EXTERNOS ES LA VALORACIÓN SOCIAL DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA.

que cambia muy lentamente a lo largo del tiempo, en buena medida por el peso que en su configuración tienen factores históricos de larga data. Sin perjuicio de que el factor cultural está presente, creemos detectar un fuerte peso de factores económicos cambiantes en una valoración que también cambia mucho.

El GEM evalúa esa valoración social consultando cada año a dos mil personas de entre 18 y 64 años respecto de los siguientes tópicos:

1. La importancia que se asigna a la igualdad en la sociedad.
2. El grado en que la sociedad considera al emprendimiento como una buena opción de carrera.
3. El grado en que la sociedad atribuye estatus y reconocimiento a los emprendedores exitosos.
4. El grado en que los medios destacan a los emprendedores.

2.1. LA IMPORTANCIA ASIGNADA A LA IGUALDAD SOCIAL

A efectos de cuantificar la importancia atribuida se pide a las personas encuestadas que manifiesten su grado de acuerdo con la siguiente afirmación:

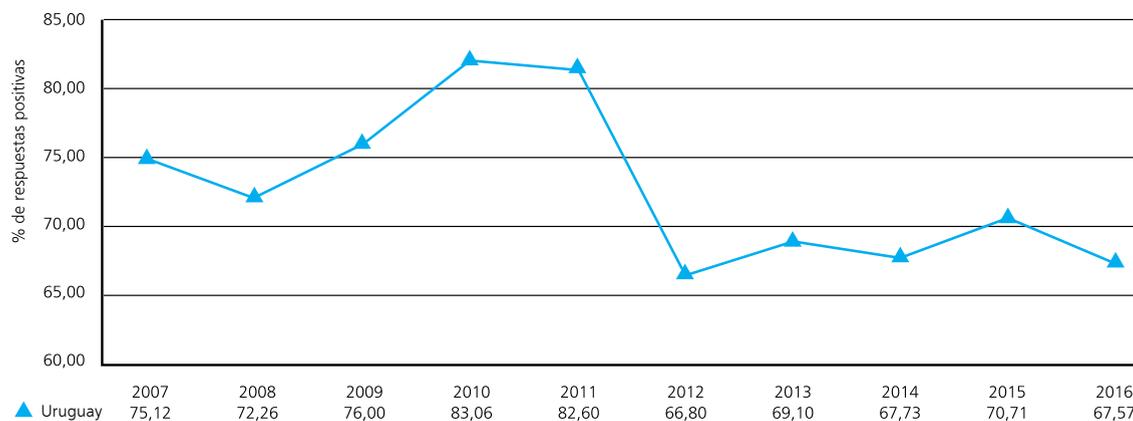
En su país, la mayoría de la gente prefiere que todo el mundo tenga un nivel de vida similar (Gráfica 1).

Puede observarse que la importancia asignada a la igualdad en el nivel de vida tiene una tendencia básicamente creciente hasta el 2011, llegando a un máximo de 83,06 % en 2010. En 2012 cae abruptamente y se mantiene en un nivel ligeramente por debajo del 70 % en el resto del período.

Al comparar la importancia asignada a la igualdad en el nivel de vida en Uruguay con los datos de Perú y Colombia (Gráfica 2), paí-

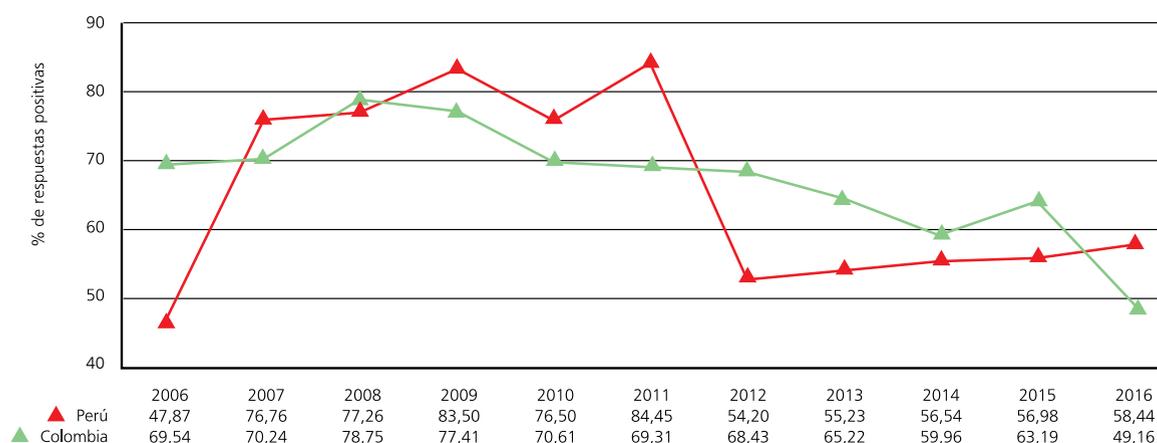


Gráfica 1. Nivel de vida similar



Fuente GEM Uruguay

Gráfica 2. Nivel de vida similar



Fuente GEM

ses que han mostrado un comportamiento emprendedor más dinámico, se puede observar una tendencia decreciente mayor.

En primer lugar, en los dos países la importancia asignada a la igualdad en el nivel de vida era relativamente alta en el comienzo del periodo analizado, entre el 70 % y el 75 %. Uruguay se encontraba en este rango con un 75,12 %. Al igual que en Uruguay, el nivel cae abruptamente para los dos

países pero de forma más pronunciada, llegando a niveles por debajo del 60 % en 2016.

En particular, en Perú alcanza un máximo de 84,45 % en 2011, luego cae de forma abrupta y comienza a crecer nuevamente hasta alcanzar un nivel por debajo del 60 %. Colombia un máximo de 78,75 % en 2008 y luego comienza a caer llegando a su valor mínimo de 49,16 % en 2016 (Gráfica 2).

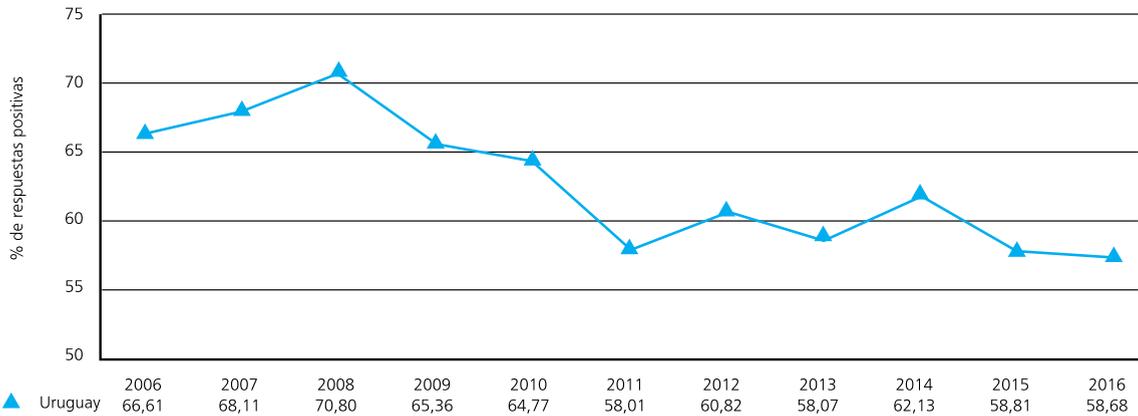
2.2. BUENA OPCIÓN DE CARRERA

La afirmación aquí con respecto de la cual se pide se manifieste el acuerdo o desacuerdo es la siguiente:

En su país, la mayoría de la gente considera que emprender un nuevo negocio es una elección de carrera profesional deseable.

Como puede observarse en la Gráfica 3, la valoración positiva

Gráfica 3. Buena opción de carrera



Fuente GEM Uruguay

LA VALORACIÓN POSITIVA DEL EMPRENDIMIENTO COMO OPCIÓN DE CARRERA LLEGÓ A SU MÁXIMO EN 2008, CON UN 70,80 %, PARA LUEGO DESCENDER FUERTEMENTE HASTA 2011.

del emprendimiento como opción de carrera llegó a su máximo en 2008, con un 70,80 %, para luego descender fuertemente hasta 2011. A partir de allí el nivel de respuestas positivas se ha mantenido estable en torno al 60 %.

Al igual que en Uruguay, el nivel de la valoración positiva del emprendimiento como elección de carrera ha disminuido en Perú, Chile y Colombia (Gráfica 4).

Perú tuvo un comportamiento bastante similar al de Uruguay aunque con números mayores, partiendo de un máximo de 87,50 % en 2006 hasta llegar a un nivel por debajo del 70 % en 2016.

Por otro lado, la valoración en Chile creció fuertemente hasta

alcanzar un máximo de 87,41 % en 2010 y luego disminuyó abruptamente hasta llegar a un valor en torno al 65 % en 2016.

Por último, el nivel de valoración positiva del emprendimiento en Colombia alcanzó un máximo de 92,45 % en 2008. A partir de 2013 descendió fuertemente hasta llegar a un valor por debajo del 70 % en 2016.

2.3. ESTATUS Y RECONOCIMIENTO

La afirmación que se formula a este respecto es:

En su país, los que tienen éxito al emprender un negocio gozan de un alto nivel de estatus y respeto.

Observamos aquí el mismo fenómeno que en las variables anteriores, esto es, un proceso de descenso marcado. En este caso el descenso comienza en 2009 y se estabiliza recién en 2013, en un nivel que está en torno al 56 %. Al igual que en Uruguay, el nivel de estatus

y reconocimiento también disminuyó para Perú y Chile (Gráfica 6) aunque no tan abruptamente. Por otro lado, en el caso de Colombia (Gráfica 6), luego de una caída del nivel se alcanzó un nivel de 76,20 % en 2016, superior al 71,61 % que tenía al principio del período en 2006.

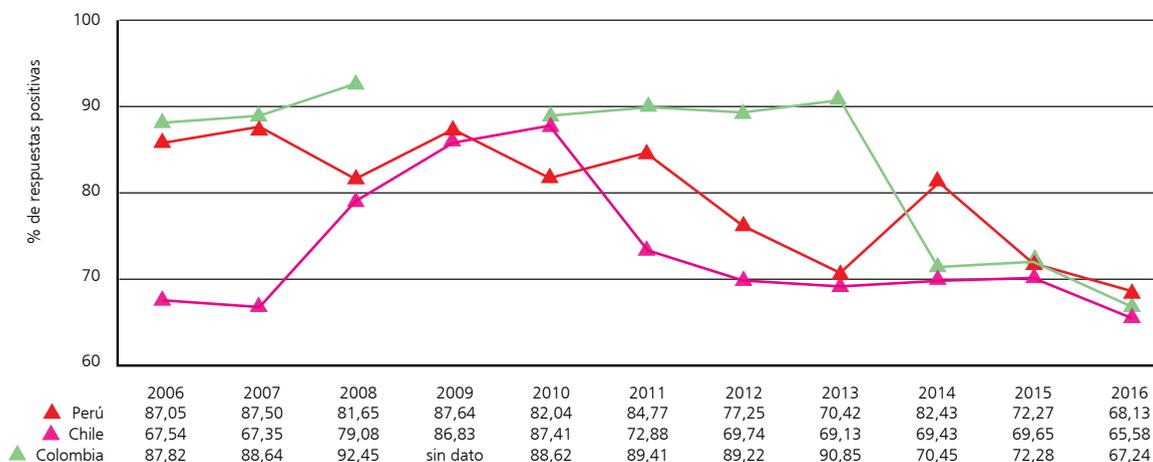
A pesar de partir de niveles de estatus y reconocimiento muy similares del nivel de Uruguay (en el caso de Perú) o por debajo (en el caso de Chile y Colombia), los tres países alcanzaron un nivel de alrededor de 64 % en adelante, a diferencia de Uruguay que terminó con un nivel del 56 %.

2.4. VISIBILIDAD DE LOS EMPRENDEDORES EN LOS MEDIOS

Los medios de comunicación tienen un papel muy relevante en la configuración de las percepciones y opiniones de la población. La afirmación sobre la cual se pide al encuestado manifieste su grado de concordancia es:

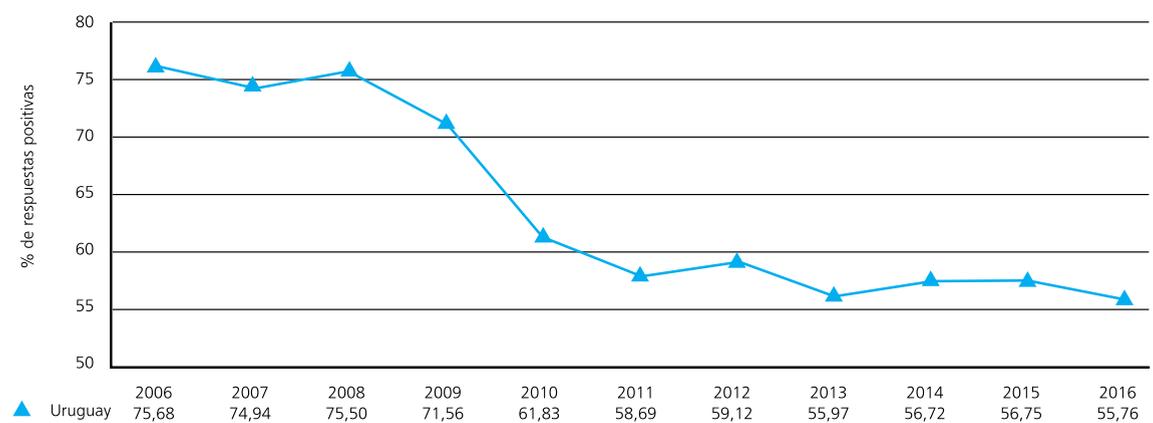


Gráfica 4. Buena opción de carrera



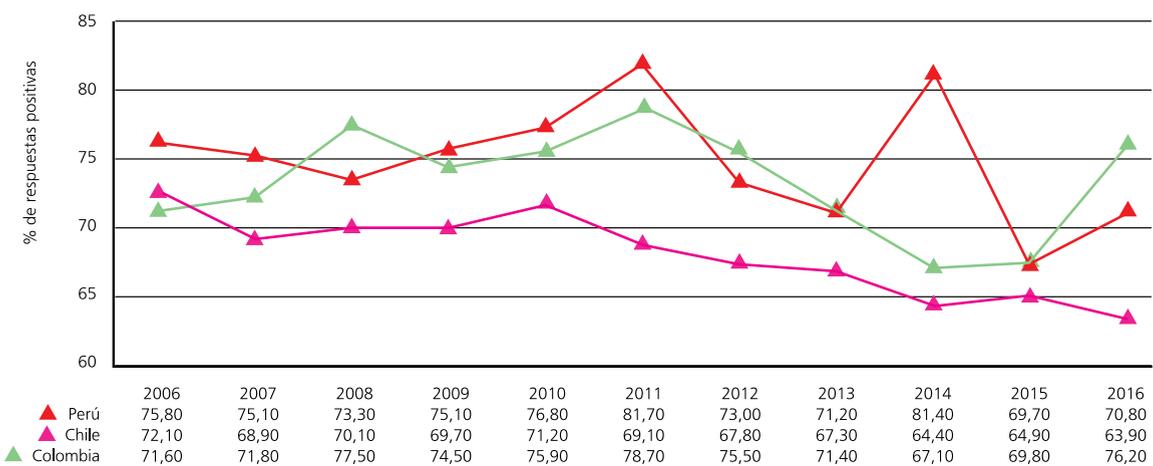
Fuente GEM

Gráfica 5. Estatus y reconocimiento



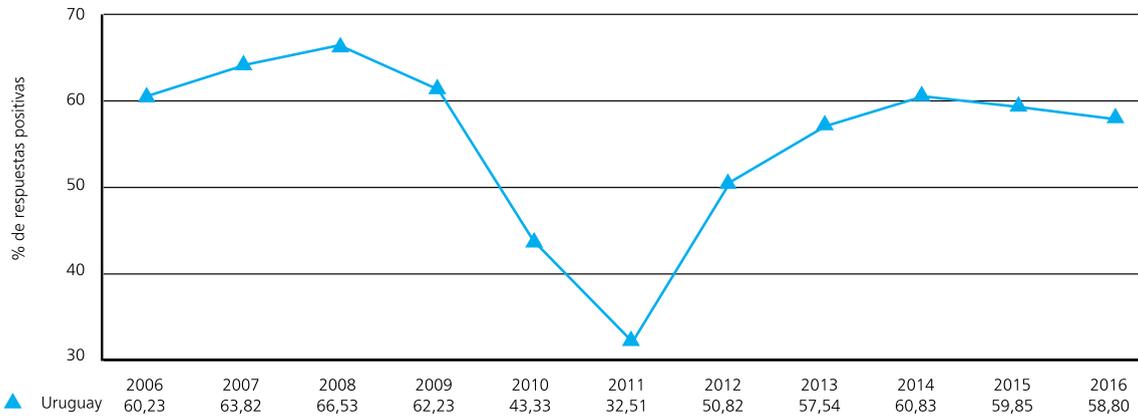
Fuente GEM Uruguay

Gráfica 6. Estatus y reconocimiento



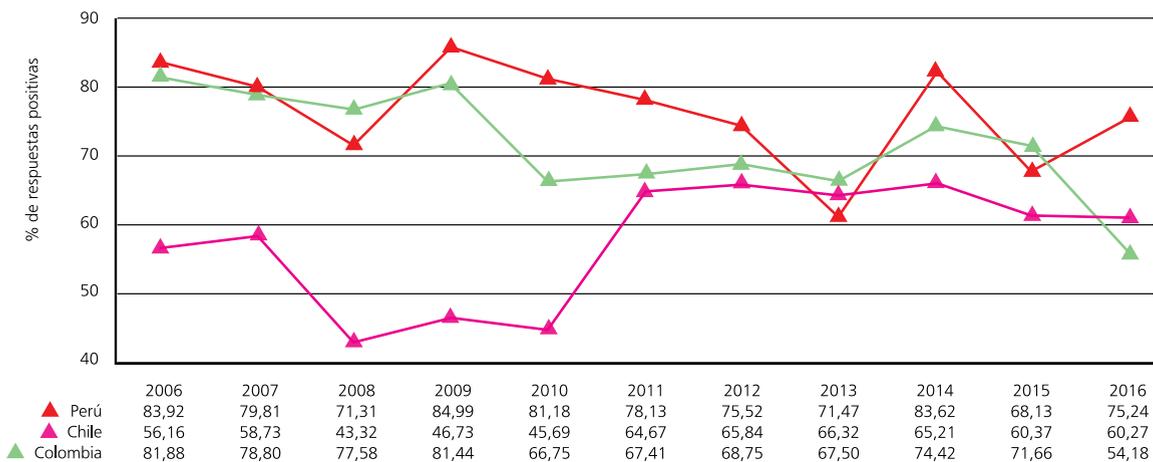
Fuente GEM

Gráfica 7. Visibilidad en medios



Fuente GEM Uruguay

Gráfica 8. Visibilidad en medios



Fuente GEM

En su país, se pueden ver a menudo noticias sobre nuevos emprendedores que han tenido éxito en sus negocios en los medios de comunicación públicos o en Internet.

En la Gráfica 7 se observa que la visibilidad percibida de los emprendedores en los medios cae abruptamente del 2008 al 2011,

para luego recuperarse. En los últimos años se ha mantenido estable alrededor del 60 %.

La visibilidad percibida de los emprendedores en los medios ha tenido un comportamiento desparejo en Perú, Chile y Colombia (Gráfica 8). Por un lado, el nivel de la visibilidad percibida se ha mantenido inconstante en Perú y

presenta una leve tendencia a la baja, con oscilaciones, alcanzando un máximo de casi 85 % en 2009 y terminando en 2016 con un valor de 75,24 %.

Por otro lado, en Chile se vio una caída fuerte en 2007 alcanzando un mínimo de 43,32 %. Luego se recuperó y en los últimos años se ha mantenido estable en torno al 60 %.



Por último, Colombia empezó en 2006 con un valor máximo de 81,88 % que se mantuvo estable hasta 2009 que tuvo un gran descenso hasta llegar a 2016 con un valor mínimo de 54,18 %.

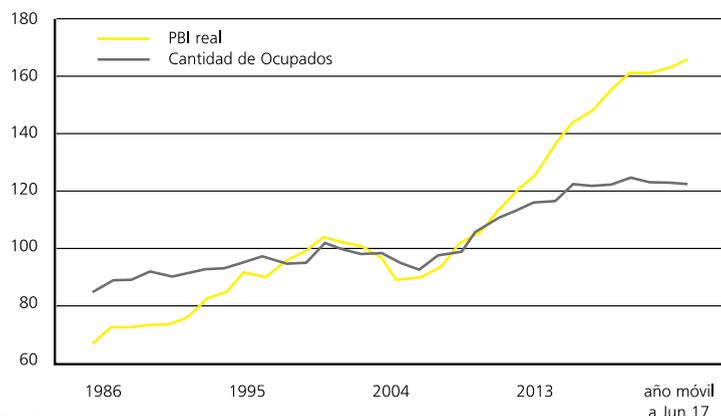
2.5. UNA EXPLICACIÓN TENTATIVA DE LOS CAMBIOS OBSERVADOS

Tal como hicimos referencia al comienzo, los cambios que se han producido en estas cuatro variables que procuran capturar la valoración social del emprendimiento son de una magnitud tal que no pueden ser explicados por factores culturales exclusivamente. Es claro que el factor cultural tiene su peso, pero no tiene la capacidad de explicar cambios tan fuertes en períodos tan cortos si no se dan fenómenos complementarios de mucho impacto, tales como procesos de inmigración o emigración masiva, catástrofes, etc. Procuraremos identificar otros factores que puedan estar incidiendo en estos cambios en la valoración social. Tengamos presente tres años. En primer lugar, 2006, el primer año en que se comenzó a recopilar sistemáticamente la información sobre la actividad

LOS CAMBIOS QUE SE HAN PRODUCIDO EN ESTAS CUATRO VARIABLES QUE PROCURAN CAPTURAR LA VALORACIÓN SOCIAL DEL EMPRENDIMIENTO SON DE UNA MAGNITUD TAL QUE NO PUEDEN SER EXPLICADOS POR FACTORES CULTURALES EXCLUSIVAMENTE.

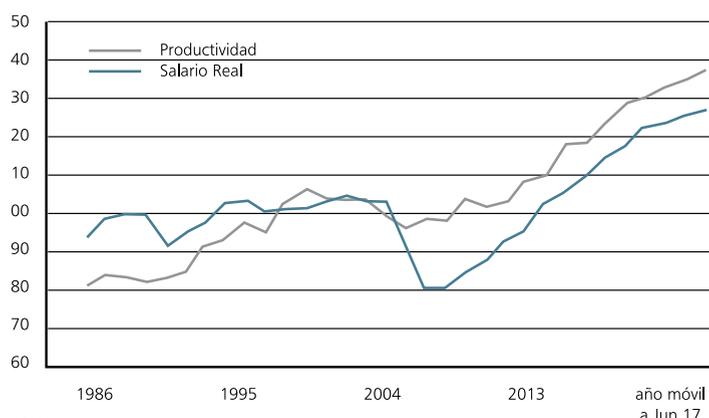
Gráfica 9 – Evolución del PIB y el empleo

Índices base 1980-2016 = 100



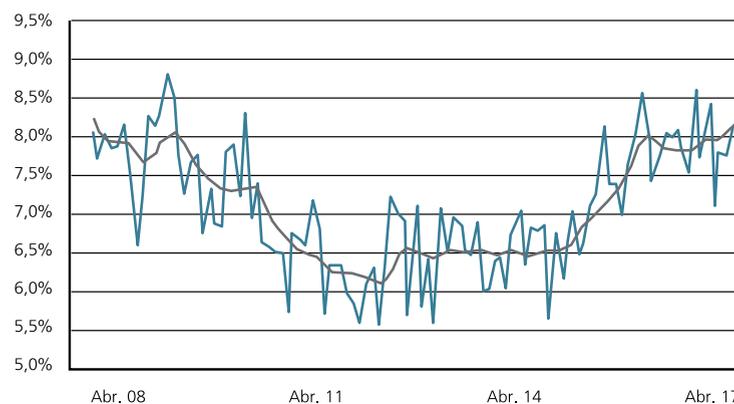
Gráfica 10 – Evolución del salario real y la productividad

Índices base 1980-2016 = 100. PIB por trabajador



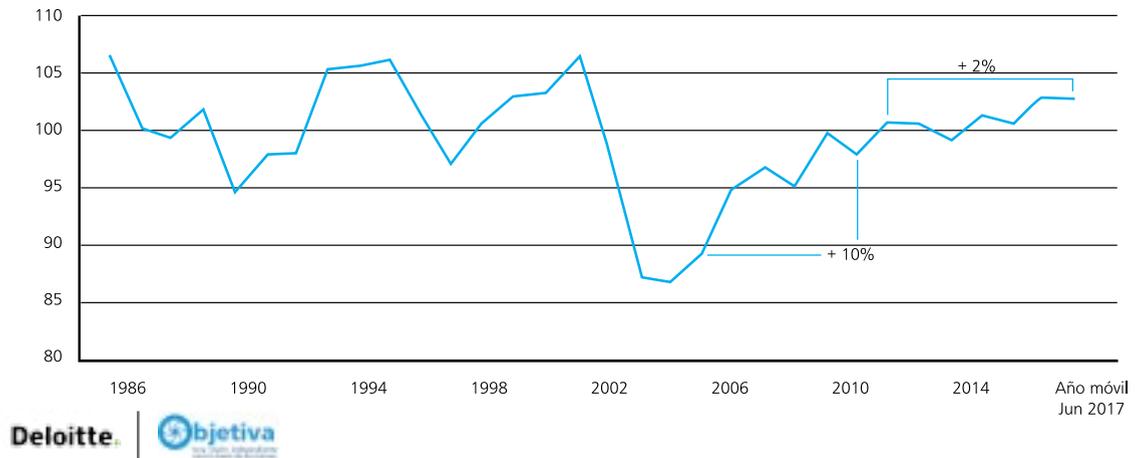
Gráfica 11 – Evolución del desempleo

Datos mensuales y serie ciclo-tendencia

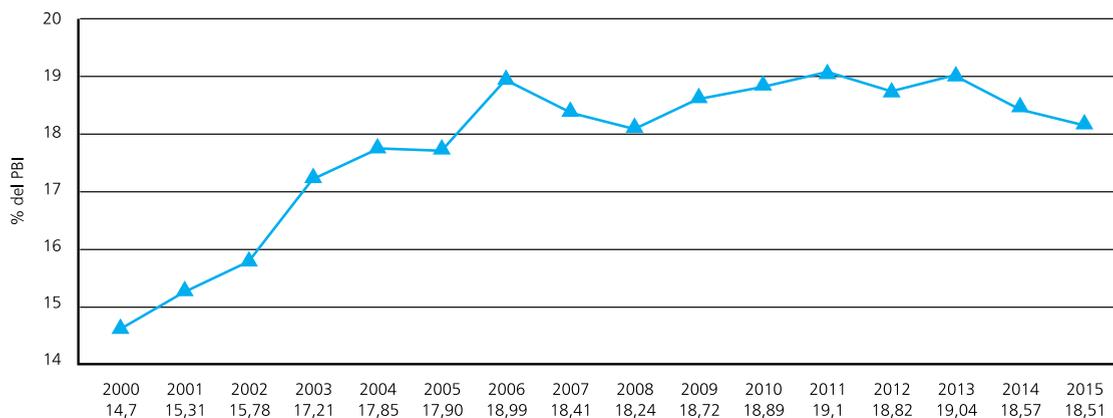


Gráfica 12 – Evolución de la masa salarial como % del PBI

Indices base 1980-2016 = 100



Gráfica 13 – Evolución Presión fiscal como % del PBI



empresarial en Uruguay, gracias a la aparición del GEM de la mano del IEEM. En segundo, 2008/2009, que para varios indicadores del GEM es un punto de

inflexión. En tercer lugar, 2011, un año de quiebre en casi todos los indicadores.

Partamos de la base que emprender es la alternativa al trabajo en relación de dependencia. Es razonable, pues, considerar que la evolución de variables tales como salario y ocupación pueden tener impacto en la valoración social de la actividad emprendedora.

En la Gráfica 9 se presenta la

evolución del PBI y el empleo, en la Gráfica 10 la evolución del salario real y la productividad, en la Gráfica 11 la evolución del desempleo, en la Gráfica 12 la evolución de la masa salarial, expresada como % del PBI y en la Gráfica 13 la evolución de la presión fiscal como % del PBI.

Puede observarse en la Gráfica 9 que el PBI real sufrió una muy fuerte caída que culminó con la crisis de 2002. A partir de ahí ha presentado un aumento sostenido

LA SÍNTESIS DE SALARIO Y EMPLEO SE TRADUCE EN LA MASA SALARIAL, LA "PARTE DE LA TORTA" DE LA RIQUEZA GENERADA (EL PBI) QUE LOS TRABAJADORES RECIBEN. LA MASA SALARIAL ES UNA VISIÓN MÁS SINTÉTICA DEL ATRACTIVO DEL TRABAJO DEPENDIENTE.



nido hasta el presente. El crecimiento de los puestos ocupados acompañó el aumento del PBI en los primeros años, para luego ir enlenteciendo su crecimiento, estancándose a partir de abril de 2011. En el Gráfico 10 puede observarse que la caída del empleo derivado de la crisis de 2002 también trajo acompañada una disminución sustantiva del salario real. A partir de allí el salario real, a diferencia de la ocupación, ha venido aumentando firmemente, sin mostrar una desaceleración relevante en los últimos años. En el Gráfico 11 se puede apreciar que al dejar de aumentar el empleo en 2011, el desempleo dejó de bajar para comenzar a subir, tendencia que se mantiene hasta el presente.

MIENTRAS EL EMPLEO Y LA MASA SALARIAL AUMENTARON, LA VALORACIÓN SOCIAL DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y SU ESTATUS DISMINUYERON,

La síntesis de salario y empleo se traduce en la masa salarial, la "parte de la torta" de la riqueza generada (el PBI) que los trabajadores reciben. La masa salarial es una visión más sintética del atractivo del trabajo dependiente. En el Gráfico 12 puede observarse que a partir de la crisis de 2002 la masa salarial fue aumentando su participación en el PBI hasta llegar en 2011 a su promedio histórico de las últimas tres décadas y media. A partir de ese momento se ha estabilizado. Por otra parte se puede ver en

el Gráfico 13 que la presión fiscal subió sostenidamente entre 2000 y 2006 hasta llegar al 19 %, para luego descender transitoriamente, volviendo en 2011 a ese nivel, al cual vuelve cada tanto. El último ajuste fiscal ha vuelto a aumentar la presión fiscal, si bien todavía ese dato no está recogido en las estadísticas públicas. Muchos economistas sostienen que la presión fiscal ha llegado al máximo nivel tolerable, o que lo ha excedido.

Considerando el conjunto de variables analizadas vinculadas al trabajo dependiente se puede ver que el deterioro de la valoración social del emprender como opción de carrera (Gráfica 3) y el estatus y reconocimiento social de la actividad emprendedora (Gráfica 5) son consistentes con la evolución del empleo (Gráfica 9) y de la masa salarial (Gráfica 12).

Mientras el empleo y la masa salarial aumentaron, la valoración social de la actividad emprendedora y su estatus disminuyeron, y cuando aquellas se estabilizaron, estas también lo hicieron. Esta explicación también es aplicable a lo que se observa en los países de América Latina de comparación, en el marco de un proceso de crecimiento generalizado de toda la región de la mano de un contexto internacional claramente favorable que impulsó el crecimiento de estos países. Por otra parte, la evolución en el país del desempleo al alza no parece haber tenido impacto en un

aumento de la valoración de la actividad emprendedora o en su reconocimiento social.

Cuando analizamos la visibilidad de los emprendedores en los medios de comunicación se debe tener presente que son la combinación de dos factores. Por un lado, la presencia efectiva de los emprendedores en los medios. Por otro, la disposición de las personas a buscar y reconocer ese tipo de información. La información puede estar, pero puede pasar desapercibida por falta de interés. El declive del ratio de presencia en medios hasta 2011 también es consistente con el análisis anterior: más empleos, mejores pagos, hacían la opción de emprender menos atractiva y menos interesante. A partir de 2011 el aumento del indicador puede estar reflejando un interés renovado en disponer de información respecto de esta opción, si bien no está generando un cambio de actitud.

2.6. CONCLUSIÓN

De los datos de Uruguay y de países de referencia en América Latina (Chile, Perú y Colombia) encontramos que la valoración social de la actividad emprendedora parece estar íntimamente vinculada al desempeño de la economía en variables tales como crecimiento, empleo y evolución del salario real. En los últimos diez años se ha dado un contexto internacional favorable a los países de la región que ha repercutido en un impulso al cre-

EL ESTANCAMIENTO DEL EMPLEO Y EL AUMENTO DE LA DESOCUPACIÓN NO LLEVA A UN AUMENTO DE LA VALORACIÓN SOCIAL DEL EMPRENDIMIENTO COMO "VÍA DE SALIDA".

cimiento económico de los países, aumento del empleo y de los salarios reales. Este crecimiento de origen básicamente exógeno parece haber permeado en la sociedad, llevándola a percibir que el desarrollo no está impulsado fundamentalmente por factores endógenos, dentro de los cuales el emprendimiento tiene un peso relevante. El consecuente cambio de tendencia en la valoración social del emprendimiento parece haberse producido en 2008/2009, luego de una acumulación de años de crecimiento "por viento de cola". En el caso de Uruguay se produce luego un cambio significativo en la valoración social de la actividad emprendedora en 2011. ¿Qué pasa en ese año? El salario real sigue subiendo, acompañado de un aumento de la productividad que se explica por la reducción del número de empleos, con la consecuencia que el desempleo aumenta. Al mismo tiempo la presión fiscal y la participación de la masa salarial en el PBI llegan a sus niveles máximos.

Nos encontramos pues con una situación a primera vista contraintuitiva. El estancamiento del empleo y el aumento de la desocupación no lleva a un aumento de la valoración social del emprendimiento como "vía de

salida" para la situación. La explicación probablemente radique en que, a pesar de todo, los salarios reales siguen subiendo. Los empleados son muchos más que los desempleados (con un desempleo del 8,5 % la relación es 12 a 1) y son determinantes de la generación del clima. Los contextos de aumento de desempleo suelen estar acompañados de disminuciones del salario real, siendo esta última la variable que parece tener más impacto en el cambio de clima.

Al desengancharse ambas variables no puede descartarse la hipótesis de que para el grueso de la población la percepción de crecimiento y mejora "en automático" siga presente. Por otra parte, la valoración social del emprendimiento necesita la retroalimentación de los resultados, lo que se traduce en que se visibilice el impacto que está teniendo en la generación de más y mejores puestos de trabajo. En la siguiente parte del reporte analizaremos en qué medida el emprendimiento está cumpliendo o no con esas expectativas.